

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ  
ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

**Факультет маркетингу**

**Кафедра регіоналістики і туризму**

<b>Освітньо-професійна програма</b>	«Туризм»
<b>Галузь знань</b>	24 Сфера обслуговування
<b>Спеціальність</b>	242 «Туризм»

Форма навчання: *очна (денна)*

**КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА**

на тему:

**«Розвиток туристичних дестинацій України на засадах концепції сталого  
туризму»**

Здобувача: Луцкової Вероніки Сергіївни

Науковий керівник: кандидат наук з державного управління, доцент  
Тимошенко Тетяна Олександрівна

**Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією з  
атестації здобувачів вищої освіти (ЕК)**

Завідувач кафедри: доктор економічних наук, професор,  
академік НАН України, Данилишин Богдан Михайлович

**Київ 2025**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ  
ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

**Факультет маркетингу**

**Кафедра регіоналістики і туризму**

<b>Рівень вищої освіти</b>	перший (бакалаврський)
<b>Освітньо-професійна програма</b>	«Туризм»
<b>Галузь знань</b>	24 Сфера обслуговування
<b>Спеціальність</b>	242 «Туризм»

**ПОГОДЖЕНО**

Керівник проектної групи  
(гарант) освітньо-професійної  
програми  
Ілляшенко І.О.

17 січня 2025р.

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри  
Данилишин Б.М.

17 січня 2025р.

**ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ**

здобувачу вищої освіти Луцкової Вероніки Сергіївни

**Оочної форми навчання**

на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи

**на тему «Розвиток туристичних дестинацій України на засадах концепції  
сталого туризму»**

Тему затверджено наказом ректора Університету від "14"січня 2025р .№ 65-ст

**Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах**

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО ТУРИЗМУ**

**РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО ТУРИЗМУ НА  
ПРИКЛАДІ ПЕТРИКІВСЬКОЇ ГРОМАДИ**

**РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО ТУРИЗМУ  
ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНДОЗДАТНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ ЗОКРЕМА  
ПЕТРИКІВСЬКОЇ ГРОМАДИ**

<b>Об'єкт дослідження:</b>	процес розвитку туристичних дестинацій України на засадах концепції сталого туризму
<b>Предмет дослідження:</b>	інструменти та підходи до формування і просування туристичних дестинацій в Україні в умовах сьогодення.
<b>Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи:</b>	розробити рекомендації щодо вдосконалення розвитку туристичних дестинацій на засадах сталого туризму зокрема Петриківської громади та підвищення її туристичної привабливості.

**Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:**

**У розділі 1**

1. Розкрити сутність поняття та роль концепції сталого туризму в системі управління і розвитку туристичних дестинацій.
2. Проаналізувати конкурентоспроможність туристичних дестинацій в умовах сучасних викликів.
3. Дослідити міжнародний досвід впровадження концепції сталого туризму.

**У розділі 2**

1. Визначити сучасні виклики туристичного потенціалу Петриківської громади.
2. Оцінити особливості, динаміку та структуру розвитку туризму Петриківської громади.
3. Розкрити можливості впровадження концепції сталого туризму на території Петриківської громади.

**У розділі 3**

1. Розробити рекомендації в рамках економічної, екологічної та соціальної компонентів концепції сталого туризму.
2. Провести оцінку ефективності функціонування і управління туристичною дестинацією на засадах сталого розвитку на території Петриківської громади.

**Завдання підготував  
науковий керівник**

Тимошенко Т.О.

**«16» січня 2025р.**

**Завдання одержав  
здобувач**

Луцкова В.С.

**«16» січня 2025\_\_р.**

## Реферат

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 77 сторінок, 9 таблиць, 8 рисунків, список використаних джерел з 32 найменувань.

### **«Розвиток туристичних дестинацій України на засадах концепції сталого туризму»**

*Об'єктом дослідження* виступає процес розвитку туристичних дестинацій України на засадах концепції сталого туризму.

*Предметом дослідження* є інструменти та підходи до формування і просування туристичних дестинацій в Україні в умовах сьогодення.

*Мета кваліфікаційної магістерської роботи* – розробити рекомендації щодо вдосконалення розвитку туристичних дестинацій на засадах сталого туризму зокрема Петриківської громади та підвищення її туристичної привабливості.

Відповідно до поставленої мети були визначені такі *завдання*:

1. Розкрити сутність поняття та роль концепції сталого туризму в системі управління і розвитку туристичних дестинацій.
2. Проаналізувати конкурентоспроможність туристичних дестинацій в умовах сучасних викликів.
3. Дослідити міжнародний досвід впровадження концепції сталого туризму.
4. Визначити сучасні виклики туристичного потенціалу Петриківської громади.
5. Оцінити особливості, динаміку та структуру розвитку туризму Петриківської громади.
6. Розкрити можливості впровадження концепції сталого туризму на території Петриківської громади.
7. Розробити рекомендації в рамках економічної, екологічної та соціальної компонентів концепції сталого туризму.
8. Провести оцінку ефективності функціонування і управління туристичною дестинацією на засадах сталого розвитку на території Петриківської громади.

*Практичне значення отриманих результатів.* Практичне значення отриманих результатів полягає в розробці та обґрунтуванні стратегічних підходів до розвитку туристичних дестинацій України на основі концепції сталого туризму, зокрема в межах Петриківської громади. Запропоновані заходи та рекомендації базуються на аналізі соціально-економічного потенціалу території, принципах екологічної відповідальності, збереження культурної спадщини та залучення місцевих громад до управління туристичною діяльністю.

