

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Економічний факультет

ПОГОДЖЕНО

Декан
Економічного факультету

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО

ЗАХИСТУ

Завідувачка кафедри готельно-
ресторанної справи та туризму

(підпис) **Андрій
МУЗИЧЕНКО**
«_____» _____ 20__р.

(підпис) **Світлана
МЕЛЬНИЧЕНКО**
«_____» _____ 20__р.

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**на тему: «Розроблення туристичного продукту сільського зеленого
туризму в Черкаській області»**

Спеціальність: **242 «Туризм і рекреація»**

Освітня програма: **«Туризм»**

Орієнтація освітньої програми: **освітньо-професійна**

Гарант освітньої програми
к.е.н., доцент

(підпис) **Ірина КУДІНОВА**

Керівник бакалаврської
кваліфікаційної роботи
к.е.н., доцент

(підпис) **Олександр
СТРЕТОВИЧ**

Виконала

(підпис) **Ярослава
ЙОВЕНКО**

КИЇВ –2026

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Економічний факультет

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувачка кафедри

готельно-ресторанної справи та туризму

д.е.н., професор _____ Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО

«27» жовтня 2025 р.

ЗАВДАННЯ

**до виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи
здобувача вищої освіти**

Йовенко Ярославі Олександрівни

Спеціальність: **242 «Туризм і рекреація»**

Освітня програма: **«Туризм»**

Орієнтація освітньої програми: **освітньо-професійна**

Тема бакалаврської кваліфікаційної роботи: **«Розроблення туристичного
продукту сільського зеленого туризму в Черкаській області»**

Затверджена наказом ректора НУБіП України від 22.10.2025 р. №2445 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру 20.05.2026

Вихідні дані до бакалаврської кваліфікаційної роботи: законодавчі та нормативні акти України, матеріали Державної служби статистики України, наукові праці зарубіжних та вітчизняних авторів, матеріали науково-практичних конференцій, внутрішньої звітності та обстежень ряду підприємств туристичної галузі, програми розвитку регіонів України.

Об'єкт дослідження – процес формування та створення туристичного продукту сільського зеленого туризму.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до формування та створення туристичного продукту сільського зеленого туризму.

Мета дослідження – розроблення та обґрунтування методичних і практичних засад формування та створення туристичного продукту сільського

зеленого туризму в Черкаській області.

Перелік завдань, які повинен виконати здобувач вищої освіти для досягнення поставленої мети:

- провести аналіз зарубіжних і вітчизняних джерел, інтернет ресурсів щодо визначення понять та сутності туристичного продукту сільського зеленого туризму;
- визначити теоретико-методологічні підходи до формування та створення туристичного продукту сільського зеленого туризму;
- проаналізувати тенденції розвитку туристичного продукту сільського зеленого туризму;
- виявити сильні та слабкі сторони різних підходів до формування та створення туристичного продукту сільського зеленого туризму;
- дослідити вплив факторів на формування та створення туристичного продукту сільського зеленого туризму;
- запропонувати основні підходи до формування та створення туристичного продукту сільського зеленого туризму в Черкаській області;
- обґрунтувати запропоновані заходи.

Дата видачі завдання: “ 10” листопада 2025 р.

**Керівник бакалаврської
кваліфікаційної роботи
к.е.н., доцент**

(підпис)

Олександр СТРЕТОВИЧ
(прізвище та ініціали)

**Завдання прийняла до
виконання**

(підпис)

Ярослава ЙОВЕНКО
(прізвище та ініціали студента)

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ПІДГОТОВКИ ТА ЗАХИСТУ БАКАЛАВРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Етапи підготовки та захисту кваліфікаційної бакалаврської роботи	Термін виконання	Примітки (фактично виконано)
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи, підготовка завдання, складання плану, консультації з проведення дослідження	1 вересня – 30 вересня 2025 р.	
2.	Підготовка та видача завдання	1 жовтня – 1 грудня 2025 р.	
3.	Підготовка першого розділу роботи	1 грудня 2025 р. – 1 лютого 2026 р.	
4.	Підготовка другого розділу роботи	2 лютого – 30 березня 2026 р.	
5.	Підготовка третього розділу роботи	1 квітня – 1 травня 2026 р.	
6.	Підготовка висновків, списку використаних джерел та додатків. Оформлення роботи відповідно до встановлених вимог, передача на перевірку керівникові.	1-5 травня 2026 р.	
7.	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника	5-10 травня 2026 р.	
8.	Перевірка роботи на академічний плагіат	11-15 травня 2026 р.	
9.	Отримання відгуку керівника роботи	15-16 травня 2026 р.	
10.	Отримання зовнішньої рецензії	16-17 травня 2026 р.	
11.	Подача роботи на кафедру	18 травня 2026 р.	
12.	Підготовка доповіді і презентації. Попередній розгляд та захист на випусковій кафедрі	18-20 травня 2026 р.	
13.	Допуск бакалаврської кваліфікаційної роботи до захисту завідувачем кафедри	20 травня – 25 травня 2026 р.	
14.	Захист роботи перед екзаменаційною комісією	відповідно до графіку	

РЕФЕРАТ

Йовенко Я. О. «Розроблення туристичного продукту сільського зеленого туризму в Черкаській області» бакалавр. робота: спец. 242 «Туризм і рекреація» / Ярослава Олександрівна Йовенко; НУБіП України; кафедра готельно-ресторанної справи та туризму; керівник Стретович О.А., к.е.н., доцент – Київ, 2026. – 71 с.

У бакалаврській кваліфікаційній роботі досліджено теоретичні та практичні аспекти формування туристичного продукту сільського зеленого туризму в Черкаській області. Проведено аналіз сутності та особливостей сільського зеленого туризму як перспективного напрямку розвитку туристичної індустрії, визначено структуру туристичного продукту та особливості його створення в умовах сільської місцевості. Досліджено природно-ресурсний, історико-культурний та інфраструктурний потенціал Черкаської області, а також проаналізовано попит на туристичні послуги у сфері сільського зеленого туризму. Особливу увагу приділено оцінці конкурентних переваг регіону, можливостям використання локальних ресурсів і сучасних підходів до просування туристичних продуктів. На основі проведеного дослідження розроблено концепцію туристичного продукту сільського зеленого туризму, сформовано програму туру, здійснено розрахунок його вартості та запропоновано маркетингові й організаційно-економічні заходи щодо його впровадження та просування на туристичному ринку.

Ключові слова: сільський зелений туризм, туристичний продукт, туристична індустрія, Черкаська область, туристичні послуги, туристичний потенціал, маркетинг туризму, туристична інфраструктура, регіональний розвиток.

Yovenko Y. O. "Development of a tourist product of rural green tourism in the Cherkasy region" bachelor's work: special. 242 "Tourism and Recreation" / Yaroslava Oleksandrivna Yovenko; NUBiP of Ukraine; Department of Hotel and Restaurant Business and Tourism; Head Stretovych O.A., Ph.D., Associate Professor – Kyiv, 2026. – 71 p.

The bachelor's qualification work examines the theoretical and practical aspects of the formation of the tourism product of rural green tourism in the Cherkasy region. The essence and characteristics of rural green tourism as a promising direction of tourism industry development were analysed, the structure of the tourism product and the peculiarities of its creation in the conditions of rural areas were determined. The natural resource, historical, cultural, and infrastructural potential of the Cherkasy region was studied, and the demand for tourist services in the field of rural green tourism was analysed. Particular attention is paid to the assessment of the region's competitive advantages, the possibilities of using local resources and modern approaches to the promotion of tourism products. Based on the study, the concept of the tourist product of rural green tourism was developed, the tour program was formed, its cost was calculated, and marketing and organisational and economic measures for its implementation and promotion in the tourism market were proposed.

Keywords: rural green tourism, tourism product, tourism industry, Cherkasy region, tourist services, tourism potential, tourism marketing, tourism infrastructure, regional development.

ЗМІСТ

В

Е

1.1. Сутність та особливості сільського зеленого туризму як складової

Ут

Ду

І.ф.....

4. Вітчизняний та зарубіжний досвід формування туристичних продуктів

з

1 і

Рн

Он

Та

Др

3. Аналіз попиту та цільової аудиторії туристичних послуг у сфері сільського

На

Ен

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ СІЛЬСЬКОГО

Вд

Нр

Нс

Нв

Нр

Ор

Вр

Ор.....

ДОДАТКИ.....69

Др

Ор

ВСТУП

Вр

Ві.....

Сучасний розвиток туристичної індустрії характеризується активним

пошуком нових форм організації відпочинку, що поєднують рекреаційні,

культурно-пізнавальні та екологічні складові. У цьому контексті особливого

значення набуває сільський зелений туризм, який у багатьох країнах

Кв

Нр

Нс

Нв

Кв

розглядається як ефективний інструмент диверсифікації економіки сільських територій, збереження традиційної культури та підвищення зайнятості місцевого населення. Такий вид туризму орієнтований на використання природно-ресурсного потенціалу, історико-культурної спадщини та соціально-економічних особливостей сільських територій, що створює передумови для формування унікальних туристичних продуктів.

Для України розвиток сільського зеленого туризму є особливо актуальним у зв'язку з необхідністю підтримки сільських територій, стимулювання малого підприємництва та розширення внутрішнього туристичного ринку. Значний потенціал для цього має Черкаська область, яка характеризується сприятливими природними умовами, наявністю значної кількості історико-культурних пам'яток, розвиненою аграрною спеціалізацією та вигідним географічним положенням у центральній частині України. Територія області відома мальовничими ландшафтами Придніпров'я, об'єктами природно-заповідного фонду, культурною спадщиною, пов'язаною з історією українського козацтва та постаттю Тараса Шевченка. У поєднанні з традиційним сільським укладом життя ці чинники створюють значний потенціал для розвитку різноманітних форм сільського туризму.

Водночас ефективне використання цього потенціалу потребує формування конкурентоспроможних туристичних продуктів, здатних задовольнити потреби сучасних туристів. Туристичний продукт у сфері сільського зеленого туризму має комплексний характер і включає проживання в сільських садибах, харчування з використанням локальних продуктів, екскурсійні програми, ознайомлення з традиційними ремеслами, участь у господарських або культурних заходах. Його розроблення вимагає врахування ресурсних можливостей території, інфраструктурного забезпечення, особливостей попиту на туристичні послуги та сучасних підходів до маркетингового просування.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи зумовлена необхідністю комплексного дослідження потенціалу Черкаської області для розвитку сільського зеленого туризму та створення на цій основі практично орієнтованого

туристичного продукту, який може бути впроваджений у діяльність суб'єктів туристичного ринку. Розроблення такого продукту сприяє підвищенню привабливості регіону для внутрішніх туристів, розвитку підприємницької діяльності у сільській місцевості та ефективнішому використанню місцевих ресурсів.

Метою кваліфікаційної роботи є теоретичне обґрунтування та практична розробка туристичного продукту сільського зеленого туризму в Черкаській області на основі аналізу ресурсного потенціалу регіону, стану туристичної інфраструктури та особливостей попиту на туристичні послуги.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення комплексу взаємопов'язаних **завдань**:

- 1) дослідити теоретичні засади розвитку сільського зеленого туризму та визначити його місце у структурі туристичної індустрії;
- 2) розкрити сутність і структуру туристичного продукту в системі сільського зеленого туризму;
- 3) проаналізувати нормативно-правове забезпечення розвитку цього виду туризму;
- 4) узагальнити вітчизняний і зарубіжний досвід формування туристичних продуктів у сільській місцевості;
- 5) дослідити природно-ресурсний та історико-культурний потенціал Черкаської області;
- 6) оцінити стан інфраструктурного забезпечення розвитку сільського зеленого туризму в регіоні;
- 7) здійснити аналіз попиту та визначити особливості цільової аудиторії туристичних послуг;
- 8) провести SWOT-аналіз розвитку сільського зеленого туризму в області;
- 9) розробити концепцію туристичного продукту;
- 10) сформувати програму туру та здійснити розрахунок його вартості;
- 11) обґрунтувати маркетингову стратегію просування та організаційно-економічні умови реалізації запропонованого туристичного продукту.

Об'єктом дослідження є процес формування та створення туристичних продуктів у сфері сільського зеленого туризму.

Предметом дослідження є методичні та практичні підходи до формування та створення туристичного продукту сільського зеленого туризму.

Методологічну основу дослідження становлять загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання. У роботі застосовано методи аналізу і синтезу для дослідження теоретичних підходів до розвитку сільського зеленого туризму, метод узагальнення для вивчення вітчизняного і зарубіжного досвіду формування туристичних продуктів, статистичні методи для оцінювання розвитку туристичної сфери та попиту на туристичні послуги, метод порівняльного аналізу для характеристики ресурсного потенціалу регіону, SWOT-аналіз для визначення сильних і слабких сторін розвитку сільського зеленого туризму в Черкаській області, а також метод економічних розрахунків для визначення вартості туристичного продукту та обґрунтування його ефективності.

Теоретичне значення роботи полягає у систематизації наукових підходів до формування туристичного продукту у сфері сільського зеленого туризму та узагальненні факторів, що визначають його конкурентоспроможність у регіональному контексті.

Практичне значення дослідження полягає у розробці туристичного продукту сільського зеленого туризму для Черкаської області, який може бути використаний туристичними підприємствами, власниками сільських садиб, органами місцевого самоврядування та регіональними туристичними організаціями для розширення туристичної пропозиції та підвищення туристичної привабливості регіону.

Структура кваліфікаційної роботи зумовлена метою та логікою дослідження. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків і списку використаних джерел. У першому розділі розглянуто теоретичні засади формування туристичного продукту сільського зеленого туризму. Другий розділ присвячено аналізу ресурсного потенціалу Черкаської області та умов розвитку

цього виду туризму в регіоні. У третьому розділі розроблено туристичний продукт сільського зеленого туризму, обґрунтовано програму туру, його вартість, маркетингову стратегію просування та організаційно-економічні умови впровадження.

Апробацією і публікацією результатів проведеного дослідження в бакалаврській кваліфікаційній роботі були тези доповіді «Менеджмент туризму: стратегічні підходи, цифровізація та країнознавчий аналіз» на II Всеукраїнській науково-практичній студентській конференції «Євроінтеграційні процеси в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі України», яка відбулась 12 березня 2026 року у м. Київ на базі НУБіП України (Додаток А).

Також результати дослідження бакалаврської кваліфікаційної роботи були апробовані на Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Технології та бізнес: інтеграція, інновації та перспективи», яка відбулась 21 квітня 2026 року у м. Київ на базі Державного торговельно-економічного університету. За доповідь на тему: «Створення туристичного продукту сільського зеленого туризму Черкаської області: орієнтація на сферу розваг та дозволяє молоді» я отримала диплом 2 ступені (додаток Б).