Розроблена методика оцінки сталості туристичних дестинацій та підходи до планування сталого розвитку можуть бути використані як інструмент

практичного управління розвитком туризму в інших громадах та регіонах України. Вони сприяють підвищенню інвестиційної привабливості територій, створенню нових робочих місць, формуванню позитивного іміджу регіону, а також забезпеченню балансу між економічною вигодою, збереженням довкілля та культурно-історичних цінностей.

Рік виконання кваліфікаційної магістерської роботи  
2025.

Рік захисту роботи 2025.

*Ключові слова: сталий туризм, туристична дестинація, розвиток громад, культурна спадщина, екотуризм, Петриківська громада, локальні ресурси, соціально-економічний розвиток, туристична привабливість, регіональна ідентичність, зелений туризм, туризм на селі, туристична інфраструктура, стратегія сталого розвитку, місцева громада.*

В і д г у к  
про кваліфікаційну бакалаврську роботу здобувача навчально-наукового  
інституту /факультету  
освітньо-професійної програми «ТУРИЗМ»

**Луцкової Вероніки Сергіївни**

на тему  
**«Розвиток туристичних дестинацій України на засадах концепції сталого  
туризму»**

1. Актуальність теми:

Кваліфікаційна бакалаврська робота Луцкової Вероніки Сергіївни на тему: «Розвиток туристичних дестинацій України на засадах концепції сталого туризму» є змістовним і комплексним дослідженням, оскільки присвячено аналізу питання необхідності та доцільності впровадження сучасної провідної концепції сталого управління туристичними дестинаціями в Україні. Актуальність дослідження теми визначається необхідністю вивчення сучасних інструментів посилення ролі сталого та відповідального туризму у забезпеченні соціально-економічного розвитку регіонів. Формування ефективного бренду туристичної дестинації Петриківської громади з акцентом на збереження та популяризацію її природної та історико-культурної спадщини сприятиме ефективному використанню її туристичного потенціалу, збільшенню туристичних потоків і покращенню її іміджу на національному та міжнародному рівнях. З урахуванням цих обставин, питання впровадження сталих практик управління туризмом на локальному і регіональному рівнях є актуальним і потребує проведення пошуково-аналітичних досліджень та розробок практичних рішень.

2. Позитивні риси кваліфікаційної бакалаврської роботи:

За мету при написанні бакалаврської роботи було визначено розробку рекомендацій щодо вдосконалення розвитку туристичних дестинацій на засадах сталого туризму, зокрема Петриківської громади, та підвищення її туристичної привабливості. Позитивні риси кваліфікаційної бакалаврської роботи полягають у досягненні повноти розкриття мети дослідження з теоретичного та практичного спрямування. При цьому у ході написання роботи вирішуються поставлені завдання.

3. Наявність самостійних розробок автора:

Автором кваліфікаційної бакалаврської роботи розроблено рекомендації, які охоплюють усі три ключові складові сталого розвитку. Економічні рекомендації включають підтримку малого бізнесу, розвиток кластерів, створення бренду громади. Екологічні — розвиток природоохоронних ініціатив, екологічно безпечного транспорту, мінімізацію відходів. Соціальні — залучення громади до прийняття рішень, розвиток соціального підприємництва, збереження традицій і ремесел.

4. Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій:

Кваліфікаційна бакалаврська робота здобувачки Луцкової В.С. є завершеним дослідженням. Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій проведеного у кваліфікаційній бакалаврській роботі показують важливість та необхідність переосмислення значення сталого управління туристичними дестинаціями. Автор роботи здійснила дослідження та аналіз різних підходів до оцінки ефективності управління дестинацією на засадах сталого розвитку. Оцінювання охоплювало екологічні, економічні та соціальні індикатори. У роботі надано пропозиції щодо моніторингу показників (кількість туристів, рівень доходу, ступінь задоволення мешканців, обсяг інвестицій, стан природного середовища тощо), які дозволять відстежувати прогрес реалізації стратегії сталого туризму. В результаті проведеного дослідження доведено, що для успішного запровадження сталого туризму потрібна системна підтримка на рівні громади — як організаційна, так і нормативна. Серед можливих напрямків: створення локальних туристичних кооперативів, освітні кампанії для мешканців, розвиток інклюзивних маршрутів, стимулювання використання місцевих ресурсів, а також запровадження стандартів сталості для надавачів туристичних послуг. Це свідчить про практичну спрямованість роботи та її важливий внесок у практику сталого управління туристичними дестинаціями.

5. Наявність недоліків:

Зауваження та рекомендації полягають у тому, що в роботі не було приділено достатньо уваги питанню оцінки ризиків та викликів, пов'язаних із впровадженням реформ в системі управління туристичними дестинаціями, зокрема, ризик низької мотивації учасників ринку туристичних послуг при переході на сталі практики ведення підприємницької діяльності. Однак це не визначалося основним завданням роботи, та може бути визначено предметом подальших наукових досліджень здобувача. Тож зазначений недолік не зменшує в цілому позитивне враження від роботи, яку виконано на високому рівні.

6. Загальна оцінка кваліфікаційної бакалаврської роботи та її допущення до захисту перед ЕК:

В цілому, кваліфікаційна бакалаврська робота Луцкової Вероніки Сергіївни на тему «Розвиток туристичних дестинацій України на засадах концепції сталого туризму» відповідає встановленим вимогам та заслуговує оцінки 55 балів. Робота пройшла автоматичну перевірку на плагіат та містить низький відсоток подібності (15,55%).

Дослідження є актуальним та змістовним. Робота може бути допущена до захисту перед ЕК.

**Науковий керівник** кандидат наук з державного управління, доцент кафедри регіоналістики і туризму



“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2025р.