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 71 сторінку. Список джерел налічує 39 найменувань. Робота містить 3 таблиці, 2 рисунки, та 2 додатки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність та особливості сільського зеленого туризму як складової туристичної індустрії

Сільський зелений туризм розуміється як форма туризму, що базується на привабливості сільської місцевості – природних ландшафтах, агрокультурних ландшафтах, традиційній сільській культурі та повсякденному укладі життя села. Він поєднує елементи відпочинку на природі, знайомства з місцевими ремеслами й кулінарними традиціями, участі у простих господарських практиках та екскурсій у навколишню природу. У центрі цього виду туризму стоїть прагнення до екологічної відповідальності: мінімальний негативний вплив на довкілля, економічна вигода для місцевих жителів і збереження культурної і природної спадщини. Такий акцент на природі та автентичності вирізняє сільський зелений туризм від масового курортного відпочинку і від суто міського туризму [25, с. 171].

Визначення і межі терміна іноді змінюються залежно від наукової школи та національних традицій. В українській літературі часто підкреслюють тісний зв'язок сільського зеленого туризму з розвитком аграрних територій, де він виступає як інструмент диверсифікації доходів селянських домогосподарств і як механізм підтримки місцевих економік. У працях українських дослідників сільський зелений туризм розглядається не лише як рекреаційна діяльність, але й як складова місцевого розвитку, частина стратегії раціонального використання природних ресурсів і збереження культурних традицій. Ця орієнтація на соціально-економічний ефект робить його важливим елементом політики розвитку сільських територій. Зокрема, у дослідженнях відзначається потенціал такого туризму у формуванні нових робочих місць, підвищенні доходів сімейних господарств і стимулюванні малого підприємництва [40, с. 235].

Характерні риси сільського зеленого туризму визначаються низкою ознак. Перша ознака – орієнтація на природне й культурне середовище села: туристичні пропозиції зазвичай пов'язані з натуральними ландшафтами, полями, лісами, водоймами, а також із народними промислами, місцевою кухнею та подіями. Друга ознака – мала масштабність і сімейний або локальний характер послуг: проживання часто організовується у приватних садибах, міні-готелях або агрооселях, де відпочивальник взаємодіє напряду з господарями. Третя ознака – інтеграція економічних, соціальних і екологічних цілей: окрім отримання прибутку, важливими є збереження ландшафтів, підтримка традицій та створення стійких місцевих ланцюгів доданої вартості. Четверта ознака – сезонність і роль локальної інфраструктури: попит часто коливається між сезонами, а доступність послуг залежить від якості доріг, наявності комунікацій і туристичних сервісів. Ці ознаки разом формують унікальний набір вимог до управління та планування сільського зеленого туризму.

Економічний вимір сільського зеленого туризму проявляється в декількох напрямках. По-перше, прямий дохід від надання послуг проживання, харчування, екскурсій і майстер-класів може бути важливим джерелом доходів для сімейних господарств. По-друге, мультиплікативний ефект означає, що витрати туристів підтримують місцеві постачальні ланцюги: продукти харчування, ремісничі товари, транспортні послуги та інші дрібні підприємства. По-третє, розвиток сільського туризму стимулює появу нових форм підприємництва у селі: крафтові виробництва, етнографічні атракції, сезонні базари. Водночас важливо зауважити, що ефективність економічного впливу залежить від рівня професіоналізації господарів, маркетингу регіону та державної підтримки інфраструктури [40, с. 236].

Екологічний аспект сільського зеленого туризму має два виміри, які взаємно доповнюють один одного. З одного боку, зелений туризм може сприяти збереженню ландшафтів і біорізноманіття, бо природні цінності стають економічною перевагою і отримують охорону через зацікавленість громади у привабливості середовища. З другого боку, без належного управління туризм

може створювати навантаження на екосистеми: інтенсивний потік відпочивальників може приводити до ерозії ґрунтів, забруднення води та підвищеного споживання ресурсів. Саме баланс між використанням і охороною визнається центральним завданням практики зеленого туризму. Міжнародні рекомендації підкреслюють важливість інтеграції екологічних стандартів у планування, сертифікацію сервісів і просвітницьку роботу зі стейкхолдерами

Соціокультурний вимір відображає здатність сільського зеленого туризму підтримувати і транслювати культурну ідентичність сільських громад. Взаємодія туриста з місцевими господарями створює умови для обміну знаннями, збереження ремесел і відродження народних практик, що втрачають актуальність у повсякденному житті. Однак ця взаємодія також несе ризики інструменталізації культури або її комерціалізації без поваги до автентичності. Дбайливе ставлення до культурних ресурсів і забезпечення участі громади у прийнятті рішень мають вирішальне значення для збереження цілісності традицій і їхнього гідного представлення туристам. Успішні ініціативи зазвичай мають сильну локальну ідентичність, яка передається через кулінарію, ремесла та святкові практики [3].

Управління і інституційне середовище для розвитку сільського зеленого туризму включає місцеві органи влади, аграрні господарства, туристичні асоціації та громадські ініціативи. У контексті України роль центральних і регіональних органів у створенні сприятливих умов для цього виду туризму підкреслюється у державних документах та аналітичних записках. Необхідні заходи можуть стосуватися поліпшення дорожньої та комунікаційної інфраструктури, створення програм професійної підготовки для господарів, розвитку інформаційних платформ і просування регіональних брендів. Досвід інших країн свідчить про ефективність публічно-приватних партнерств для просування сталих моделей туризму та фінансування місцевих проєктів.

Маркетинг і пропозиція продукту у сільському зеленому туризмі мають специфічні особливості, пов'язані з очікуваннями сучасного туриста. Сучасні мандрівники часто шукають автентичні, неконвенційні враження: можливість

бути частиною сільського життя, навчитися традиційним ремеслам, скуштувати локальні страви або пройти екологічні маршрути. Тому унікальний туристичний продукт формується не тільки навколо проживання, але й через набір додаткових сервісів: майстер-класи, екскурсії природними треками, участь у сезонних сільськогосподарських роботах у м'якій формі. Для конкурентоспроможності регіону важливим є чітке позиціювання, якісні фото- і відеоматеріали, відгуки туристів та доступність інформації он-лайн. Українські практики показують, що комбінування локальної автентики з сучасними каналами просування значно розширює аудиторію [40, с. 233].

Освітній і кадровий аспект вимагає уваги, оскільки якість послуг у сільському зеленому туризмі залежить від умінь господарів вести гостинність, організовувати дозвілля, дотримуватися стандартів безпеки і збереження довкілля. Підготовка кадрів охоплює як формальні програми в університетах і коледжах, так і короткі практичні тренінги для мешканців села. Розвиток компетенцій у сфері сервісу, маркетингу, менеджменту малих підприємств і екологічних практик є запорукою стійкого розвитку послуг і підвищення рівня задоволеності туристів. Університетські програми та локальні освітні ініціативи відіграють у цьому ключову роль.

Серед ризиків і бар'єрів, які впливають на розвиток сільського зеленого туризму, називають відсутність сталій інфраструктури, низьку якість доріг та інтернет-зв'язку в сільській місцевості, брак фінансових ресурсів на модернізацію садиб, слабку координацію між зацікавленими сторонами та відсутність чіткої регуляторної бази або стандартів якості. Для багатьох приватних господарств бар'єром є також недостатній досвід у сфері гостинності й маркетингу. Водночас приклади успішних ініціатив свідчать, що локальні кластери, які об'єднують кількох господарів і місцевих підрядників, можуть компенсувати ці прогалини і забезпечити стійкий попит [40, с. 234].

Таким чином, розуміння сільського зеленого туризму полягає у визнанні його багатовимірної ролі: це одночасно джерело доходів для сільських

домогосподарств, спосіб збереження природної та культурної спадщини та платформа для соціального обміну між містом і селом.

1.2. Поняття та структура туристичного продукту в системі сільського зеленого туризму

Світова організація туризму (UNWTO) і чинні українські дослідження виявляють, що поняття туристичного продукту (в подальшому - турпродукт) в системі сільського зеленого туризму поєднує природні, соціокультурні та сервісні компоненти в єдину цілісну пропозицію, яка формує у відвідувача певний досвід перебування в сільській місцевості. Під турпродуктом розуміють не лише місце проживання або окрему послугу, а сукупність матеріальних і нематеріальних елементів: ландшафт і природа, традиційна культура, гастрономія, маршрути та атракції, інфраструктура розміщення, послуги харчування й дозвілля, а також інформаційне забезпечення і сервісна підтримка [39].

У межах сільського зеленого туризму термін «зелений» означає, що досвід туриста тісно пов'язаний із природою, аграрною діяльністю та життям сільської громади. Це означає, що в центрі продукту лежить взаємодія з природним середовищем і місцевою культурою, а не лише споживання матеріальних благ. Туристичний продукт тут часто базується на сезонних циклах, аграрних роботах, ремеслах, кулінарних традиціях і простих видах відпочинку на природі. Така структура формує особливий набір очікувань у туристів: автентичність, простота, контакт із природою й локальними мешканцями [21].

З точки зору композиції, туристичний продукт сільського зеленого туризму має ядро та супровідні елементи. Ядром може бути конкретна туристична послуга або серія дій – наприклад, розміщення в садибі, участь у сільськогосподарських роботах або тематична екскурсія місцевістю. Супровідні елементи включають харчування з локальних продуктів, організовані майстер-класи, трансфер, інформаційні матеріали, сувенірні пропозиції та співпрацю з місцевими підприємцями. Разом ці компоненти перетворюються на пакет, який

продається туристу як завершена пропозиція. При цьому важливу роль відіграє якість сервісу: рівень гостинності, безпека, доступність інформації та зручність бронювання [33, с. 539].

Правове поле й стандартизація також впливають на формування турпродукту. В українському контексті юридичні норми і практики визначають, які послуги вважаються туристичними, як класифікуються об'єкти розміщення та які вимоги ставляться до суб'єктів господарювання. У правовому полі чітко окреслено, що туристичний продукт існує як попередньо розроблений комплекс послуг, що поєднує різні елементи обслуговування. Це має наслідки для оформлення договорів з туристами, повернення коштів, відповідальності та оподаткування. Законодавчі підходи створюють рамки, у межах яких місцеві ініціативи можуть нормативно оформлювати свою діяльність як туристичну послугу.

Функціонально туристичний продукт сільського зеленого туризму виконує кілька ролей одночасно. По-перше, він задовольняє потребу відпочинку і відновлення, забезпечує естетичне задоволення від природи та культурних практик. По-друге, він стає джерелом доходу для сімейних господарств і малих підприємств у селі через розміщення, продаж харчових продуктів, екскурсійні послуги та ремісничі вироби. По-третє, продукт виконує освітню функцію: знайомить міського відвідувача з агрокультурними процесами, місцевими традиціями і природними особливостями. Ця множинна роль впливає на підхід до формування пакета послуг, ціноутворення й маркетингу, оскільки важливо балансувати між економічною рентабельністю і збереженням автентичності [3].

Аналізуючи структуру вартості туристичного продукту, слід враховувати витрати на підготовку приміщень і обладнання, закупівлю або вирощування продуктів харчування, оплату праці, логістику та маркетинг. Частина витрат спрямовується на підтримку природного середовища й інфраструктури, без якої неможливе забезпечення якісного сервісу. Розуміння цих складових дозволяє виділити модель ціноутворення, у якій ціна відображає не лише матеріальні витрати, а й культурну цінність, унікальність досвіду та рівень наданої

гостинності. Саме через таку прозорість у формуванні ціни споживач може оцінити співвідношення «ціна – досвід», а власник садиби – проектувати стійку діяльність [33, с. 542].

Ключовим ресурсом турпродукту є місцева спільнота і її культурний капітал. Здатність господарів передавати автентичні практики, розповідати історії, залучати туриста до реальних дій робить продукт живим і відмінним від масового відпочинку. Ця взаємодія створює нематеріальний шар продукту – емоції, враження, відчуття причетності, які часто стають головним мотивом повторного візиту або рекомендації. Оцінка цих нематеріальних складових вимагає від розробника турпродукту уваги до деталей: вміння комунікувати, підготовки сценаріїв вражень і забезпечення якісної комунікації між гостем і господарем [28].

Інфраструктурна компонента представлена як базовою (житло, вода, енергопостачання, доступна дорога), так і додатковою (комунікації, медична допомога, інформаційні стенди, сервіси бронювання). Наявність мінімально необхідної інфраструктури визначає стандарти безпеки і комфорту, а також впливає на тривалість перебування туриста і типи пропонованих послуг. Для сільського зеленого туризму характерні невеликі обсяги і персоналізований сервіс, тому інфраструктура часто адаптується під місцеві можливості й культурні особливості.

Маркетингове відображення турпродукту побудоване на пакуванні досвіду – створенні образу садиби або маршруту, що приваблює певний сегмент туристів. Упакований продукт включає опис послуг, фотоматеріали, відгуки, інформацію про доступність та правила перебування. Важливу роль відіграє чесне позиціонування щодо рівня комфорту та характеру досвіду, оскільки очікування туриста мають співпадати з реальністю. Невідповідність між очікуванням і реальним продуктом призводить до негативних відгуків, що швидко поширюються через цифрові платформи й знижують довіру до конкретної пропозиції.

Роль посередників і каналів збуту також належить до структури продукту. Сільські пропозиції можуть продаватися напряду господарями через соціальні мережі або сайти бронювання, а можуть просуватися через регіональні агенції й тематичні платформи. Кожний канал вимагає окремої адаптації продукту: фотографії, опис, пакет послуг та умови бронювання повинні відповідати формату платформи й очікуванням її аудиторії. Взаємодія з посередниками також впливає на цінову політику та частку прибутку, що залишається у власника садиби [29].

Оцінювання якості туристичного продукту відбувається через низку параметрів: відповідність опису, чистота й гігієна, безпека, доступність послуг, ввічливість персоналу, а також рівень задоволення від культурного й природного досвіду. Збір відгуків і системний аналіз оцінок дозволяє коригувати складові продукту. В освітньому і науковому середовищі підкреслюють, що показниками якості мають бути не тільки економічні результати, але й вплив на довкілля та соціальне благополуччя громади. У сільському зеленому туризмі ця подвійна відповідальність є невід'ємною частиною поняття «зеленості» продукту [25, с. 170].

Туристичний продукт у сільській місцевості слід розглядати як інтегративний комплекс, що поєднує ресурсний потенціал території і можливості його трансформації у послуги для відвідувачів. Ця позиція підкреслює важливість системного підходу: ресурс сам по собі стає продуктом лише через організацію послуг, експертизу господарів і створення умов для споживання цього ресурсу. Такий підхід дозволяє зв'язати економічний вимір з культурною й екологічною складовими.

Порівнюючи міжнародні підходи, слід зазначити, що європейські практики акцентують увагу на мультисекторальності продукту і на необхідності інтеграції аграрного, екологічного й культурного складників у єдиний пакет послуг. Аналітичні матеріали Європейського парламенту також відображають ідею, що розвиток сільського туризму повинен опиратися на адаптацію місцевих ресурсів

під потреби туристичного попиту, зберігаючи при цьому екологічну сталість та соціальну відповідальність [34].

Отже, поняття й структура туристичного продукту в системі сільського зеленого туризму являють собою комплексну конструкцію, де матеріальні та нематеріальні елементи поєднуються для створення автентичного природно-культурного досвіду. Такий продукт формується через місцеві ресурси, господарську діяльність, інфраструктуру, сервіс і маркетинг, і оцінюється за критеріями якості, безпеки та впливу на громаду. Розуміння цієї структури допомагає аналізувати поведінку туристів, формувати адекватні пакети послуг і коректно відображати цінність сільського зеленого туризму в економічних і соціальних термінах.

1.3. Нормативно-правове забезпечення розвитку сільського зеленого туризму в Україні

Нормативно-правове поле, яке регулює розвиток сільського зеленого туризму в Україні, складається з різних за силою і ціллю актів: конституційних норм, законодавчих актів, підзаконних норм, місцевих рішень і міжнародних документів, котрі впливають на практику організації відпочинку в сільській місцевості. Центральне місце в цьому полі займає основний галузевий закон, який визначає загальні принципи діяльності туристичної сфери, понятійно структурує відносини між суб'єктами ринку та встановлює правовий режим надання туристичних послуг. Закон України «Про туризм» За нього прямо й опосередковано формуються правила реєстрації туристичних послуг, відповідальності операторів, безпеки туристів та взаємодії з органами влади [15].

Поряд із галузевим законом важливу роль відіграють стратегічні документи, які визначають державні цілі та пріоритети розвитку туристичної індустрії, серед яких увага до розвитку внутрішнього туризму і, зокрема, сільського зеленого туризму. Офіційні стратегічні плани закладають орієнтири щодо інфраструктурних інвестицій, підтримки сервісу та популяризації напрямів, що мають локальний характер і опираються на природний і культурний

потенціал регіонів. Ці документи відображають прагнення державних органів до формування умов для зростання числа внутрішніх туристів і доходів від туризму [17].

Ще один рівень нормативного забезпечення формується через підзаконні акти і положення, видані центральними органами виконавчої влади, які безпосередньо регулюють діяльність у сфері туризму. Орган, відповідальний за реалізацію державної політики у сфері розвитку туризму, виконує координаційну функцію, формує стандарти, збирає статистику і здійснює просвітницькі та інформаційні проєкти щодо брендування регіонів. У межах свого мандату та на підставі постанов і розпоряджень уряду цей орган розробляє регламенти й методичні рекомендації для місцевих адміністрацій та підприємців, що працюють у сільському зеленому туризмі [4].

Ліцензування окремих видів діяльності, реєстрація готельних засобів розміщення, питання пожежної безпеки, санітарних норм і податкові режими – усе це визначається багатьма секторальними актами, які частково не були орієнтовані саме на сільський зелений туризм під час їх прийняття, але мають безпосередній вплив на практику. В окремих випадках господарські суб'єкти, що надають послуги мешканцям і гостям у селах, потрапляють під регулювання загального законодавства про підприємницьку діяльність, санітарні вимоги для закладів громадського харчування або правил роботи баз відпочинку. Це породжує необхідність відображення специфіки малих сімейних господарств у підзаконних актах, адже вони часто виконують одночасно кілька функцій: житлову, комерційну та аграрну. Існування різнорідних норм ускладнює юридичну класифікацію таких суб'єктів і створює правову невизначеність щодо обсягу дозволених дій та відповідальності власників.

Регулювання земельних відносин і використання сільськогосподарських угідь також має прямий зв'язок із сільським зеленим туризмом, адже надання послуг часто відбувається на приватних або орендованих ділянках, у фермерських господарствах чи на теренах, що охороняються як природні чи культурні ландшафти. Нормативи про землекористування, захист природного

середовища, порядок розміщення тимчасових споруд та благоустрою територій визначають просторові межі можливостей для створення міні-осередків відпочинку в сільській місцевості. У практиці це означає, що власник, який приймає гостей, має враховувати вимоги щодо охорони природних ресурсів, санітарії, безпеки та естетики довкілля, які закріплені в різних правових актах.

Податкове законодавство і правила для малого та середнього бізнесу впливають на економічну привабливість занять сільським зеленим туризмом. Для багатьох господарств робота з гостями є доповненням до основного доходу від сільського господарства, тому важливим є чітке розмежування понять: господарська діяльність, надання послуг розміщення та харчування, додаткові рекреаційні послуги. Наявні норми оподаткування, спрощені системи для ФОП і правила обліку доходів формують операційну реальність господарств, які хочуть легалізувати свою діяльність у туристичній сфері. У деяких випадках складність адміністрування і небажання входити у формальні реєстри стримують легалізацію мікро підприємництва у селі.

Місцеве самоврядування, що в останні роки отримало більше повноважень унаслідок реформи децентралізації, набуло важливого значення для нормотворення і реалізації політики в туристичній сфері на рівні громад. Місцеві ради затверджують програми розвитку туризму, визначають пріоритетні території, ведуть роботу з брендування і часто уніфікують підходи до надання дозволів для розміщення тимчасових споруд та організації культурних подій. Така близькість до місцевих реалій дозволяє враховувати специфіку сільських громад, але одночасно породжує різноманітність регуляторних рішень у різних регіонах, що ускладнює загальну системність підходу до сектору.

Управлінська практика держави також бере до уваги міжнародні стандарти і рекомендації, зокрема аналітику та методичні матеріали міжнародних організацій, присвячені розвитку сільського туризму і сталим практикам. Ці документи служать джерелом інформації для формування методології оцінки впливу туризму на екосистеми, для створення інструментів підвищення якості послуг у сільських господарствах і для розбудови маршрутів, що інтегрують

природні та культурні пам'ятки. Міжнародні напрацювання допомагають зіставляти національні норми з практиками інших країн і адаптувати їх до українських умов без прямого копіювання [35].

Питання безпеки та відповідальності туристичних послуг у сільській місцевості мають як загальнонаціональний, так і секторальний характер. Законодавство про захист споживачів, правила надання послуг готельного та харчового характеру, норми щодо медичного забезпечення та страхування туристів утворюють юридичне підґрунтя для відповідальності власників і операторів. Практичне застосування цих норм у сільських умовах іноді виявляє розрив між формалізацією вимог і можливостями малих господарств їх виконувати, що породжує потребу у діалогах між місцевою владою і підприємцями щодо адекватності регулювання.

Важливим елементом нормативного забезпечення є питання стандартизації та класифікації послуг у туризмі. Наявність єдиних підходів до класифікації засобів розміщення, критеріїв якості обслуговування і маркування туристичних продуктів полегшує орієнтацію споживача і сприяє формуванню довіри до сільських пропозицій. Водночас багато стандартів було спочатку розроблено для готельного сегмента міст і курортів, тому їх адаптація до малих селянських осередків часто викликає складнощі.

Роль навчальних і консультаційних інструментів у нормативному полі також помітна. Державні агенції та міжнародні партнери готують посібники, методичні і навчальні програми, що пояснюють юридичні вимоги, процедури реєстрації та технології роботи з гостями. Ці матеріали не є нормативними актами, але виконують просвітницьку функцію, яка допомагає господарствам розуміти, як працювати в рамках закону та як оформлювати свою діяльність. Доступність таких матеріалів і їхня простота викладу мають значення для масової легалізації послуг у селі.

Аналіз міжсекторальної взаємодії показує, що нормативно-правове регулювання сільського зеленого туризму в Україні формується на стику кількох політик: аграрної, екологічної, економічної та культурної. Це створює

множинність правил і потребує узгодження норм між різними відомствами та рівнями влади. Практичні наслідки такої множинності проявляються в різному підході до класифікації діяльності, різних вимогах до оформлення документів і неоднакових підходах контролю.

У періоди зовнішніх шоків, таких як епідемії, війни або інші надзвичайні ситуації, нормативна база демонструє свою важливість: від наявності чітких інструкцій залежить можливість легального тимчасового пристосування сільських господарств до нових умов роботи. Державні плани і розпорядження в такі моменти стають основою для вирівнювання відносин між органами влади й підприємцями, хоча швидкість і точність реакцій іноді залишаються проблемою.

Отже, нормативно-правове забезпечення розвитку сільського зеленого туризму в Україні є багатовимірним явищем, що складається з галузевих законів, стратегічних документів, підзаконних актів, місцевих рішень і міжнародних рекомендацій. Воно охоплює питання безпеки, землекористування, стандартизації, оподаткування та міжвідомчої координації. Державні органи формують нормативні рамки, а міжнародні організації надають методичну підтримку, що разом створює основу для розвитку сільського зеленого туризму в національному контексті.

1.4. Вітчизняний та зарубіжний досвід формування туристичних продуктів сільського зеленого туризму

Україна та зарубіжний досвід формування туристичних продуктів сільського зеленого туризму показують широкий спектр підходів – від неформальної ініціативи окремих господарств до системних державних програм. В основі будь-якого успішного туристичного продукту лежить поєднання природних ресурсів, культурної автентики, наявної інфраструктури та вміння робити цю пропозицію зрозумілою і привабливою для конкретних сегментів відпочивальників. Вітчизняні приклади здебільшого починалися з ініціатив місцевих мешканців, котрі пропонували житло й побутові практики як альтернативу міському відпочинку; згодом окремі громади навчилися

об'єднувати декілька господарств у маршрути або тематичні пропозиції – наприклад гастрономічні вечори, майстер-класи з народних ремесел, участь у сільськогосподарських роботах під наглядом господаря. У низці регіонів це дозволило зменшити сезонність доходів і створити додаткові робочі місця в селі, але процес часто залишався фрагментарним через брак стандартизації послуг, маркетингу та доступу до фінансування [5].

На державному рівні в Україна виникає потреба унормувати поняття і процедурні питання: реєстрацію господарств як туристичних об'єктів, безпеку, екологічні вимоги та канали підтримки через програми місцевого розвитку. Упродовж 2015–2025 років українські наукові та аналітичні публікації описували спроби законодавчого врегулювання та ініціативи з боку об'єднаних територіальних громад, які використовували гранти і проекти міжнародної технічної допомоги для навчання господарів, створення туристичних маршрутів і невеликої інфраструктури. Деякі громади демонстрували помітний прогрес завдяки координації з місцевими радою та агроформуваннями, але бракувало єдиних стандартів брендування, інформаційних платформ і системи сертифікації, яка б підвищувала довіру туристів до якості послуг.

Зарубіжний досвід ілюструє кілька відмінних моделей. У певних країнах Західної Європи розвиток сільського туризму спирався на приватні ініціативи господарств, які одночасно одержували державні або регіональні субсидії на реконструкцію і просування. У таких місцях, як Польща, процес формування туристичних продуктів часто супроводжувався створенням навчальних програм для господарів, відкриттям мереж локального сервісу й активним співробітництвом із місцевими туристичними організаціями. Польські приклади демонструють, що важливу роль грає системність: кадастровий облік місць розміщення, класифікація типів послуг, участь у регіональних маркетингових кампаніях і робота з туристичними агентствами, що дозволяє сільським пропозиціям виходити на внутрішній і зовнішній ринок. Кейси з Польщі також показують, що успіх підсилюють тематичні продукти, пов'язані з природною спадщиною або локальною кухнею, коли господарі формують унікальний досвід

– наприклад участь у зборі ягід, приготуванні традиційних страв або відвідинах ремісничих майстерень [32].

Інший тематичний напрям – агротуризм у країнах Південної Європи, де модель «agriturismo» поєднує гастрономію, виноробство та розміщення в сільських господарствах. У цьому випадку туристичний продукт часто народжується не тільки як додатковий до фермерства дохід, а як комплексна пропозиція з чітко оформленим сервісом: дегустації, екскурсії на виноградники, майстер-класи з приготування локальних страв і мережі партнерств між готелями, ресторанами і локальними виробниками. Така цілісність образу дозволяє продукти легко продавати через туристичні платформи та туроператорів, адже вони відповідають очікуванням певної аудиторії – найбільшою мірою культурно-орієнтованих і гастрономічно зацікавлених мандрівників [19].

Міжнародні організації наголошують на важливості інтеграції туризму в місцеву політику розвитку. UNWTO у своїх рекомендаціях для сільських територій вказує на роль туризму як інструмента розвитку, що має поєднувати економічні вигоди й збереження культурно-природної спадщини; ключовими компонентами програми є навчання місцевих ініціатив, розвиток маркетингу і створення платформ для обміну досвідом між громадами. На міжнародному рівні також з'явилися ініціативи на кшталт «Best Tourism Villages», які визнають і просувають успішні практики сільських громад. Ці підходи формують рамку для створення туристичних продуктів, які не тільки приваблюють відвідувачів, а й підтримують довгострокову стійкість місцевих екосистем і культурних практик

Порівняльний аналіз показує, що успішні продукти сільського зеленого туризму мають спільні елементи, незалежно від країни: зрозумілу тематичну ідентичність, якісний базовий сервіс (розміщення, харчування, безпека), додаткові активності, що роблять перебування унікальним, та канали просування. Водночас форми організації різняться. Деякі країни концентруються на офіційних стандартах і класифікації господарств, інші – на локальних брендах

і мережевих партнерствах між фермерами, турагенціями й громадськими організаціями. У країнах зі сформованою культурою гастрономічного туризму турпродукти зазвичай містять чіткі гастровизначники; в країнах з потужними природними ресурсами акцент робиться на природничих маршрутах і активностях на відкритому повітрі [30].

У декількох українських сільських громадах господарі об'єднувалися навколо одного тематичного мотиву: відтворення локальних ремесел або організація фестивалів врожаю. Це давало можливість створити короткі маршрути вихідного дня для містян, поєднати проживання з майстер-класами і локальним харчуванням. Інші приклади в Україні показують, що невеликі ініціативи з інвестицій на розвиток інфраструктури (ремонт доріг, облаштування зон відпочинку) у співпраці з місцевими туристичними агенціями давали змогу масштабувати продукт на регіональний рівень. Водночас проблеми з'єднані з доступом до якісного маркетингу – багато господарств не мають знань або ресурсів для просування своїх послуг у цифровому середовищі.

На прикладі Польщі видно, як важливо системно працювати з професійним підходом до менеджменту магазину послуг: там поширене створення мереж рекомендацій, участь у проєктах транснаціональної співпраці, а також використання державних і європейських програм підтримки малого бізнесу для модернізації господарств. Дослідження польських кейсів вказують, що успіх залежить від того, наскільки господарство вміє перетворити аграрну практику на привабливу туристичну історію і побудувати її за бізнес-логікою: пакети послуг, сезонні пропозиції, інформаційні матеріали мовами цільових ринків [32].

Коли мова йде про крос-національні поради, корисним стає використання міжнародних ініціатив та навчання. Програми, що фінансують тренінги для господарів, маркетингові кампанії і розвиток маршрутів, допомагають переважно тим громадам, що вже мають базову привабливість: ландшафти, культурні об'єкти або локальні продукти. Окремі проєкти документують успіх у випадках, коли місцеві ініціативи отримували допомогу у формуванні цілісного продукту – від вихідної ідеї до пакування і просування пропозиції для конкретного сегмента

туристів. Це підкреслює важливість поєднання навчання, фінансування і партнерств для створення стійкого пропозиційного набору [30].