Тимошенко Т.О.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО ТУРИЗМУ .....	7
1.1 Поняття, суть та роль концепції сталого туризму в системі управління і розвитку туристичних дестинацій.....	7
1.2 Конкурентоспроможність туристичних дестинацій в умовах сучасних викликів.....	11
1.3 Міжнародний досвід впровадження концепції сталого туризму .....	18
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СТАНУ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО ТУРИЗМУ НА ПРИКЛАДІ ПЕТРИКІВСЬКОЇ ГРОМАДИ.....	30
2.1 Загальна характеристика туристичного потенціалу Петриківської громади ...	30
2.2 Особливості, динаміка та структура розвитку туризму Петриківської громади .....	42
2.3 Оцінка сучасного стану впровадження концепції сталого туризму на території Петриківської громади.....	49
РОЗДІЛ 3 РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО ТУРИЗМУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНДОЗДАТНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ ЗОКРЕМА ПЕТРИКІВСЬКОЇ ГРОМАДИ .....	54
3.1 Пропозиції в рамках економічної, екологічної та соціальної складової концепції сталого туризму .....	54
3.2 Етапи та інструменти впровадження розроблених пропозицій .....	62
3.3 Оцінка ефективності функціонування і управління туристичною дестинацією на засадах сталого розвитку. ....	65
ВИСНОВКИ.....	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	76

## ВСТУП

У сучасних умовах туризм відіграє важливу роль в економіці України та впливає на розвиток її туристичної інфраструктурні просування країни як привабливої туристичної дестинації. Таким чином створюючи нові робочі місця та залучаючи нові іноземні інвестиції. Зосередження уваги на розвитку туризму також сприятиме покращенню міжнародного іміджу України.

З початку військового повномасштабного вторгнення на території України туристична галузь майже повністю скоротилась. В умовах майже повного замороження українського туризму досить багато туристичних компаній були змушені призупинити свою діяльність або й повністю закритися, це суттєво вплинуло на економічні показники у цій галузі.

Отже, стратегічними орієнтирами в сучасних умовах та в умовах післявоєнної відбудови мають стати розширення інформаційної структури туристичних послуг та сталий розвиток туризму на всіх рівнях.

Сталий розвиток та екологічна відповідальність стали ключовими глобальними пріоритетами України, і Петриківська громада, яка відома своїм унікальним мистецтвом петриківського розпису, має значний потенціал для розвитку туристичного бренду, але потребує подальшого вдосконалення стратегій його формування та просування.

Актуальність дослідження полягає у необхідності посилення ролі туристичних брендів у забезпеченні соціально-економічного розвитку регіонів. Формування ефективного бренду туристичної дестинації Петриківської громади сприятиме популяризації її культурного спадку, збільшенню туристичних потоків і покращенню її іміджу на національному та міжнародному рівнях.

Об'єктом дослідження виступає процес розвитку туристичних дестинацій України на засадах концепції сталого туризму. Предметом дослідження є інструменти та підходи до формування і просування туристичних дестинацій в Україні в умовах сьогодення.

Мета дослідження: розробити рекомендації щодо вдосконалення розвитку туристичних дестинацій на засадах сталого туризму зокрема Петриківської громади та підвищення її туристичної привабливості.

Завдання дослідження:

1. Розкрити сутність поняття та роль концепції сталого туризму в системі управління і розвитку туристичних дестинацій.
2. Проаналізувати конкурентоспроможність туристичних дестинацій в умовах сучасних викликів.
3. Дослідити міжнародний досвід впровадження концепції сталого туризму.
4. Визначити сучасні виклики туристичного потенціалу Петриківської громади.
5. Оцінити особливості, динаміку та структуру розвитку туризму Петриківської громади.
6. Розкрити можливості впровадження концепції сталого туризму на території Петриківської громади.
7. Розробити рекомендації в рамках економічної, екологічної та соціальної компонентів концепції сталого туризму.
8. Провести оцінку ефективності функціонування і управління туристичною дестинацією на засадах сталого розвитку на території Петриківської громади.

Методи дослідження включають аналіз і синтез наукової літератури, методи порівняльного та статистичного аналізу, анкетування, а також методи прогнозування для оцінки результатів запропонованих заходів. Це дослідження спрямоване на підвищення ефективності потенціалу Петриківської громади, що сприятиме її сталому розвитку як туристичної дестинації.

Відповідно до встановлених цілей та задач було реалізовано наступну методику дослідження: на першому етапі було зібрано інформацію про поняття, суть та роль концепції сталого туризму в системі управління і розвитку туристичних дестинацій, шляхом застосування літературного, статистичного і

візуального методів; на другому етапі зібрані матеріали було проведено оцінку історико-культурного та туристичного потенціалу Петриківської громади методами формалізації та бальної оцінки, типізації, таблично-графічних методів тощо. У роботі також застосовано метод SWOT-аналізу для оцінки стану розвитку туризму Петриківської громади загалом, проблем та шляхів удосконалення використання її історико-культурного потенціалу у цілях розвитку туризму на засадах концепції сталого туризму.

Дослідження базується на широкій інформаційній базі, що включає наукові публікації, електронні ресурси та нормативні джерела, які стосуються як об'єкту та і предмета дослідження. У ході роботи було використано низку наукових та публіцистичних матеріалів, які стосуються саме туристичних особливостей Петриківської громади Дніпропетровської області, зокрема статтю Косіцької З. «Петриківка – давній осередок витинанки в Україні» [15], яка висвітлює культурну й історичну роль Петриківки. Також важливу роль відіграє дослідження Соболевої О.[17], що розкриває феномен Петриківського розпису як декоративно-орнаментального мистецтва XIX–XXI століть. Додатково аналізувалися інформаційні ресурси, які популяризують Петриківку як туристичний об'єкт: сайт Petrykivka Art [11], що концентрується на деталях мистецтва; публікація Лісного І. «Петриківка туристична»[10] з описом туристичних об'єктів регіону та матеріали Волошиної І. «Всесвітньо невідома Петриківка»[13], що акцентують увагу на унікальності Петриківського розпису. Публікація Рацибарської Ю.[9] на сайті Радіо Свобода також допомогла зрозуміти важливість збереження традицій петриківського розпису.

Інформаційна база, яка була покладена в основу дослідження туристичної дестинації, складається з науковими робіт та досліджень.

Інформаційна база, яка була покладена в основу дослідження туристичної дестинації, складається з наукових робіт та досліджень Чорної Н. М. [1], Ткаченко Т. І. [2], Головчан Т. І. [3], Леонтьєвої Ю. Ю. [4], Осипчук М. [5], Головчан А. І. [6], Карліна Т. Г. [14], а також Музиченко-Козловської О. В. [7].

Усі вони працювали над дослідженням теоретичних і практичних аспектів брендингу, сталого розвитку та управління туристичними дестинаціями, що дозволило створити ґрунтовну базу для аналізу та розробки ефективних стратегій у цій сфері. Таким чином, робота ґрунтується на сукупності актуальних джерел, що дозволяють всебічно дослідити обрану тему.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У першому розглянуто питання теоретико-методичних аспектів сталого туризму. Другий розділ містить дослідження стану впровадження концепції сталого туризму на прикладі Петриківської громади. У третьому розділі наведено рекомендації щодо впровадження концепцій сталого туризму для підвищення конкурентоздатності туристичної дестинації зокрема Петриківської громади.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО ТУРИЗМУ

#### 1.1 Поняття, суть та роль концепції сталого туризму в системі управління і розвитку туристичних дестинацій

Сталий розвиток туристичної галузі передбачає врахування її поточних і майбутніх економічних, соціальних та екологічних наслідків, забезпечуючи зростаючі потреби туристів, самої індустрії, місцевих громад і навколишнього середовища. В основі сталого туризму, відповідно до Концепції сталого розвитку, лежить принцип «сталості», який гарантує безпечний та нешкідливий вплив туризму на довкілля як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі. [2, с. 9].

У своїй науковій праці А. Алієва розглядає сталий розвиток туризму як процес, що поєднує соціальну справедливість, екологічну стійкість та економічну ефективність. Соціальна справедливість означає стабілізацію соціального й культурного середовища в туристичних і рекреаційних дестинаціях, покращення умов праці, зростання рівня зайнятості, створення можливостей для кар'єрного розвитку та забезпечення доступності туристично-рекреаційних послуг [2, с. 10].

Екологічна сталість досягається впровадженням ресурсозберігаючих технологій, екологізацією господарської діяльності у сфері туризму й рекреації, а також зменшенням екологічного навантаження.

Економічна ефективність забезпечується завдяки раціональному використанню туристично-рекреаційних ресурсів, інноваційному розвитку галузі, підвищенню якості та конкурентоспроможності послуг, а також їх сертифікації та маркуванню.

На думку Ю. Миронова, сталий розвиток туризму – це форма туризму, що передбачає раціональне використання природних ресурсів, збереження соціально-

культурної самобутності туристичних destinations та місцевих громад, а також підтримку довгострокової економічної життєздатності, зважаючи на вигоду для всіх зацікавлених сторін[15, с. 319].

Сталий розвиток у туризмі означає досягнення позитивного загального балансу між екологічними, соціально-культурними та економічними наслідками туризму, а також сприятливий вплив туристів один на одного.

Автор також зазначає, що головним завданням сталого розвитку туризму є задоволення потреб людини шляхом отримання позитивних емоцій і вражень від туризму як окремої сфери економічної діяльності.

Сталий розвиток туризму також включає підтримку соціально-культурних особливостей туристичних регіонів, сприяння збереженню культурної спадщини та забезпечення довгострокового економічного зростання. Важливим є збереження туристичної привабливості регіонів, що передбачає раціональне використання природних ресурсів, мінімізацію екологічного навантаження та створення інвестиційно привабливих умов для розвитку інфраструктури.

У країнах Європейського Союзу особливу увагу приділяють екологічно безпечному туризму, охороні природних ресурсів та мінімізації антропогенного впливу на довкілля. Зменшення негативного впливу туристичної діяльності сприяє покращенню якості води, повітря, ландшафтів, а також оптимізації споживання енергії та води. Впровадження міжнародних стандартів сталого туризму, таких як сертифікація екологічно чистих готелів, використання відновлюваних джерел енергії та зниження викидів вуглекислого газу, відіграє ключову роль у розвитку екологічно відповідального туризму.

Зважаючи на вищенаведене, сталий розвиток туристичної індустрії пропонуємо представити наступим чином (Рис.1.1).

Слід зазначити, що ефективне використання потенціалу суб'єктів туристичної індустрії, розвиток туристичної інфраструктури та підвищення туристичної привабливості destinations як конкурентних переваг повинні супроводжуватися раціональним управлінням туристичними потоками. Це передбачає визначення оптимального комплексу туристичних послуг на

безпечних територіях, формування пріоритетних видів туризму у повоєнний період, а також оптимізацію туристичних потоків з урахуванням допустимого навантаження на об'єкти туристичної інфраструктури та їхнього впливу на навколишнє середовище.