Технічні та маркетингові складові продукту варто розглядати окремо, адже саме вони забезпечують, щоб потенційний клієнт знайшов і обрав саме цю пропозицію. Технічно необхідні стандарти безпеки, санітарії і мінімального комфорту, інфраструктура доступу і збереження природного середовища. Маркетингово важливі якісні фото, описи досвіду, відгуки, можливість онлайн-бронювання і присутність на популярних туристичних платформах. У багатьох зарубіжних прикладах саме стандартизація пропозицій і цифрова видимість стали переломними факторами, що дозволили маленьким господарствам вийти на ширшу аудиторію.

Соціальний аспект також не варто ігнорувати: сільський зелений туризм працює краще там, де громада бачить у туристичному продукті не загрозу, а джерело збереження традицій і додаткового доходу. У багатьох закордонних прикладах формування туристичного продукту супроводжувалося роботою з громадою: спільні правила, розподіл доходів від подій, правила поведінки для туристів і заходи з охорони довкілля. Це знижувало конфлікти й допомагало формувати автентичний продукт, який при цьому не руйнує локальну культуру [36].

Отже, зарубіжний і вітчизняний досвід формування туристичних продуктів сільського зеленого туризму демонструє, що основні успіхи досягаються через поєднання місцевої ініціативи і зовнішньої підтримки: навчання, стандартизація, маркетинг і створення партнерств. Кейси з різних країн підтверджують, що тематична ідентичність, якість базових сервісів, доступність інформації і взаємодія з громадою є ключовими складовими, які перетворюють окремі господарства на конкурентні туристичні продукти. При цьому кожна модель адаптується до локальних умов: клімату, культури, інфраструктури й доступу до ринку, що формує багатовекторний, але водночас практичний набір підходів для тих, хто створює сільський зелений туристичний продукт.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОТЕНЦІАЛУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ ДЛЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

2.1. Природно-ресурсний та історико-культурний потенціал Черкаської області

Черкаська область має багатий природно-ресурсний і історико-культурний потенціал, який формується поєднанням річкових ландшафтів, чорноземних ґрунтів, лісових масивів і численних пам'яток історії та культури. Область розташована в центрі України і охоплює частини дніпровської заплави, локальні водосховища та річкові притоки, що визначає її роль як важливої зони водних ресурсів і біорізноманіття. Стратегія розвитку регіону (2021–2027) системно фіксує природні особливості області, згадуючи помірно континентальний клімат, розвинуту аграрну спеціалізацію та необхідність збереження природних комплексів як частини економічної бази регіону [22].

До основних природних ресурсів Черкащини належать поверхневі води головного стоку – Дніпро – і його притоки, родючі ґрунти та лісові масиви. Дніпро забезпечує область значним обсягом прісної води, формує заплавні екосистеми і створює водні ландшафти, які використовувалися як природні шляхи, рибні місця та рекреаційні простори. Прикладами локальних екологічних проблем є процеси евтрофікації та надмірного заростання водойм, які зафіксовані в дослідженнях щодо верхнього каскаду річкових водосховищ і у звітах про стан басейну Дніпра. Ці процеси впливають на якість води, видову структуру риб й інші екосистемні послуги, що наголошує на важливості моніторингу й управління водними ресурсами в регіоні [26].

Ґрунтовий ресурс Черкаської області є одним із визначальних факторів її аграрної спеціалізації. На більшій частині площі поширені чорноземи, які історично забезпечили високі врожаї зернових і технічних культур. Міжнародні огляди й національні дослідження підкреслюють, що чорноземні ґрунти України, у тому числі й у Черкаській області, містять значну кількість органічної речовини та слугують основою продовольчої продуктивності регіону. Разом з тим є ризики

деградації гумусу при інтенсивному землекористуванні, необхідність збереження структури ґрунту та застосування агротехнік, що підтримують родючість. Це видно на прикладах місцевих ферм і дослідних господарств, де проводилися експерименти з мінімальною обробкою ґрунту та підвищенням внесення органічних добрив [37].

Лісові й ландшафтні комплекси Черкащини мають локальне і національне значення. Значна частина природоохоронного фонду області представлена невеликими за площею об'єктами природно-заповідного фонду – заказниками, пам'ятками природи, регіональними парками – і кількома національними природними парками. Серед відомих прикладів останніх років – створення національного природного парку «Холодний Яр», що покриває частини традиційного історико-природного регіону зі степовими та лісовими ділянками (див. рис. 2.1). У зоні лісів і лісосмуг трапляються рідкісні види рослин і тварин, а також місця з високою цінністю для рекреації та освіти.



Рис. 2.1 – Національний природний парк «Холодний Яр»

Особливу роль у культурній і природній картині Черкащини відіграє комплекс пам'яток, пов'язаних із національною історією та культурою. На

прикладі міста Канів це поєднання природного ландшафту і меморіального значення – місце поховання Тараса Шевченка на Чернечій горі, що є частиною Шевченківського національного заповідника (див. рис. 2.2). Самі музейні та меморіальні комплекси охоплюють невелику територію, але мають велике символічне й туристичне значення: сюди щороку приходять і приїжджають відвідувачі з усієї країни, що підкреслює роль пам'яток у збереженні культурної пам'яті та формуванні регіональної ідентичності. Тарасова гора як ландшафт і як музейний простір визнана за національним статусом і має комплексну охорону культурної й природної спадщини.

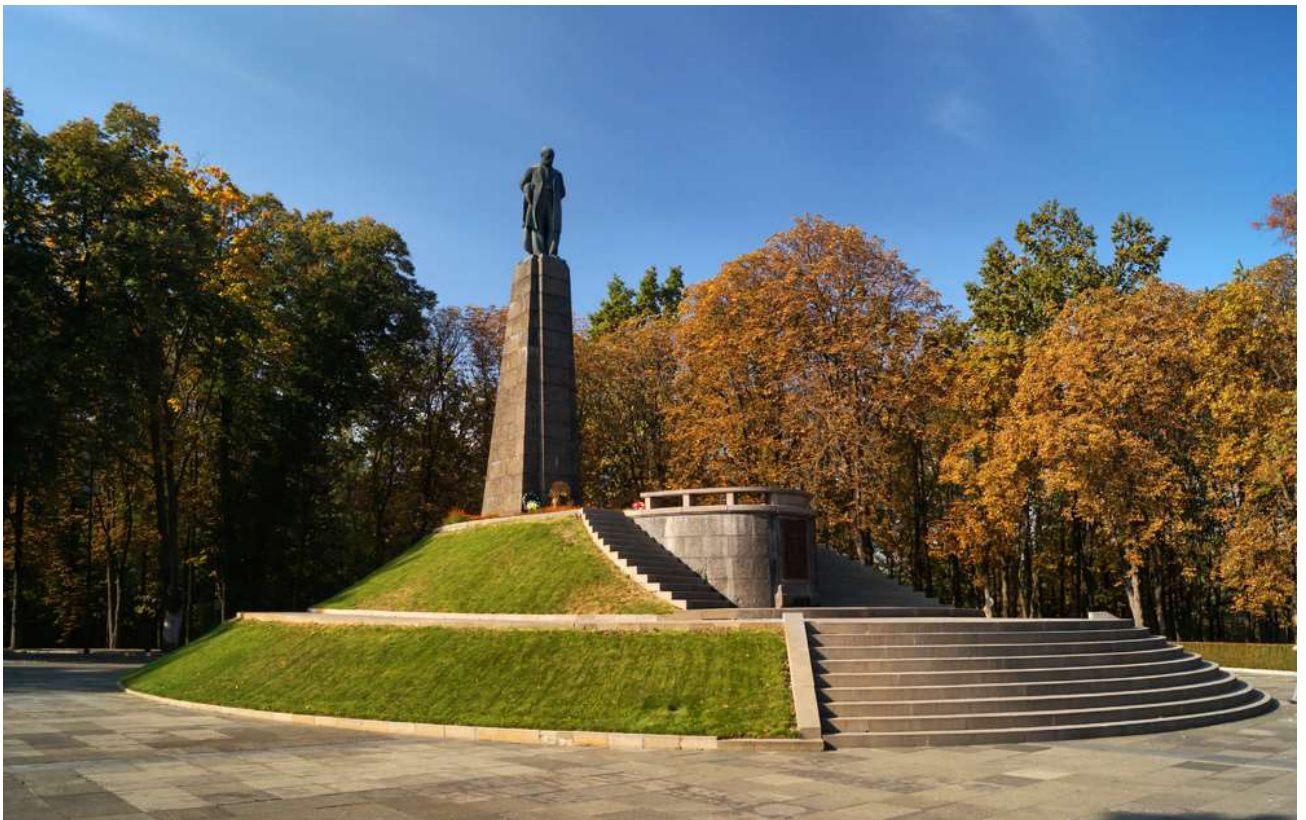


Рис. 2.2 – Місце поховання Тараса Шевченка на Чернечій горі

Історико-культурний пласт Черкаської області дуже насичений – це численні городища, козацькі укріплення, церкви, хутори і місця, пов'язані з повстанським рухом кінця XVII – початку XVIII століть. Один із помітних прикладів культурного заповідного простору – національний історико-культурний заповідник «Чигирин», що зберігає пам'ятки гетьманської доби і козацької культури. У музейних архівах та на експозиціях можна побачити речі

та документи, які ілюструють роль регіону у державотворчих процесах та місцевій соціальній історії. Такі об'єкти служать джерелом для наукових досліджень і формують туристичний попит на культурні події та маршрути.

Біорізноманіття Черкаської області має локальні особливості, пов'язані з заплавами Дніпра, балками та лісостеповими ділянками. На прикладі Канівського природного заповідника видно значну видову різноманітність: тут зберігаються рідкісні й охоронювані види флори й фауни, а також унікальні природні комплекси заплавних островів і скель. Заповідні території мають важливе значення як наукові бази для досліджень, так і як опорні точки для збереження генетичного фонду видів. У практиці досліджень часто фіксують сітки біотопів, які слугують індикаторами стану довкілля та змін під впливом антропогенних факторів.

Соціально-економічний контекст природних ресурсів Черкащини пов'язаний із землеробством, лісовим господарством, рибальством і рекреацією. Агропромислова діяльність базується на чорноземах і традиційних культурах: зернових, олійних та кормових. Приклади фермерських господарств показують різний рівень технологічного оснащення: є господарства з інтенсивними технологіями та великі агрохолдинги, а є невеликі сімейні ферми зі змішаним виробництвом. Лісове господарство частково забезпечує місцеву переробку деревини, а водні ресурси підтримують рибальство та аматорський відпочинок уздовж берегів. У той самий час сукупність цих видів використання створює конкуренцію за ресурси і вимагає управлінських рішень для збалансованості природокористування; це відображено в регіональних планах та дослідженнях [18].

Історико-культурна інфраструктура включає музейні комплекси, меморіали, археологічні пам'ятки й локальні етнографічні осередки. Музеї у Каневі та Чигирині демонструють експозиції, пов'язані з козацькою епохою, національним культурним рухом і повсякденним життям минулих століть. Ці інституції часто мають науково-освітню функцію: вони зберігають архіви, організовують виставки і публічні заходи, що робить культурну спадщину

доступною для місцевих жителів і відвідувачів. На практиці це виглядає як поєднання експозиційної роботи, наукових публікацій і співпраці з освітніми закладами [24].

Рекреаційний потенціал регіону пов'язаний з привабливими берегами Дніпра, тематичними маршрутами навколо меморіалів та природними масивами. Пляжі, малі курортні центри і річкові порти слугували в минулому місцями масового відпочинку. На місцевому рівні є випадки комплексного використання пам'яток: музеї поєднуються з природними стежками, а історичні події інтерпретуються через музейні програми. Така практика підсилює зв'язок між культурною спадщиною і ландшафтом і створює кілька прикладів локальної туристичної активності. Важливо відзначити, що рекреація в таких місцях часто потребує уваги до збереження природних ресурсів та регулювання відвідуваності [7].

У регіональній практиці трапляються успішні приклади співпраці наукових установ, місцевих рад і громад у збереженні природних та культурних об'єктів. На рівні документів це проявляється в обліку природно-заповідного фонду, розробці регіональних стратегій і в роботі заповідників, які поєднують охорону та дослідження. Конкретні кейси демонструють, як музейні колекції та природні території використовуються для освіти і наукових спостережень, що підтверджують їхню роль як ресурсів для науки і громад [14].

Таким чином, Черкаська область – регіон з помітними природними і культурними ресурсами: річкові системи, чорноземні ґрунти, заповідні масиви і багатство пам'яток історії. Ці складові створюють основу для місцевої економічної активності в сільському господарстві, дослідженнях і культурно-освітній діяльності. Аналіз показує одночасну наявність можливостей і викликів у сфері збереження природних систем та культурної спадщини; збереження ґрунтового покриву, контроль за станом водних екосистем і підтримка музеїв та заповідників залишаються ключовими елементами, що визначають стан природно-ресурсного та історико-культурного потенціалу Черкащини.

2.2. Стан інфраструктурного забезпечення сільського зеленого туризму в регіоні

Транспорт залишає неоднозначне враження: протяжність дорожньої мережі в регіоні значна, але її технічний стан часто обмежує комфорт і безпеку поїздок з міст у села та між селами. У регіональних документах фіксується велика мережа доріг з різним балансоутримувачем, проте в полях практики це часто означає нерівномірне фінансування і ділянки з низькою якістю покриття. На місцях це помітно: сезонні потоки туристів на напрямках до популярних пам'яток і сільських садиб ускладнюються через ямковість і обмежену пропускну здатність другорядних шляхів, що впливає на час у дорозі й зручність пересування. За даними місцевих оглядів і публікацій, проблеми стану доріг залишаються системними, зокрема у роки після дощів і танення снігу, коли багато автошляхів потребують поточного ремонту [9].

Доступ громадським транспортом до сільських територій часто обмежений. Великі міські центри регіону мають регулярне автобусне сполучення з районними центрами, проте мережа місцевих маршрутів до віддалених сіл не завжди синхронізована з туристичними потоками. Це робить автономний транспорт практично обов'язковим для відвідувачів сільських садиб і еко-маршрутів, що, у свою чергу, впливає на структуру попиту: переважають сімейні та групові поїздки на авто або організовані тури. Одночасно на популярних напрямках спостерігається перевантаження паркувальних майданчиків у сезон, особливо біля відомих рекреаційних точок і набережних.

Рекреаційна інфраструктура навколо ключових туристичних місць регіону має різну якість і різні масштаби. Наприклад, на прикладі національного дендрологічного парку Софіївка у місті Умань видно, що великі природно-культурні об'єкти здатні приймати сотні тисяч відвідувачів на рік і мають розвинутий набір послуг: каси, екскурсійне обслуговування, маркування маршрутів, зоновані місця для відпочинку. Завдяки такій інфраструктурі такі місця формують значну частку внутрішнього потоку туристів у регіоні [12].

Проте у менш відомих природних і історичних локаціях часто бракує навіть базового маркування траси, інформаційних стендів і санітарних вузлів, що зменшує привабливість для тих відвідувачів, котрі очікують більш стандартизованого сервісу.

Готельна база в сільській місцевості регіону представлена переважно невеликими садибами, приватними гостьовими будинками та кількома туристичними базами на водних чи лісових масивах. Кількість зареєстрованих садиб у регіональних планах розглядають як потенціал для внутрішнього туризму, і низка місцевих ініціатив має на меті збільшення кількості таких закладів. У проєктах планів розвитку згадуються очікувані результати щодо зростання числа сільських садиб, однак офіційна статистика по кількості саме класифікованих агросадиб у розрізі районів подається рідше і зазвичай фрагментарно. Практичний наслідок – широке різноманіття стандартів обслуговування: від простих місць з мінімальним набором зручностей до комфортних садиб з частково пристосованими приміщеннями та програмами дозвілля. Це відображається у відгуках відвідувачів: люди, які шукають «специфічний сільський досвід», задоволені, а ті, хто очікує сервісу на рівні невеликого готелю, можуть бути розчаровані.

Інженерні мережі у сільській місцевості мають неоднорідний рівень розвитку. Електропостачання в більшості населених пунктів стабільне, хоча є випадки локальних відключень і потреби в модернізації мереж. Проблеми з централізованим водопостачанням і каналізацією у віддалених селах трапляються частіше: багато садиб використовують індивідуальні джерела водопостачання, колодязі, автономні очисні споруди або привозну воду. Це має наслідком те, що частина туристичних пропозицій адаптує формат дозвілля відповідно до наявності інженерних комунікацій, а не навпаки. Доступ до якісних послуг очищення стічних вод і поводження з відходами у багатьох громадах є слабкою стороною, особливо поблизу природних масивів і малих водойм, де неправильне поводження з відходами може завдати шкоди природі і рекреаційній привабливості.

Цифрова інфраструктура за останні роки змінила очікування від туристичного сервісу, але її наявність у сільських громадах Черкащини дуже варіює. На рівні державних програм і місцевих рішень були ініціативи щодо підключення громад до швидкісного інтернету, і в 2021 році частина громад області отримала субвенції і проєкти з підключення соціальних закладів і населених пунктів до інтернету. Ця подія полегшила доступ до послуг онлайн-бронювання і промоції місцевих садиб у деяких громадах. Водночас локальні моніторинги показують, що в кінці періоду 2021–2025 років залишались населені пункти з критично низьким рівнем покриття або без фіксованого інтернету взагалі, що обмежує можливості для цифрового маркетингу сільських турпродуктів і для дистанційного обслуговування туристів. Таким чином, цифрова нерівність залишається фактором, який розподіляє громади на більш конкурентоспроможні і менш конкурентоспроможні в туристичному плані [10].

Культурно-історичні пам'ятки регіону є важливою підтримкою для сільського зеленого туризму. Унікальні історичні комплекси в різних частинах області приймають десятки тисяч відвідувачів і створюють інтерес до прилеглих сільських територій; прикладом може бути комплекс у місті Канів з його шевченківськими локаціями та музеями, а також національний історико-культурний заповідник у місті Чигирин, де функціонує мережа музеїв і меморіалів. Великі відвідувані точки створюють додатковий попит на розміщення і харчування у сусідніх селах, але цей попит реалізується лише там, де є хоча б мінімальна сервісна інфраструктура: дороги, паркінги, інформаційні стенди, базові громадські вбиральні.

Сервісне забезпечення – це ще одна важлива складова: інформаційні центри, музеї, громадські вбиральні, мережі громадського харчування і аптеки у сільських районах працюють нерівномірно. У популярних туристичних осередках ці сервіси розвинені добре, тоді як у віддалених селах їх мало або вони тимчасові (сезонні ринки, точки харчування під час фестивалів тощо). Відтак уявлення про «комфортний відпочинок у селі» залежить від того, в якій саме громаді відбувається перебування. Інформаційна видимість садиб і подій також

відрізняється: частина ініціатив активно використовує соціальні мережі та платформи, інші – покладаються на «сарафанне радіо».

Отже, стан інфраструктурного забезпечення сільського зеленого туризму в регіоні характеризується суттєвими внутрішніми відмінностями: є приклади добре налагодженої взаємодії природних і культурних ресурсів з інфраструктурою та сервісом, які дають стале відвідування, і водночас залишаються території з недосконалими дорогами, обмеженим доступом до інтернету і недостатнім інженерним забезпеченням.

2.3. Аналіз попиту та цільової аудиторії туристичних послуг у сфері сільського зеленого туризму

Попит на сільський зелений туризм у Черкаській області має помітну сезонність і просторову нерівномірність. Основні сплески попиту припадають на весняно-літній період і на короткі вихідні, коли міські жителі шукають короткостроковий відпочинок на природі. Одночасно існує попит на пізнавальні й освітні візити в межах шкільних і студентських програм, а також на триваліший відпочинок у форматі сімейного відпочинку або групових поїздок для святкування подій. Внутрішні туристи формують основний попит на сільські садиби та агропослуги, тоді як довші й дорожчі тури з культурною програмою частіше приваблюють в'їзних туристів. Суттєвим фактором є доступність локацій від великих центрів, що визначає частоту коротких поїздок і популярність місць, розташованих ближче до транспортних вузлів [6]. У таблиці 2.1 наведено кількісні показники потоків туристів у Черкаській області.

Якщо говорити про цільову аудиторію, то можна виділити кілька типових груп споживачів послуг сільського зеленого туризму, які стабільно зустрічаються в дослідженнях по Україні і підтверджуються регіональними оглядами. Першою великою групою є міські сім'ї з дітьми, що живуть у квартирах і шукають можливість провести час на природі, познайомити дітей із сільським побутом та дешево і безпечно відпочити на вихідних. Другою групою є люди пенсійного віку,

які мають більше вільного часу і іноді бажають подорожувати у міжсезоння або приєднуватися до організованих візитів. Третьою групою є студентська й учнівська молодь, яку приваблює екоосвітній компонент, волонтерські проєкти та бюджетний активний відпочинок. Четверта група – це тематичні або хобі-групи (ремісники, гурмані, любителі історії), котрі обирають села для практик, майстер-класів, фототурів. Також серед споживачів є корпоративні групи, що замовляють тимчасове розміщення для тимблдингу чи виїзних зустрічей, і нарешті іноземні туристи з пізнавальною мотивацією, хоча їх частка традиційно менша. Ці типи аудиторій описані в наукових оглядах та регіональних дослідженнях по сільському зеленому туризму.

Таблиця 2.1

Динаміка кількості туристів, обслужених турагентствами та туроператорами Черкаської області, у 2015-2020 роках.

Рік	Кількість туристів, яких обслуговували туроператори й турагенти (тис. осіб)

Джерело: складено автором на основі [6; 8; 16].

Мотивації цих груп мають загальні й відмінні риси. Загальна мотивація містить прагнення до відпочинку на природі, бажання побути подалі від міського шуму, інтерес до автентичності сільського життя і місцевої кухні, а також прагнення до безпеки і економії у порівнянні з закордонним відпочинком. Для пенсіонерів і частини сімей важливими є спокій і зручний доступ до медичної допомоги або знайомих умов. Молодь більше орієнтується на активні форми відпочинку і соціальну складову, тоді як іноземні гості шукають культурно-

історичні інтерпретації та локальні події як додаткову цінність. Паралельно останні роки до мотивів додалися екологічні орієнтири, бажання уникати скупчень людей та запит на більш індивідуальні або сімейні формати відпочинку.

Щодо поведінкових характеристик, типова поїздка у сільський зелений туризм у Черкаській області частіше майже завжди коротка: один-два дні для вікенду або 3–5 днів для розширеної відпустки. Ночівля відбувається в сімейних садибах, приватних садибах, у невеликих готелях або в кемпінгах. При цьому значна частина бронювань відбувається наперед за кілька днів або навіть у день поїздки, особливо коли йдеться про близькі до великих міст локації. Це означає, що попит має швидку реакцію на інформацію в інтернеті та соціальних мережах, а також залежить від погоди та наявності вільних місць. У допандемійний період спостерігалися випадки бронювання на місяць наперед для свят; у кризові роки (2020–2021) та під час мобільної невизначеності частка коротких спонтанних поїздок зросла [8].

Фінансові очікування аудиторії також мають свої особливості. Більшість внутрішніх відпочивальників шукає доступні варіанти: помірна ціна за розміщення та харчування, бажання отримати досвід без значних додаткових витрат. Водночас існує нішевий попит на дорожчі послуги: тематичні майстер-класи, гастрономічні програми, приватні екскурсії. Такий платоспроможний сегмент складається з людей старшого віку зі стабільним доходом, а також представників середнього класу з міст, для яких якісна послуга і автентичний досвід є ключовими. Загалом, у регіоні переважає середній і низький ціновий сегмент, але є потенціал для сегментування аудиторії за готовністю платити за унікальний досвід. Для регіону це означає паралельне існування великого обсягу базових послуг і менших окремих пропозицій преміум-класу.

Окремо варто відзначити роль географічної близькості до великих міст у формуванні попиту. Багато відпочивальників у Черкаській області – це жителі сусідніх великих центрів, у першу чергу з метою коротких виїздів на вихідні. Зважаючи на транспортні зв'язки і дорожню інфраструктуру, частина попиту формується з боку мешканців столиці та інших обласних центрів, які готові

витратити кілька годин на дорогу заради природи та спокою. Це впливає на тип формату відпочинку: близькість стимулює короткі, часті поїздки, тоді як віддаленіші локації приваблюють тих, хто планує триваліший відпочинок. У регіональних стратегічних документах також підкреслюється важливість зв'язку з містами для розширення туристичної привабливості [13; 22].

Постійними бар'єрами для задоволення попиту залишаються недостатня інфраструктура, невисока кількість колективних засобів розміщування у порівнянні з потенційною аудиторією та нерівномірність якості сервісу. Регіональна статистика відображає, що кількість доступних місць у готелях і садибах не завжди покриває пікові потреби, а якість умов сильно різниться між окремими суб'єктами. Це породжує ситуації, коли попит у сезоні задовольняється не повністю або відпочивальники змушені скорочувати плани. Статистичні збірники та регіональний моніторинг надають дані про структуру засобів тимчасового проживання та їхню завантаженість.

У період 2015–2025 років на формування попиту впливали кілька великих чинників: зростання інтересу до внутрішніх подорожей у попередні роки, пандемія COVID-19 у 2020–2021 роках з різким короткостроковим падінням масових поїздок і одночасним посиленням попиту на приватні природні локації, а також політичні й безпекові фактори, які впливали на міжнародну мобільність. Ці явища зумовили як тимчасові скорочення, так і структурні зміни в уподобаннях туристів. На рівні регіону це відобразилося у зміні профілю відпочивальника – більший акцент на внутрішніх туристах, на сімейних форматах і на коротких поїздках [2].

Таким чином, попит на сільський зелений туризм у регіоні формується переважно внутрішніми туристами з домінуванням сімейних, пенсійних і молодіжних сегментів; мотивації – природа, автентика, доступність; поїздки – короткі й сезонні; фінансово – переважно економні формати з окремими нішами платоспроможного попиту; важливими обмеженнями залишаються інфраструктурні і якісні розриви між пропозицією і потребами.

2.4. SWOT-аналіз розвитку сільського зеленого туризму в Черкаській області

Проведений SWOT-аналіз розвитку сільського зеленого туризму в Черкаській області дозволяє розглянути сильні сторони, слабкі місця, можливості й загрози регіону через призму реальних даних і практик 2015–2025 років. Черкащина має природні, культурні та логістичні переваги: розлогі річкові ландшафти Дніпра та його притоків, ліси, родючі землі і численні пам'ятки козацької та шевченківської спадщини, що створює базу для формування привабливих маршрутів і тематичних продуктів. Ця територія є зручною для коротких поїздок із великих міст України, що робить її потенційно привабливою для вихідного та сімейного відпочинку. Дослідження, присвячені розвитку сільського туризму в Черкаській області, відзначають наявність природо- і культурно-історичного потенціалу, на якому можна будувати спеціалізовані продукти, включно з осінньо-весняними еко-турами, гастро- та культурними подіями [27, с. 68].

Серед сильних сторін регіону варто виділити природні умови і доступність: річка Дніпро, рукави та водосховища дають можливості для рибальства, прогулянок на човнах і водних атракцій, а м'який рельєф і відкриті простори роблять Черкащину зручною для велосипедних та піших маршрутів. Історико-культурні цінності – місця, пов'язані з життям і творчістю Тараса Шевченка, козацькі пам'ятки і садиби – дозволяють формувати тематичні маршрути, що привертають увагу як українських, так і закордонних відвідувачів. Наявність локальних ініціатив і садиб, які вже працюють у форматі зеленого туризму, свідчить про те, що модель «гостьова садиба – досвід» успішно реалізується в окремих громадах, а приклади відновлення закинутих баз відпочинку новими підприємцями показують життєздатність такого бізнесу навіть у складних умовах. Офіційна статистика регіону фіксувала змінні потоки туристів у попередні роки, але доступність і близькість до великих міст залишаються важливими активами [23].

Разом із цим у Черкаській області є помітні слабкі місця, які гальмують масштабування сільського зеленого туризму. Інфраструктура багатьох сіл незадовільна: проблеми з дорогами місцевого значення, обмежена мережа якісних місць розміщення, нестача сучасних санітарних умов у невеликих садибах, слабе інтернет-покриття на деяких маршрутах. Це знижує привабливість для молодшої аудиторії та індивідуальних мандрівників, які очікують певного рівня сервісу. Далі існують кадрові проблеми: місцеві господарі часто не мають навичок гостинності, маркетингу й управління послугами, а області бракує системних програм професійного навчання з орієнтацією на практичні потреби турбізнесу. Статистичні видання регіонального управління статистики відображають, що частина показників індустрії готельно-ресторанного обслуговування мала спад або коливання після 2019 року, що ускладнило планування й інвестиції у сільську привабливість.

Можливості для розвитку сільського зеленого туризму на Черкащині значні і різнопланові. По-перше, внутрішній туризм в Україні став більш помітним після 2020 року, коли подорожі всередині країни отримали нову вагу, а криза спонукала до пошуку безпечних і доступних напрямків. Це створює попит на короткі вікенди в сільській місцевості. По-друге, на державному рівні поступово формується інституційна підтримка: державні програми розвитку туризму, національні ініціативи з діджиталізації та просування регіональних продуктів дають інструменти для просування місцевих ініціатив. У 2020–2024 роках Державне агентство розвитку туризму почало більш системно збирати статистику, проводити освітні програми й підтримувати просування внутрішнього туризму, що може бути використано громадами Черкащини для залучення відвідувачів і фінансування проєктів. Підтримка у вигляді грантів, навчальних програм і платформ для просування садиб дає шанс швидше підвищити якість сервісу [13].