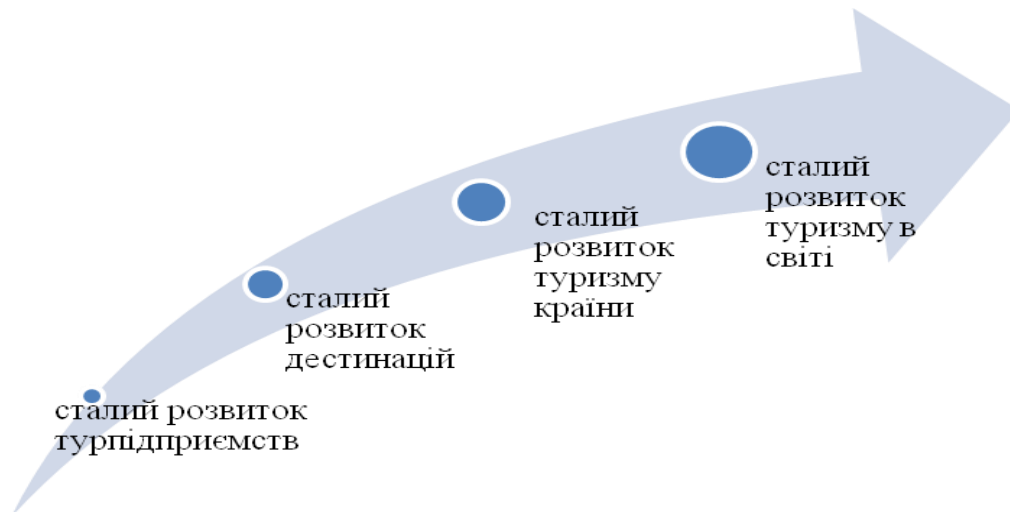


Рис. 1.1 – Сталий розвиток туристичної індустрії

*Джерело: розроблено автором за даними [2].*

Конкурентоспроможність туристичного продукту вимагає встановлення стандартів якості, насамперед пов'язаних із безпекою. Туристична привабливість дестинації нерозривно пов'язана із забезпеченням безпеки мандрівників, дотриманням нормативів та стандартів якості туристичного сервісу.

Тому одним із ключових завдань у повоєнний період є зміна усталених уявлень про Україну на міжнародній туристичній арені – від образу країни, охопленої воєнними діями, до безпечної та гостинної дестинації, відкритої для туристів.

Відповідно до Закону України «Про туризм», основними завданнями державного регулювання у сфері туризму є забезпечення безпеки туристичної діяльності, захист прав і законних інтересів туристів, суб'єктів туристичної індустрії та їх об'єднань, а також власників і користувачів земельних ділянок, будівель та споруд.

Безпека у сфері туризму визначається як сукупність факторів, що характеризують соціальний, економічний, правовий та інші аспекти гарантування прав і законних інтересів громадян, юридичних осіб та держави у туристичній галузі. В умовах воєнних дій в Україні туристи підлягають небезпеці та ризикам

під час подорожі та туристичних маршрутів. Тому, Державним агентством розвитку туризму (далі – ДАРТ) заборонено відвідувати туристичні місця біля об'єктів критичної інфраструктури, воєнних та стратегічних об'єктів, організація масових заходів (фестивалі, концерти), екскурсії у прифронтових зонах тощо [8; 9, с. 53].

Як зазначає Н. Барвінок «безпека та туризм – явища пов'язані між собою та доповнюють один одного. Туризм, з одного боку, має потребу в безпеці. Найважливішою особливістю забезпечення безпеки туризму у світі є відповідальне управління туризмом, засноване на концепції сталого розвитку та пов'язане з необхідністю чіткого бачення змін та тенденцій у певній невизначеності майбутнього» [20].

В сучасних умовах органи управління туристичною дестинацією мають впроваджувати ефективний антикризовий менеджмент туристичних потоків, працювати в умовах ризику та невизначеності, а також вживати превентивних заходів для зменшення негативного впливу різних чинників.

Влучною є думка С. Фокіна, що «безпека туристів та висока якість їх обслуговування неможливі без урахування громадських й інших національних інтересів, а також особливостей навколишнього середовища. Важлива роль тут належить і туристичним фірмам, які повинні виконувати вимоги правил безпеки, організуючі подорожі» [21].

З огляду на зазначене, зауважимо що збалансований розвиток туристичної індустрії, який враховує задоволення потреб споживачів у якісних послугах, збереження довкілля та туристичного потенціалу дестинацій, сприятиме отриманню економічних вигод для суб'єктів туристичної сфери.

Тому в подальших дослідженнях розглядатимемо трансформацію конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії як глибокий перехід до нової концептуальної моделі, заснованої на принципах безпечності, сталого розвитку та конкурентоспроможності. Це забезпечуватиме формування комплексного туристичного продукту, адаптованого до повоєнних умов розвитку країни, як на національному, так і на міжнародному рівнях.

## **1.2 Конкуренентоспроможність туристичних дестинацій в умовах сучасних викликів**

Дослідження питань конкуренції в туризмі є особливо актуальним останнім часом, оскільки більшість туристичних дестинацій виявилися залученими до гострої конкурентної боротьби. У зв'язку з цим питання конкуренції та конкурентоспроможності в туризмі вимагають глибокого наукового вивчення, розкриття закономірностей і основних тенденцій їх формування і розвитку.

В останні роки термін туристична дестинація широко використовується провідними вченими і фахівцями-практиками у галузі туризму. Існує неоднозначне розуміння і тлумачення цього терміна. Як показує аналіз сучасних літературних джерел, всі визначення дестинації можна розділити на дві групи.

Перший підхід заснований на географічній (територіальній) складовій і визначає туристичну дестинацію як територію, що має певні кордони і володіє туристичними ресурсами. У цьому контексті туристична дестинація відповідає такому поняттю як «туристичний центр», «туристичний регіон», які давно існують та широко використовуються у вітчизняній туристичній науці.