Також великі можливості пов'язані з формуванням кластерних мереж і партнерств між громадами, туроператорами, місцевим бізнесом і навчальними закладами. Досвід інших регіонів України та зарубіжжя (дослідження

українських авторів і міжнародні практики) демонструє, що об'єднання ресурсів дозволяє створювати комплексні продукти: поєднання гастрономії, ремесел, екскурсій і природних активностей під однією «брендовою» пропозицією. У Черкаській області це може стосуватися козацьких тем, садиб шевченківського циклу, річкових маршрутів та фестивалів локальної кухні. Розвиток електронних платформ бронювання і просування через соцмережі здатний значно підвищити видимість малих садиб і пілотних проєктів [27, с. 66].

До загроз, які вимагають уваги, належить декілька серйозних факторів. По-перше, загальнонаціональні ризики безпеки та економічна нестабільність відображаються на туристичному попиті; у разі загострення ситуації на національному рівні внутрішні подорожі швидко скорочуються, а інвестиції відкладаються. По-друге, сезонність і кліматичні виклики – посуха, підвищення рівня води в річках або інші погодні аномалії – можуть зменшити привабливість окремих напрямків і зашкодити сільському господарству, що часто є базою для гостротуризму. По-третє, нерегульований розвиток без урахування екологічних стандартів загрожує деградацією природних ресурсів і втраті привабливості для тих туристів, хто шукає саме природні цінності. Крім того, відтік молоді з сіл і старіння населення ускладнюють довгострокове утримання ігрової інфраструктури і сервісу на належному рівні. Окремою загрозою є конкуренція з іншими регіонами України, де місцеві ініціативи отримали міжнародні відзнаки і кращі інфраструктурні умови [1]. У таблиці 2.2 підсумуємо SWOT-аналіз розвитку сільського зеленого туризму в Черкаській області.

Щоб трансформувати сильні сторони на конкретні результати і мінімізувати слабкі місця, місцевим громадам і обласній адміністрації варто діяти за кількома практичними напрямками.

По-перше, концентруватися на підвищенні якості сервісу в існуючих садибах: базові інвестиції в санітарію, безпеку і стандарти обслуговування підвищують довіру відвідувачів і дозволяють створювати більш дорогі продуктові ніші.

По-друге, розвивати мережеву комунікацію між громадами для створення маршрутів, що поєднують декілька тематичних точок інтересу, і просувати їх спільно через цифрові платформи та регіональні брендові кампанії.

Таблиця 2.2

SWOT-аналіз розвитку сільського зеленого туризму в Черкаській області

Сильні сторони	Слабкі сторони	Можливості	Загрози
Вигідне географічне розташування в центральній частині України та відносна близькість до великих міст	Недостатньо розвинена транспортна і туристична інфраструктура в багатьох сільських громадах	Зростання попиту на внутрішній туризм та відпочинок у сільській місцевості	Економічна нестабільність та безпекові ризики, що впливають на туристичний попит
Наявність значного природного потенціалу: річка Дніпро, водосховища, ліси, природні ландшафти	Обмежена кількість якісних засобів розміщення у сільській місцевості	Державні програми підтримки туризму та регіонального розвитку	Висока сезонність туристичних потоків
Багата історико-культурна спадщина, пов'язана з козацькою історією та постаттю Тараса Шевченка	Недостатній рівень сервісу та професійної підготовки власників туристичних садиб	Можливість створення туристичних кластерів і тематичних маршрутів	Конкуренція з іншими туристичними регіонами України
Наявність окремих успішних прикладів розвитку садиб зеленого туризму	Недостатнє використання сучасних маркетингових інструментів і цифрових платформ	Розвиток гастрономічного, культурного та еко-туризму	Погіршення екологічного стану природних територій у разі неконтрольованого використання
Сприятливі умови для активного відпочинку: рибальство, веломаршрути, піші прогулянки	Слабке інтернет-покриття та інформаційна доступність у частині сільських територій	Розширення онлайн-просування та бронювання туристичних послуг	Демографічні проблеми сільських територій: відтік молоді та старіння населення

Джерело: складено автором на основі [1; 13; 23].

По-третє, інвестувати в навчання місцевих підприємців: короткі курси з гостинності, маркетингу, управління бронюваннями й охорони довкілля допоможуть створити стійку пропозицію.

По-четверте, використовувати державні програми та звертатися за грантами й технічною допомогою для оновлення доріг, маркування маршрутів і будівництва точок доступу до мережі. На практиці це вже показує свою ефективність у прикладах окремих громад, де за рахунок невеликих інвестицій з'явилися нові маршрути і стабільний потік відвідувачів.

Отже, сільський зелений туризм у Черкаській області має всі умови для помітного розвитку, якщо поєднати природні та культурні ресурси з послідовною роботою над інфраструктурою, якістю сервісу і просуванням. Сильні сторони регіону дають старт для формування конкурентних продуктів, слабкі місця вимагають пріоритетної уваги до доріг, стандартів і навчання, можливості відкриваються через державні інструменти, цифрові платформи та партнерство, а загрози треба враховувати в стратегічному плануванні. Для того, щоб ці прогнози стали реальністю, потрібна скоординована робота органів місцевого самоврядування, підприємців і громад, прозорий доступ до фінансування та орієнтація на сталий, екологічний розвиток, який зберігатиме привабливість Черкащини як зеленої туристичної дестинації.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В ЧЕРКАСЬКІЙ ОБЛАСТІ

3.1. Концепція та обґрунтування ідеї туристичного продукту

Розвиток сільського зеленого туризму в Черкаській області є не просто перспективним напрямом диверсифікації економіки, а логічним втіленням унікального поєднання природних багатств та історичної пам'яті, що сконцентровані в самому центрі України. Концепція нового туристичного продукту, який ми назвемо «Живі джерела Середнього Придніпров'я», базується на ідеї ревіталізації сільських територій через створення мережі тематичних кластерів, де кожен гість зможе відчути автентику українського побуту, нерозривно пов'язану з величчю Дніпра та героїкою козацької доби. Обґрунтування цієї ідеї впливає з глибокого аналізу природно-ресурсного потенціалу регіону, де чорноземні ґрунти та заплавні екосистеми створюють ідеальні умови для агротуризму, а меморіальні місця, такі як Чернеча гора в Каневі чи заповідні території Чигирин, забезпечують потужний інтелектуальний та емоційний зміст подорожі.

Природний каркас Черкащини, сформований басейном Дніпра та лісовими масивами, є первинним фактором привабливості для сільського туризму. Можливість створення рекреаційних зон безпосередньо біля води дозволяє пропонувати туристам не лише пасивний відпочинок, а й активне дозвілля, включаючи аматорське рибальство, прогулянки на човнах та спостереження за рідкісними видами флори і фауни, що особливо цінно в межах Канівського природного заповідника. Використання ландшафтів як інтерактивного простору дозволяє нівелювати такі екологічні виклики, як евтрофікація водойм, через залучення туристів до еко-ініціатив та освітніх програм, спрямованих на збереження біорізноманіття. Важливим елементом концепції є використання лісостепових ділянок та новоствореного національного парку «Холодний Яр»,

які стають ідеальними майданчиками для піших та велосипедних маршрутів, де природа виступає природним антидепресантом для мешканців мегаполісів.

Історико-культурний пласт регіону додає сільському турпродукту глибини, яку важко знайти в інших областях. Концепція передбачає інтеграцію сільських садиб у загальні маршрути козацьких укріплень, церков та хуторів, що дозволяє гостю не просто споглядати експонати в музеях Чигирини чи Канева, а буквально жити всередині історії. Сільська садиба в цьому контексті стає продовженням музейного простору, де побут минулих століть відтворюється через гастрономію, інтер'єри та майстер-класи з традиційних ремесел. Такий підхід дозволяє використовувати символічний капітал регіону – постаті Тараса Шевченка та Богдана Хмельницького – для формування регіональної ідентичності турпродукту, що робить його впізнаваним та конкурентоспроможним на внутрішньому ринку.

Аналіз інфраструктури Черкаської області вказує на наявність певних розривів між потенціалом та реальністю, що диктує необхідність особливого підходу до формування сервісної складової. Оскільки стан доріг місцевого значення часто залишає бажати кращого, концепція «Живих джерел Середнього Придніпров'я» пропонує модель «повільного туризму» (slow travel), де основний акцент робиться на тривалому перебуванні в межах однієї громади або кластера. Це дозволяє зменшити негативне враження від логістичних незручностей, перетворюючи їх на елемент пригоди та віддаленості від цивілізації. Водночас розвиток автономних систем водопостачання та водовідведення в приватних садибах, а також впровадження альтернативних джерел енергії, може стати частиною екологічного позиціонування продукту, підкреслюючи прагнення до сталого розвитку та збереження родючих чорноземів.

Цифрова трансформація є критичним елементом усунення бар'єрів між сільським господарем та міським туристом. Попри цифрову нерівність, використання субвенцій на швидкісний інтернет та активне просування через соціальні мережі дозволяють навіть віддаленим садибам стати видимими для цільової аудиторії. Концепція передбачає створення єдиного цифрового хабу для

сільських громад Черкащини, де буде зібрана інформація про доступні садиби, локальні фермерські продукти та актуальні події, такі як фестивалі кухні чи етно-вечірки. Це дозволить синхронізувати попит і пропозицію, забезпечуючи стабільний потік відвідувачів навіть у міжсезоння завдяки пропозиціям для дистанційної роботи в умовах мальовничої сільської місцевості.

Цільова аудиторія сільського зеленого туризму на Черкащині є багатогранною, але ключовим сегментом залишаються міські сім'ї з дітьми, які шукають безпечний та пізнавальний відпочинок. Для них продукт пропонує «живі уроки історії та біології» під відкритим небом. Пенсіонери та люди старшого віку знайдуть тут спокій та оздоровлення через споживання органічних продуктів, вирощених на славнозвісних чорноземах, тоді як молодь та хобі-групи будуть залучені через активні форми дозвілля та можливість створення унікального контенту для соцмереж у автентичних декораціях. Стратегія ціноутворення в межах концепції орієнтована на середній сегмент, що відповідає очікуванням внутрішнього туриста, проте з можливістю замовлення ексклюзивних послуг, як-от приватні нічні екскурсії або гастро-тури «від ферми до столу».

Обґрунтування ідеї через призму SWOT-аналізу показує, що сильні сторони Черкащини – центральне розташування та потужна ресурсна база – значно переважають слабкості у вигляді недосконалих доріг чи браку професійних кадрів. Можливості, які відкриваються через зростання інтересу до внутрішнього туризму та державну підтримку діджиталізації, дозволяють нівелювати загрози економічної нестабільності шляхом створення стійких локальних мереж. Кластеризація допомагає підприємцям об'єднувати зусилля для маркетингу та професійного навчання, перетворюючи конкуренцію на партнерство. Таким чином, ризики сезонності можна зменшити через диверсифікацію продуктів: від весняного цвітіння садів до зимових козацьких забав та різдвяних традицій.

Впровадження концепції сільського зеленого туризму в Черкаській області матиме значний позитивний вплив на соціально-економічний стан громад. Це не

лише створення нових робочих місць для сільської молоді, а й стимул для розвитку суміжних галузей, зокрема виробництва екологічно чистої сільськогосподарської продукції, ремісництва та локальної торгівлі. Використання агротехнік, що підтримують родючість ґрунтів, у поєднанні з туристичною діяльністю створює модель збалансованого природокористування, де екологічний стан довкілля безпосередньо впливає на прибутковість бізнесу. Це змушує громади більш відповідально ставитися до поводження з відходами та охорони водних ресурсів, що зрештою підвищує якість життя місцевих мешканців.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що туристичний продукт «Живі джерела Середнього Придніпров'я» є гармонійною відповіддю на сучасні запити суспільства щодо пошуку автентичності, спокою та національного самоствердження. Черкаська область зі своїми заповідниками, музеями та щирими господарями садиб має всі шанси стати лідером сільського туризму в Україні. Реалізація цієї концепції вимагає скоординованих дій влади, бізнесу та наукових установ, проте результат у вигляді збереженої культурної спадщини та процвітаючих сіл вартує кожної інвестованої гривні та зусилля. Черкащина – це місце, де кожен камінь дихає історією, а кожна хвиля Дніпра шепоче про майбутнє, і саме в цьому нерозривному зв'язку криється справжня магія сільського зеленого туризму.

3.2. Формування програми туру та розрахунок його вартості

Програма триденного туру «Живі джерела Середнього Придніпров'я» розроблена як цілісна подорож, що втілює концепцію повільного туризму та глибокого занурення в автентичну Черкаську країну. Цей маршрут не просто веде від однієї пам'ятки до іншої, він створює простір для емоційного відновлення та інтелектуального збагачення, поєднуючи велич Дніпра з домашнім затишком сільських садиб. Основний акцент подорожі зроблено на взаємодії з природою та

місцевими громадами, що дозволяє гостю відчувати себе не випадковим спостерігачем, а частиною живої історії центральної України.

Перший день експедиції присвячений душі Черкащини – місту Канів та його величним ландшафтам. Подорож розпочинається з ранкового прибуття до підніжжя Чернечої гори, де меморіальне значення Шевченківського національного заповідника переплітається з панорамами Дніпра. Замість поспішного огляду ми пропонуємо спокійне сходження на гору, що супроводжується розповідями про формування ландшафту та символіку «Дніпровських круч». Після відвідин музею група вирушає на обід до місцевої громади, де на гостей чекає гастрономічна дегустація «Дніпровський вилов» – юшка за старовинними рецептами та запечена риба з місцевих заплав. Друга половина дня передбачає переїзд до затишної сільської садиби в передмісті Канева, де гості знайомляться з господарями та облаштовуються в кімнатах з традиційним інтер'єром. Вечір завершується прогулянкою берегом річки та спільним чаюванням біля вогнища, де обговорюються плани на наступні дні та перші враження від контакту з природою.

Другий день подорожі занурює у вир козацької звияги та містичну силу Холодного Яру. Після сніданку з фермерських продуктів група прямує до Чигирини – колишньої гетьманської столиці. Тут концепція інтеграції садиб у музейний простір реалізується через відвідини резиденції Богдана Хмельницького та подальший переїзд до Суботова. Обід проходить у форматі «від ферми до столу», де кожна страва приготовлена з інгредієнтів, вирощених на навколишніх чорноземах. Після трапези розпочинається подорож до Національного природного парку «Холодний Яр». Це час для «лісової терапії» – пішого маршруту до тисячолітнього дуба Максима Залізняка. Гід розповідає про біорізноманіття регіону та зусилля громад щодо збереження лісових масивів. Вечір у садибі поблизу Холодного Яру присвячений майстер-класу з традиційного ремісництва – гончарства або випікання хліба в печі, що дозволяє кожному гостю власноруч доторкнутися до живої традиції.

Третій день зосереджений на агротуризмі та екологічній освіті в межах одного сільського кластера. Ранок розпочинається з участі в господарських справах садиби за бажанням гостей – це може бути збір сезонних овочів, догляд за домашніми тваринами або знайомство з роботою пасіки. Це і є «живий урок біології» під відкритим небом, де пенсіонери можуть поділитися досвідом, а діти – побачити, як росте їжа. Після активного ранку організовується велосипедна прогулянка місцевими околицями з відвідуванням локальних «місць сили» – джерел та оглядових майданчиків, не занесених до стандартних гідів. Завершальний обід у форматі пікніка на природі дозволяє підбити підсумки подорожі та обмінятися контактами через цифровий хаб громади для подальшої підтримки місцевих виробників. Повернення додому відбувається у другій половині дня, залишаючи відчуття повної перезавантаженості та натхнення від автентики Черкащини.