Другий – клієнтоорієнтований підхід. В даному випадку туристична дестинація обумовлюється тією привабливістю, яку вона представляє для певного сегмента споживачів. Таким чином, на перший план виходить та туристична привабливість, якою володіє дана територія для великої кількості туристів. Такий підхід визначає специфіку поняття дестинації і показує її принципова відмінність від поняття «туристичний центр», «туристичний регіон». Саме з приводу привабливості для туриста виникає основна конкуренція між дестинаціями, бо чим привабливіше місце з точки зору можливостей побачити і дізнатися більше нового, тим вище його рейтинг серед дестинацій, і, відповідно, тим більше воно відвідується туристами [10, с. 215].

Підхід з точки зору привабливості дозволяє ефективно розвивати цю територію, тобто виробляти ті продукти і надавати ті послуги, які найбільшою

мірою будуть затребувані туристами, які відвідують дану дестинацію, тобто залучати інвестиції у розвиток не просто інфраструктури регіону, будувати не просто засоби розміщення, розваги і т. ін., а вкладати їх цілеспрямовано, відповідно до потреб, з тією привабливістю, за якої більшість туристів відвідує цю дестинацію. У цьому випадку системний підхід в управлінні туристичними дестинаціями буде мати великий синергетичний ефект.

Конкурентоспроможною можна вважати туристичну дестинацію, яка здатна виробляти туристичні продукти, що користуються попитом на внутрішньому та зовнішньому ринку, і забезпечувати на цій основі економічне зростання і підвищення рівня добробуту місцевого населення. Таким чином, це поняття відповідає класичному підходу у визначенні конкурентоспроможності, в якому передбачається успіх дестинації в конкурентній боротьбі і підвищення рівня життя населення цієї туристичної дестинації.

Розгляд конкурентоспроможності туристичної дестинації представляє інтерес для різних категорій користувачів цієї інформації. Для державних органів управління туризмом (Державне агентство розвитку туризму України) оцінка конкурентоспроможності туристичної дестинації важлива з точки зору перспектив розвитку цієї дестинації, порівняльної характеристики конкурентоспроможності дестинацій.

Конкурентоспроможність туристичної дестинації значною мірою залежить від рівня координації та взаємодії між усіма учасниками туристичного ринку – готельним і ресторанним бізнесом, транспортними компаніями, закладами культури та дозвілля, органами місцевого самоврядування тощо. У сучасних умовах ефективною моделлю розвитку туристичних дестинацій є кластерний підхід, який передбачає створення територіально-економічних об'єднань суб'єктів господарювання, що співпрацюють задля підвищення конкурентоспроможності регіону. Туристичні кластери забезпечують синергію бізнесу, науки, влади та громади, сприяють інноваціям та стійкому розвитку дестинацій. Відтак, кластерний тип організації економіки розглядається як стратегічний інструмент

підвищення конкурентних переваг регіонів у сфері туризму та інших галузях економіки.

Кластерний тип організації економіки дозволяє створювати інтегровані конкурентні переваги за рахунок наступних факторів:

- створення загальної та спеціалізованої виробничої інфраструктури з урахуванням оптимального просторового розміщення продуктивних сил і факторів виробництва;
- створення умов для економічного зростання і мінімізації витрат за рахунок виробничої концентрації економіки;
- створення сприятливих умов для розвитку як галузей спеціалізації, так і інфраструктурних галузей;
- стимулювання конкуренції та інноваційної активності підприємницьких структур в рамках кластера, підвищення ефективності їх діяльності, зростання продуктивності праці;
- створення сприятливих умов для залучення інвестицій та кваліфікованих трудових ресурсів [2, с. 13].

У туристичну індустрію входять різні підприємства, які не обов'язково безпосередньо конкурують між собою. Взаємозв'язок конкуренції та економічної координації суб'єктів туристичного ринку є надзвичайно важливим, оскільки успішний розвиток туризму в дестинації передбачає тісну кооперацію між різними учасниками ринку, які безпосередньо не конкурують.

Одним з найважливіших завдань є підвищення конкурентоспроможності туристичної дестинації. Конкурентоспроможність туристичної дестинації необхідно розглядати з використанням моделі життєвого циклу дестинації з урахуванням конкурентного профілю на кожному з цих етапів. А.Р. Сафіуллін у рамках завдання управління конкурентними перевагами при проведенні промислової політики на мезорівні пропонує використовувати три етапи (фази) управління конкурентними перевагами

При розгляді питань підвищення конкурентоспроможності туристичної дестинації пропонується ввести ще три етапи:

- побудова бажаного (ідеального) конкурентного профілю DESTИНАЦІЇ з урахуванням її життєвого циклу,
- оцінка витрат на досягнення бажаного і реально досяжного конкурентного профілю,
- розробка проекту формування реально досяжного конкурентного профілю [11, с. 138].

При розгляді конкуренції між DESTИНАЦІЯМИ слід зазначити, що однією з найбільш значущих сил є вплив місцевого населення на розвиток туризму. У відповідності з теорією конкуренції М. Портера основними силами, що визначають галузеву конкуренцію, є покупці, постачальники, субститути та потенційні конкуренти. На відміну від матеріального виробництва, при якому товари доставляються покупцям за місцем їх проживання, у туризмі процес надання послуги здійснюється у туристичній DESTИНАЦІЇ, в яку прибуває турист.