Вартість туристичного продукту сформована за принципом прозорості та підтримки місцевої економіки, що відповідає стратегії сталого розвитку регіону. Розрахунок проводиться для групи з десяти осіб, що є оптимальним форматом для збереження камерності та забезпечення високої якості сервісу в умовах сільських садиб. Враховуючи модель повільного туризму, основна частка витрат спрямовується на оплату праці місцевих господарів, гідів та закупівлю органічних продуктів безпосередньо у фермерів. Це дозволяє забезпечити справедливий розподіл прибутку всередині громади та мотивувати сільських жителів до збереження культурної та природної спадщини. У таблиці 3.1 наведено деталізовану структуру витрат на одну особу при триденному перебуванні.

Вартість у 8500 гривень за повний пакет послуг є обґрунтованою для середнього цінового сегмента внутрішнього туристичного ринку України у 2026 році. Вона включає не лише базові потреби в ночівлі та харчуванні, а й унікальний досвід взаємодії з культурою, який неможливо отримати при самостійній поїздці. Більшість виручених коштів, а саме близько шістдесяти відсотків, залишається безпосередньо в сільських громадах, що підтверджує

соціальну значущість концепції «Живі джерела Середнього Придніпров'я». Для сімейних груп передбачена гнучка система знижок на дитячі квитки та додаткове місце в садибах, що робить продукт доступним для ключової цільової аудиторії.

Таблиця 3.1

**Структура витрат на організацію триденного туристичного продукту
сільського зеленого туризму в Черкаській області (на 1 особу)**

Стаття витрат	Опис послуг	Вартість на 1 особу, грн.
Проживання	2 ночі в сертифікованих сільських садибах (двомісне розміщення)	
Харчування	Повний пансіон (3 сніданки, 3 обіди, 2 вечері) на базі локальних продуктів	
Транспорт	Оренда комфортабельного мікроавтобуса, паливо, страхування (з Києва/Черкас)	
Екскурсійний супровід	Послуги професійного гіда-історика та еколога протягом 3 днів	
Вхідні квитки та заходи	Квитки до музеїв Канева, Чигирини, заповідників та майстер-класи	
Організаційний збір	Маркетинг, підтримка цифрової платформи, адміністративні витрати	
РАЗОМ	Повна вартість триденного туру «під ключ»	

Джерело: складено автором.

Такий фінансовий підхід дозволяє нівелювати загрози економічної нестабільності, оскільки попит на доступний та якісний внутрішній відпочинок залишається стабільним. Інвестуючи в цей тур, відвідувач отримує не просто послугу, а можливість зробити свій внесок у ревіталізацію українського села, отримуючи натомість щиру гостинність та незабутні враження від серця України. Кожна витрачена гривня працює на зміцнення регіональної ідентичності та збереження тих самих «живих джерел», що живлять нашу історію та майбутнє.

3.3. Маркетингова стратегія просування туристичного продукту на ринку

Маркетингова стратегія просування туристичного продукту «Живі джерела Середнього Придніпров'я» вибудовується не просто як інструмент продажу турів, а як комплексна програма формування нової регіональної ідентичності

Черкащини. В основі брендингу лежить ідея життєдайної сили – води Дніпра, родючих чорноземів та незламного духу козацтва, що разом утворюють унікальну торгову пропозицію. Основне позиціонування продукту на ринку визначається як «інтелектуальний відпочинок зі змістом», де замість стандартного споглядання пам'яток гостю пропонується повне занурення в автентичне середовище. Назва продукту апелює до пошуку коріння та відновлення енергії, що є надзвичайно актуальним для мешканців великих міст в умовах постійного стресу. Стратегія просування орієнтована на формування образу «безпечної гавані» та «місця сили», де кожен елемент подорожі – від запаху свіжоспеченого хліба до величних панорам Чернечої гори – працює на емоційне відновлення туриста.

Продуктова стратегія базується на концепції Slow Travel, що автоматично виділяє «Живі джерела Середнього Придніпров'я» серед масових автобусних екскурсій. Ми просуваємо не кількість відвіданих локацій, а якість проведеного в них часу. Це дозволяє нівелювати інфраструктурні недоліки, такі як стан другорядних доріг, перетворюючи віддаленість сіл на перевагу – «втечу від цивілізації». Маркетингові комунікації мають підкреслювати ексклюзивність досвіду проживання в сільській садибі, яка стає органічним продовженням музейного простору. Основний акцент у рекламних матеріалах робиться на сенсорному сприйнятті: смак юшки з дніпровського вилову, тактильні відчуття від роботи з глиною на майстер-класі, візуальна насолода від туманів Холодного Яру. Такий підхід дозволяє продавати не просто квитки, а цілісну історію, героєм якої стає сам мандрівник.

Сегментація цільової аудиторії вимагає диференційованого підходу до каналів комунікації. Для міських сімей з дітьми ключовим меседжем є «живі уроки історії та біології», де безпека та освітній компонент виходять на перший план. Просування в цьому сегменті здійснюється через партнерства з приватними школами, дитячими центрами розвитку та блогерами-батьками, які пропагують свідоме виховання. Для людей старшого віку та пенсіонерів стратегія фокусується на темах оздоровлення, спокою та ностальгії за справжніми смаками

дитинства. Комунікація з ними відбувається через спеціалізовані клуби, тематичні спільноти у Facebook та через «сарафанне радіо», яке підкріплюється високим рівнем особистої гостинності господарів садиб. Молодь та хобі-групи залучаються через естетичний компонент – створення «Instagram-вартісних» локацій та унікальних подій, таких як етно-вечірки чи нічні екскурсії, що активно транслюються в TikTok та Instagram.

Цифрова трансформація та створення єдиного цифрового хабу громади є центральним інструментом реалізації стратегії. Хаб виступає не лише як платформа для бронювання, а як медіаресурс, що розповідає історії конкретних людей – господарів садиб, пасічників, гончарів. Контент-маркетинг базується на принципі сторітелінгу: ми знайомимо майбутнього гостя з «бабою Марією», яка пече хліб у печі, або з «паном Миколою», який знає кожну стежку в Холодному Яру. Це створює відчуття особистого знайомства ще до початку подорожі, що критично важливо для сільського туризму, де довіра є головною валютою. Просування через соціальні мережі має супроводжуватися активним використанням геотаргетингу на мешканців Києва, Черкас та інших обласних центрів, пропонуючи їм ідею ідеального вікенду за дві-три години дороги від дому.

Цінова стратегія та позиціонування «під ключ» за 8500 гривень подається як інвестиція у розвиток українського села та власне здоров'я. У маркетингових матеріалах ми відкрито демонструємо структуру витрат, де шістдесят відсотків коштів залишаються в громаді. Це апелює до соціальної відповідальності сучасного споживача, який хоче знати, що його гроші йдуть на підтримку локальних виробників та збереження пам'яток. Прозорість розрахунків стає інструментом маркетингу, що формує лояльність. Додатково впроваджується програма «амбасадорів Черкащини», де постійні клієнти отримують привілеї у вигляді запрошень на закриті локальні фестивалі або знижки на сезонні кошики з фермерськими продуктами, що продовжує життєвий цикл клієнта (LTV) і створює спільноту навколо бренду.

Партнерство та кластеризація дозволяють значно розширити охоплення без великих рекламних бюджетів. Стратегія передбачає крос-маркетинг із виробниками екологічної продукції, крафтовими броварнями та навіть ІТ-компаніями, які можуть розглядати Черкащину як локацію для корпоративного ретриту. Спільні заходи з музеями Канева та Чигирини дозволяють інтегрувати сільські садиби в офіційні туристичні маршрути регіону. Важливим елементом є робота з лідерами думок у нішах екології, історії та архітектури, які можуть оцінити глибину концепції та автентику «Живих джерел Середнього Придніпров'я». Запрошення таких блогерів у прес-тури створює якісний контент, який працює на впізнаваність бренду в довгостроковій перспективі.

Ризики сезонності та економічної нестабільності нівелюються через створення подієвого календаря. Маркетингова активність не припиняється восени чи взимку; натомість пропонуються тематичні продукти: «зимові козацькі забави», «різдвяні традиції Черкащини» або «весняне цвітіння саду». Це дозволяє підтримувати постійний інтерес до продукту та забезпечувати стабільне завантаження садиб. Використання SWOT-аналізу в маркетингу допомагає вчасно реагувати на загрози екологічного стану природних територій, перетворюючи контроль за екосистемами на маркетингову фішку – наприклад, звіти про чистоту води в місцях відпочинку як підтвердження високої якості послуги.

Таким чином, успіх стратегії просування «Живих джерел Середнього Придніпров'я» залежить від синхронізації онлайн-обіцянок та офлайн-реальності. Кожен відгук гостя в цифровому хабі є частиною маркетингової кампанії, тому управління репутацією стає щоденною роботою. Ми продаємо не просто тур, ми продаємо можливість відчувати серце України, де історія оживає в кожній деталі побуту, а природа дарує сили для нових звершень. Черкащина, через цю стратегію, виходить за межі просто географічної одиниці, стаючи брендом, що асоціюється з якістю, автентикою та невичерпною енергією «живих джерел». Це шлях до перетворення регіону на лідера сільського зеленого

туризму, де кожна інвестована гривня повертається у вигляді процвітаючих громад та щасливих мандрівників.

3.4. Організаційно-економічне обґрунтування впровадження туристичного продукту

Організаційно-економічне обґрунтування впровадження туристичного продукту «Живі джерела Середнього Придніпров'я» базується на створенні стійкої моделі сільського розвитку, де економічна ефективність безпосередньо залежить від збереження культурного ландшафту та соціальної згуртованості громад. Черкаська область, завдяки своєму центральному розташуванню та унікальній концентрації природних та історичних ресурсів, стає ідеальним майданчиком для реалізації кластерного підходу. Організаційна структура проекту передбачає відхід від традиційної вертикальної моделі управління на користь мережевої взаємодії, де сільські садиби, локальні виробники продуктів, державні заповідники та органи місцевого самоврядування об'єднуються в єдину екосистему. Це дозволяє диверсифікувати ризики та забезпечити стабільний розвиток територій через створення нових точок економічного зростання в сільській місцевості.

Економічний механізм реалізації туру побудований на принципі максимальної локалізації доданої вартості. При вартості триденного продукту на рівні 8500 гривень за особу, близько шістдесяти відсотків коштів залишаються безпосередньо всередині громади, що створює потужний мультиплікативний ефект для суміжних галузей. Замість вимивання капіталу через мережеві готелі чи великих посередників, фінансові потоки спрямовуються на оплату послуг власників садиб, закупівлю органічної продукції у місцевих фермерів та фінансування роботи локальних гідів. Організація груп чисельністю до десяти осіб є оптимальною з погляду операційної логістики та економіки масштабу, оскільки дозволяє мінімізувати амортизаційні витрати на транспорт та

забезпечити високу якість сервісу без необхідності залучення великих інвестицій у розбудову масової готельної інфраструктури.

Важливим організаційним елементом є впровадження моделі Slow Travel (повільного туризму), яка виступає як стратегічне рішення для нівелювання інфраструктурних розривів регіону. З точки зору економіки, це дозволяє перетворити недоліки, такі як незадовільний стан доріг місцевого значення, на елемент автентичного досвіду «віддаленості від цивілізації». Організаційно це означає концентрацію туриста в межах одного кластера на тривалий час, що зменшує транспортні витрати в структурі собівартості туру та підвищує середній чек за рахунок додаткових послуг: майстер-класів, оренди велосипедів чи купівлі локальних крафтових товарів. Такий підхід забезпечує вищу рентабельність кожної години перебування туриста в регіоні порівняно з транзитними екскурсійними маршрутами.

Цифрова трансформація проекту через створення єдиного хабу громади є ключовим фактором зниження транзакційних витрат. Організаційно хаб виконує роль цифрового агрегатора, що синхронізує попит і пропозицію, дозволяючи навіть невеликим домогосподарствам виходити на ринок без витрат на власний маркетинг. Економічна доцільність використання державних субвенцій на розвиток швидкісного інтернету в селах обґрунтовується можливістю залучення сегмента «цифрових кочівників», що працюють дистанційно. Це дозволяє згладити фактори сезонності та забезпечити завантаженість садиб у міжсезоння, коли традиційний потік відпочивальників зменшується. Хаб також автоматизує процеси бронювання та зворотного зв'язку, що підвищує загальну керованість продуктом.

Екологічна складова обґрунтування розглядає природні ресурси не лише як фон, а як основний капітал проекту. Впровадження автономних систем водопостачання, водовідведення та альтернативних джерел енергії в садибах є не лише елементом позиціонування, а й економічно виправданим кроком у довгостроковій перспективі. Це знижує залежність бізнесу від зношених централізованих мереж та зменшує операційні витрати на комунальні послуги.

Організація еко-ініціатив та освітніх програм для туристів дозволяє залучати грантове фінансування та спонсорські кошти на збереження біорізноманіття Канівського заповідника чи Холодного Яру, що прямо впливає на збереження привабливості турпродукту як такого.

Соціально-економічний ефект від реалізації концепції «Живі джерела Середнього Придніпров'я» виявляється у створенні робочих місць для сільської молоді та професіоналізації кадрів через кластерні програми навчання. Це запобігає депопуляції сіл та стимулює розвиток ремісництва й дрібного підприємництва. Використання символічного капіталу постатей Шевченка та Хмельницького створює впізнаваний бренд, що знижує витрати на залучення одного клієнта (CAC) за рахунок високої лояльності та «сарафанного радіо». Економічна стійкість моделі підкріплюється орієнтацією на середній ціновий сегмент внутрішнього ринку, який є найменш вразливим до глобальних криз порівняно з сегментом виїзного туризму.

Обґрунтування через SWOT-аналіз підтверджує, що сильні сторони Черкащини, такі як географічна центральність та потужна ресурсна база, створюють надійний фундамент для інвестицій. Організація партнерства між бізнесом та владою дозволяє ефективно використовувати бюджетні кошти на інфраструктуру в точках найбільшого туристичного потенціалу. В результаті впровадження цього продукту Черкаська область отримує не лише прибуток, а й збережену культурну спадщину та модель сталого природокористування. «Живі джерела Середнього Придніпров'я» стають механізмом перетворення історії та природи на реальні фінансові ресурси для громад, де кожна хвиля Дніпра та кожна садиба в Холодному Яру починають працювати на майбутнє регіону.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження було узагальнено теоретичні підходи до розвитку сільського зеленого туризму та визначено особливості формування туристичного продукту у цій сфері. Сільський зелений туризм розглядається як один із перспективних напрямів розвитку туристичної індустрії, що поєднує рекреаційні, культурні та екологічні компоненти. Його розвиток сприяє диверсифікації економічної діяльності у сільській місцевості, створенню нових робочих місць, збереженню культурної спадщини та підвищенню туристичної привабливості територій. Туристичний продукт у сфері сільського зеленого туризму має комплексний характер і формується на основі поєднання природних ресурсів, культурних традицій, інфраструктурного забезпечення та організаційних можливостей суб'єктів туристичної діяльності.