У цьому випадку турист практично завжди стикається не тільки з обслуговуючим туристичним персоналом, який з самого початку є орієнтованим на прийом туристів, але і з місцевим населенням. Ступінь комунікації туристів з місцевим населенням туристичної DESTИНАЦІЇ може бути різним. Якщо мова йде про DESTИНАЦІЮ, яка спеціально створена для прийому та обслуговування туристів і територіально відокремлена, наприклад, пляжний готель з відокремленою великою територією або туристично-розважальних комплекс, який забезпечує весь цикл обслуговування туристів, включаючи їх проживання, харчування, розваги та ін., то в цьому випадку вплив місцевого населення є мінімальним, оскільки туристи можуть не залишати території цього комплексу і не зустрічатися з місцевим населенням. Найчастіше відбувається більш тісний контакт і спілкування туристів з місцевим населенням, коли йдеться про міські туристичні DESTИНАЦІЇ, де туристи відвідують музеї, театри, інші підприємства, зайняті обслуговуванням туристів, гуляють містом, користуються громадським транспортом та ін. В цьому випадку загальне враження туриста від подорожі складається не тільки від якості надаваних йому туристських послуг, але й від відношення місцевого населення до туристів. Тоді слід говорити про туристичний

продукт в розширеному сенсі слова, тобто про включення в туристичний продукт того враження, яке отримав турист і від місцевого населення. Найбільш важливим фактором розвитку туризму в Україні є формування стратегічних конкурентних переваг.

Туризм є специфічною сферою діяльності, в ньому тісно переплітаються економічні і соціальні аспекти, які безпосередньо позначаються на формуванні конкурентоспроможного туристичного продукту. Надання туристичної послуги здійснюється в конкретній туристичній дестинації, куди прибуває турист. У процесі здійснення туристичної поїздки турист досить тісно контактує з місцевим населенням, відвідуючи громадські заклади (ресторани, магазини, банки, театри тощо) і просто гуляючи вулицями населених пунктів. Важливе значення для туриста має доброзичливе ставлення до нього місцевого населення, оскільки це створює додатковий комфорт і підвищує якість туристичної послуги, яка в цій частині не залежить від приймаючого туроператора, а визначається загальною соціально-культурною атмосферою дестинації.

З точки зору формування стратегічних факторів розвитку конкурентних переваг і підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту і самої дестинації особливого значення набуває формування доброзичливого ставлення місцевих жителів до туристів, що приїжджають до дестинації. Це є досить важливою та складною проблемою, оскільки місцеві жителі повинні розуміти і усвідомлювати значущість розвитку туризму для дестинації, вони повинні відчувати значущість туризму на рівні особистісного сприйняття. Сформувати це розуміння можна тоді, коли місцеві жителі будуть відчувати віддачу від туризму, зокрема отримувати нові робочі місця, здійснювати успішну підприємницьку діяльність, пов'язану з обслуговуванням туристів, отримувати доходи від туризму. Таким чином, в основі лояльності місцевого населення до туристів, що приїжджають в їх дестинацію, повинні бути, перш за все, економічні причини. Місцеве населення може серйозно впливати на формування зворотного туристичного потоку в дестинацію. Якщо турист помічає недоброзичливе ставлення місцевого населення до туристів, то це, швидше за все, позначиться на

його бажанні не повертатися в дану дестинацію незалежно від якості отриманих туристичних послуг.

У зв'язку з вищевикладеним, є обґрунтованим включення в схему основних конкурентних сил, що визначають конкуренцію між дестинаціями (загроза появи нових конкурентів загроза появи субститутів, ринкова влада постачальників, ринкова влада покупців), ще однієї сили - місцевого населення. Завжди існує загроза негативного ставлення місцевого населення до туристів.

Для того, щоб знизити цю загрозу, необхідно формувати позитивне ставлення місцевого населення до туристів, передбачивши цей напрям діяльності в стратегічних планах розвитку територій. Одним з напрямів формування доброзичливого ставлення місцевого населення до туристів є посилення його зацікавленості у збільшенні туристичного потоку і розширення участі місцевого населення в туристичній діяльності. Це стосується в'їзного і внутрішнього туризму [3, с. 40].

Залучення місцевих мешканців до стратегічного планування туристичної дестинації є необхідним елементом збалансованого розвитку регіону. Такий підхід не лише допомагає уникнути конфліктів між жителями та туристами, а й сприяє формуванню стійкої та конкурентоспроможної туристичної екосистеми, в якій громада відчуває вигоди від зростання туристичних потоків.

Основні переваги такого підходу:

- формування спільного бачення – мешканці беруть участь у плануванні, що дозволяє враховувати їхні інтереси та мінімізувати ризики соціальних конфліктів;

- зменшення опору змінам – прозорість процесу сприяє розумінню переваг туризму та його позитивного впливу на місцеву економіку;

- підвищення лояльності до туристів – громада, яка отримує вигоди від туризму (економічні, культурні, соціальні), більш відкрито ставиться до відвідувачів.

Механізми залучення включають громадські слухання, освітні програми, волонтерські ініціативи та цифрові платформи для обговорень. Таким чином,

інтеграція місцевого населення в процес планування дозволяє не лише уникнути конфліктів, а й створити сталий та привабливий туристичний регіон.

Формування збалансованої конкурентоспроможності туризму на мезо- і макрорівні дозволить забезпечити стабільне оточення для ефективної роботи підприємств туріндустрії. Успішний розвиток туризму в DESTИНАЦІЇ можливий тільки тоді, коли сформовано конкурентоспроможний кластер взаємопов'язаних галузей, що забезпечують ефективну роботу турпідприємств. При цьому повинна бути забезпечена соціальна спрямованість економіки DESTИНАЦІЇ, що, з одного боку, спрямована на якісне задоволення потреб туристів, що приїжджають в DESTИНАЦІЮ, а з іншого боку, що забезпечує зростання доходів і добробуту місцевого населення DESTИНАЦІЇ.