Дослідження нормативно-правового забезпечення розвитку сільського зеленого туризму засвідчило, що в Україні сформовано базові законодавчі передумови для функціонування туристичної діяльності, проте окремі аспекти організації сільського туризму потребують подальшого удосконалення, зокрема щодо підтримки власників сільських садиб, стимулювання малого підприємництва та розвитку місцевих туристичних кластерів.

Узагальнення вітчизняного та зарубіжного досвіду формування туристичних продуктів у сфері сільського туризму показало, що найбільш ефективними є комплексні туристичні пропозиції, які поєднують проживання у сільських садибах, гастрономічні елементи, участь у традиційних ремеслах, тематичні екскурсії та природно-пізнавальні маршрути. Такий підхід дозволяє формувати унікальні туристичні враження та підвищувати конкурентоспроможність туристичних продуктів.

Аналіз природно-ресурсного та історико-культурного потенціалу Черкаської області засвідчив значні можливості регіону для розвитку сільського зеленого туризму. Територія області характеризується різноманітними природними ландшафтами, наявністю об'єктів природно-заповідного фонду,

численними історичними та культурними пам'ятками, а також розвиненою аграрною спеціалізацією. Важливими туристичними ресурсами виступають природні комплекси долини Дніпра, лісові масиви, історичні місця, пов'язані з українською культурою та козацькою спадщиною.

Оцінювання стану інфраструктурного забезпечення розвитку сільського зеленого туризму в Черкаській області показало, що в регіоні функціонує мережа сільських садиб, закладів розміщення та об'єктів туристичної інфраструктури, однак їх розвиток потребує подальшого вдосконалення. Важливими напрямками розвитку є підвищення якості туристичних послуг, удосконалення транспортної доступності та активізація маркетингового просування регіону.

Аналіз попиту на туристичні послуги у сфері сільського зеленого туризму свідчить про зростання зацікавленості внутрішніх туристів у відпочинку в сільській місцевості, особливо серед мешканців великих міст. Основними мотивами вибору такого виду туризму виступають прагнення до відпочинку на природі, бажання ознайомитися з традиційною культурою та можливість спокійного сімейного відпочинку.

Проведений SWOT-аналіз розвитку сільського зеленого туризму в Черкаській області дозволив визначити ключові сильні сторони регіону, зокрема значний природно-ресурсний потенціал, вигідне географічне положення та культурно-історичну спадщину. Водночас виявлено певні обмеження, пов'язані з недостатнім рівнем розвитку туристичної інфраструктури та обмеженими маркетинговими можливостями. Перспективи розвитку пов'язані з розширенням внутрішнього туристичного ринку, розвитком локальних туристичних ініціатив і формуванням нових туристичних продуктів.

На основі проведеного аналізу розроблено концепцію туристичного продукту сільського зеленого туризму в Черкаській області, яка передбачає організацію тематичного туру з проживанням у сільських садибах, знайомством із місцевими традиціями, дегустацією регіональної кухні та відвідуванням природних і культурних об'єктів регіону. Сформовано програму туристичного маршруту та здійснено розрахунок вартості туристичного продукту з

урахуванням основних витрат на проживання, харчування, транспортне обслуговування та екскурсійну програму.

Обґрунтовано маркетингову стратегію просування туристичного продукту, що передбачає використання сучасних інструментів цифрового маркетингу, співпрацю з туристичними операторами та популяризацію туристичних можливостей регіону через спеціалізовані туристичні платформи та інформаційні ресурси.

Результати дослідження підтверджують, що Черкаська область має значний потенціал для розвитку сільського зеленого туризму, а впровадження розробленого туристичного продукту може сприяти підвищенню туристичної привабливості регіону, розвитку підприємницької діяльності у сільській місцевості та ефективнішому використанню місцевих ресурсів. Реалізація запропонованих підходів створює передумови для подальшого розвитку регіонального туристичного ринку та формування конкурентоспроможних туристичних пропозицій на внутрішньому ринку України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

атиченко С.П., Мельник Л.В. Сільський зелений туризм в Україні – стратегічна складова розвитку сільських територій. Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів. 2024. № 4. URL:

рищенко С. І. Туристична індустрія України: аналіз тенденцій та чинників розвитку в координатах повоєнного відновлення. Економіка та суспільство. 2023. №

емко В. С. Зелений туризм в системі економічного розвитку сільських територій У

кржавне агентство розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>

рлинська О. О. та ін. Сільський туризм в Україні: сучасні тенденції та и

віт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та рїзного туризму українців». URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic>

шлюжна С. Екологія водойм на Черкащині: Дніпро — найбільша система н

ількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами муризму. URL: https://www.ck.ukrstat.gov.ua/source/arch/2021/turizm_20.pdf

остюк К., Зозуля Т. 500 тисяч квадратних метрів ямковості: як на Черкащині и

и Черкащині 16 населених пунктів мають критичну ситуацію з інтернетом – ОВА. и

и

иціональний дендрологічний парк Софіївка. URL: <https://www.sofievka.org/>

и

иродно-заповідний фонд Черкаської області в розрізі територіальних громад. и

ио внесення змін до Закону України "Про туризм". Закон України із змінами, и

и

и

внесеними згідно із Законом N 222-VIII (222-19) від 02.03.2015, ВВР, 2015, N 2

по свою діяльність у 2020 році прозвітували 99 суб'єктів туристичної діяльності Черкащини. URL:

про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Р

егіональна доповідь про стан навколишнього природного середовища в Ч

в

рїк О.Р., Недзвецька О.В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2022. Випуск 46. С. 11–15.

дільський зелений туризм – від роз'єднаних садиб до територіальних кластерів. К

К

Р

Р

К

Development of Draft River Basin Management Plan for Dnipro River Basin in Ukraine: К

в Cherkasy Region: Communication, Partnership and Cluster Cooperation. Економична та соціальна географія. 2024. № 91. Рр. 64–72. URL:

в

utkevych S., Haba M. Rural Green Tourism: Current Trends and Development Д

т

д

project “Entrepreneurship in rural tourism sector for youth with disabilities/ ERTSYD“.

М

Р

д

В

oman M. et al. Innovative Development of Rural Green Tourism in Ukraine. Tourism
a
n
d

H

UNWTO Recommendations on Tourism and Rural Development – A Guide to Making
s
p

akymchuk A., Popadynets N., Valyukh A., Skrypko T., Levkov K. Rural “green”
power. Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal. 2021.

No

1

7

(

1

)

.

2

0

8

4

.

2

No

2

5

(

3

)

.

P

ДОДАТКИ



ЙОВЕНКО Ярослава	МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИЗМУ: СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ, ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТА КРАЇНОЗНАВЧИЙ АНАЛІЗ	51
КАТУГІН Олександр	ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В ЧЕРКАСЬКІЙ ОБЛАСТІ	53
КІРИЧЕНКО Катерина	ЕКОНОМІЧНИЙ ТА СОЦІАЛЬНИЙ ЕФЕКТ РОЗВИТКУ ЕКОТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	55
КІРИЧЕНКО Ольга	ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИЙ НЕКТОР РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ТУРИСТИЧНОГО ОПЕРАТОРА (НА ПРИКЛАДІ JOIN UP)	57
КОВАЛЬЧУК Дар'я	ТУРИЗМ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ	59
КОВТУН Яна	РОЗВИТОК ЕКОТУРИЗМУ ЯК НАПРЯМУ АКТИВНОГО ВІДКОУЧИНЬКИ В УКРАЇНІ	61
КОЗІРЕНКО Анна	РОЗВИТОК ВІЙСЬКОВО-ІСТОРИЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ПОСТКОНФЛІКТНЕ ВІДНОВЛЕННЯ	63
КУЧЕРЯВНИЙ Віталій	РОЛЬ СІЛЬСЬКОГО (ЗЕЛЕНОГО) ТУРИЗМУ У ФОРМУВАННІ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ МАЛОГО БІЗНЕСУ НА СЕЛІ	65
KUCHERAVYI Andrii	RECREATIONAL ACTIVITIES AS A DRIVER OF TOURISM DESTINATION DEVELOPMENT	67
МАСЕЛЬ Юрій	ПЕРСПЕКТИВИ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ВІДУСТРІ УКРАЇНИ	69
НЕЗВІКІНА Марія	СТРАТЕГІЯ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СУЧАСНОГО РІВНЯ	71
ОДНОКІННА Дар'я	ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	73
ОРЛОВА Іванна	AGILE-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СУЧАСНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ КОМПАНІЯМИ	75
ПЕНТЮК Максим	МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ ДО ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ	77
ПЕТРОВСЬКА Софія	ГАСТРОНОМІЧНИЙ КОМПОНЕНТ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОБ'ЄКТІВ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ	79
ПІЩАНА Софія	РОЗВИТОК ВОДНОГО ТУРИЗМУ НА ДНІПРІ ТА ЙОГО ПРОТОКАХ	81
ПОВЗУН Марія	АНТАРКТИДА ЯК ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ: ПОТЕНЦІАЛ ТА РИЗИКИ	83
ПОМА Вікторія	КРЕАТИВНІ ВІДУСТРІ У ФОРМУВАННІ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ МІСТ УКРАЇНИ	85
ПОПОВА Поліна	ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	87
РАДЧЕНКО Вікторія	ВИКОРИСТАННЯ ФЕСТИВАЛЬНОГО РУХУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ	89
САВЕЛЬСЬКА Тетяна	РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	91
САХЕШВІЛІ Владислав	СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ – ПЕРСПЕКТИВНА СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	94

МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИЗМУ: СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ, ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТА КРАЇНОЗНАВЧИЙ АНАЛІЗ

ІВЕНКО Ярослава,
здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»
спеціальності «Туризм та рекреація»,
ІНУБІТ України, м. Київ

Становлення та розвиток туристичної індустрії на сучасному етапі відбувається в умовах масштабних змін, спричинених процесами глобалізації, активним впровадженням цифрових технологій, трансформацією споживчої поведінки та зростанням рівня світових ризиків. У такій ситуації менеджмент у сфері туризму набуває особливого виміру, адже саме він забезпечує здатність туристичних підприємств і destination оперативно реагувати на нові виклики та підтримувати свою конкурентну позицію на ринку. Одним з провідних тенденцій сучасного управління в туризмі є зміна підходів до об'єкта менеджменту. Якщо раніше ключовим завданням було просування та реалізація туристичного продукту, то нині пріоритет зміщується в бік управління клієнтським досвідом (Customer Experience). Подорож для споживача розглядається як комплекс емоцій, сервісних рівнів і індивідуалізованих послуг, що дозволяє зростання ролі таких інструментів, як динамічне ціноутворення та системи Revenue Management.

Важливою аналітичною базою стратегічного управління туристичною діяльністю виступає туристичне країнознавство, яке забезпечує всебічне дослідження туристичних destination, аналіз їхнього ресурсного потенціалу, рівня розвитку інфраструктури, безсвоєчасних умов і культурної специфіки. Саме країнознавчий підхід створює підґрунтя для формування конкурентоспроможного туристичного продукту [1, 2].

Активна цифровізація туристичної сфери, зокрема використання технологій штучного інтелекту та аналізу великих масивів даних (Big Data), сприяє автоматизації управлінських процесів, посиленню персоналізації послуг і підвищенню якості управлінських рішень. Водночас стратегічний менеджмент дедалі більше орієнтується на принципи сталого та регенеративного розвитку. В умовах глобальної нестабільності зростає значення ризик-менеджменту, що передбачає застосування предиктивної аналітики та адаптивних стратегій реагування.

Актуальним науковим завданням є дослідження сучасних стратегічних підходів до менеджменту туризму в умовах цифрової трансформації, а також обґрунтування ролі туристичного країнознавства як ключового аналітичного інструменту у формуванні конкурентоспроможного туристичного продукту та регенеративному управлінні destination. Для досягнення цієї мети доцільно використувати комплекс загальнонаукових і спеціальних методів дослідження [1, 3], зокрема: аналіз і синтез – для узагальнення теоретичних концепцій менеджменту туризму та цифровізації галузі; системний підхід – для розгляду

туристичної діяльності як складної соціально-економічної системи; порівняльний аналіз – для зіставлення особливостей розвитку туристичних destination (на прикладі Туреччини та Єгипту); країнознавчий аналіз – для оцінки ресурсів, інфраструктури та культурних характеристик туристичних напрямків; статистичні методи – для виявлення тенденцій розвитку галузі; методи узагальнення й прогнозування – для визначення перспектив подальшого розвитку менеджменту туризму в умовах глобальних викликів і цифровізації.

Важливим напрямком сучасного менеджменту туризму є стратегічне планування розвитку туристичних destination, що передбачає визначення довгострокових цілей, формування конкурентних переваг і раціональне використання туристичних ресурсів. Застосування стратегічного підходу сприяє узгодженню дій учасників туристичного ринку, забезпеченню збалансованого розвитку територій і зростанню привабливості destination для туристів.

Особливе місце у стратегічному управлінні посідає маркетинг туристичних послуг. Сучасні маркетингові стратегії ґрунтуються на аналізі споживчої поведінки, сегментації туристичного ринку та створенні унікальних ціннісних пропозицій. Активне використання цифрових каналів комунікацій та онлайн-платформ забезпечує ефективне просування туристичного продукту й формування позитивного іміджу destination.

Країнознавчий аналіз є важливим інструментом позиціонування туристичних напрямків на ринку. Глибоке знання історико-культурної спадщини, традицій, національної ідентичності та ментальних особливостей населення дозволяє розробляти автентичні туристичні продукти, що відповідають актуальним потребам споживачів і стимулюють розвиток культурно-пізнавального туризму.

Зрештою увага в системі менеджменту туризму приділяється управлінню якістю туристичних послуг. Впровадження стандартів якості, сертифікаційних механізмів і систем контролю сервісу сприяє підвищенню рівня задоволеності туристів і конкурентоспроможності підприємств. Водночас зростає роль людського капіталу в туристичній галузі: професійна підготовка кадрів, розвиток управлінських і міжкультурних компетенцій, а також володіння цифровими навичками є ключовими чинниками ефективного управління. Таким чином, інтеграція стратегічного менеджменту, цифрових технологій і країнознавчого аналізу формує необхідні умови для сталого розвитку туристичної індустрії та її успішного функціонування в умовах глобальних трансформацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bahalis D. Technology in tourism. *Tourism Review*. URL: surl.li/zbahly
2. Данишюк В. В., Тосенко Т. В. Інноваційні технології в туризмі. Дніпро: ДГУ, 2022. 340 с. URL: <http://info.dgu.edu.ua/handle/123456789/551>
3. UNWTO. Tourism and Digital Transformation. Madrid, 2023. URL: <https://www.unwto.org/blog/digital-change-tourism/> (дата звернення: 18.02.2026).

Науковий керівник: д. е. н., професор Мельниченко С.В.