Таким чином, розглянувши особливості конкурентоспроможності туристичних DESTИНАЦІЙ, в схему основних конкурентних сил, що визначають конкуренцію між DESTИНАЦІЯМИ, пропонується включити ще одну силу - місцеве населення туристської DESTИНАЦІЇ. Одним з напрямів формування доброзичливого ставлення місцевого населення до туристів є посилення його зацікавленості у збільшенні туристичного потоку і розширенні участі місцевого населення в туристичній діяльності. Пропонуємо наступні шляхи підвищення зацікавленості місцевого населення в розвитку туристичної DESTИНАЦІЇ в рамках теорії «економіки участі»: створення нових робочих місць в туріндустрії та їх надання місцевому населенню, в тому числі і в рамках мультиплікативного ефекту, підвищення матеріальної зацікавленості.

### 1.3 Міжнародний досвід впровадження концепції сталого туризму

Суттєвий негативний вплив людської діяльності на екологічний стан планети та неефективне використання природних ресурсів зумовили розробку низки міжнародних концепцій і програм розвитку сталого туризму. Починаючи з кінця минулого століття, ці ініціативи впроваджувалися в економічну діяльність різних країн та змінювалися залежно від сучасних викликів і умов функціонування держав світу. Туристична сфера також привернула увагу міжнародної спільноти, оскільки туризм став одним із головних чинників забруднення навколишнього середовища, а також сприяв руйнуванню історичних пам'яток, заповідних територій і зелених зон.

За останні три десятиліття концепція сталого туризму отримала широке визнання на міжнародному рівні, формуючись не лише як окремий вид туристичної діяльності, а як комплекс принципів і методів, спрямованих на збереження природи та культурної спадщини. Також вона сприяє підвищенню рівня відповідальності та обізнаності туристів щодо екологічно безпечного відпочинку. Розвиток сталого туризму відбувався протягом 50 років, переважно через проведення форумів, самітів і конференцій.

Туризм відіграє важливу роль у світовій економіці, забезпечуючи значні фінансові надходження та сприяючи створенню робочих місць. Усі форми туризму, особливо сталий, тісно пов'язані з соціально-економічним та екологічним розвитком багатьох країн. Основна ідея сталого туризму полягає у веденні туристичної діяльності з урахуванням збереження природних, екологічних, культурних та інших ресурсів. Всесвітній фонд дикої природи (далі – WWF) відокремив наступні принципи сталого туризму:

- зниження обсягів відходів;
- включення туризму у місцеве стратегічне планування розвитку країн;
- залучення місцевого населення до контакту з туристами;

- раціональне використання усіх видів ресурсів, задіяних у туристичній діяльності;
- збереження біологічного та культурного різноманіття;
- інвестування у місцеву економіку;
- створення системи комунікації та зворотного зв'язку між туристами, туристичними фірмами та місцевими спільнотами;
- створення робочих місць та розвиток персоналу;
- використання відповідального та прозорого маркетингу;
- постійний моніторинг, аналіз та контроль дотримання принципів сталого туризму представниками туристичного бізнесу та населення [10, с. 213].

Як і кожна країна світу, кожна область України має свої туристичні зони, які визначаються, перш за все, природно-ресурсним потенціалом та умовами для його розвитку. Основними факторами популярності більшості туристичних регіонів є чистота довкілля та унікальність місцевої культури, що відповідає принципам сталого розвитку і сприяє ефективному розвитку туристичного бізнесу загалом.

До головних подій щодо міжнародного досвіду впровадження концепції сталого туризму слід віднести:

1) прийняття десятирічної Рамкової програми зі сталого споживання та виробництва:

- створення глобальних програм з розвитку міжнародної співпраці у сферах екофрендлі виробництва і відповідального споживання ресурсів.
- визнання сталого туризму одним з ключових напрямків сталого розвитку суспільства.
- важливість сталого туризму для соціально-економічного розвитку країн світу [6, с. 103].

2) затвердження Глобальних критеріїв сталого туризму для дестинацій:

- формулювання визначення категорії «сталі дестинації».
- розробка глобальних критеріїв відповідності та індикаторів сталості для представників туристичного бізнесу [7].

### 3) створення Всесвітньої Хартії Сталого Туризму:

– розширення існуючих принципів сталого туризму (включення розгляду таких категорій, як збереження національної ідентичності, кліматичні зміни, економічна справедливість, розумне споживання та ін.).

– зазначення того факту, що туризм може зробити внесок у власну стійкість і глобальне економічне відновлення, дотримуючись стратегії декарбонізації, а також інновацій у використанні енергії, ресурсів і транспортних і комунікаційних систем.

– забезпечення реалізації стійких моделей споживання та виробництва вздовж усього ланцюга послуг і туристичної діяльності.

– використання інноваційних рішень з ресурсозбереження у контексті циркулярної економіки, уникаючи утворення відходів, скорочуючи споживання та забруднення [8].

### 4) Чендунська декларація щодо туризму та цілей сталого розвитку:

– підкреслення важливості сталого туризму у рамках подолання економічних криз (розширення можливостей бізнесу, підвищення рівня зайнятості).

– зазначення ролі сталого туризму у процесі ліквідації бідності та охороні навколишнього середовища, особливо у країнах, що розвиваються.

– включення сталого туризму до факто-рів, що стимулюють біологічне різноманіття та розвиток екологічних програм [9, с. 34].

### 5) проголошення 2017 року Між-народним роком сталого туризму:

– виявлення ролі сталого туризму у загальному міжнародному сталому розвитку.

– виділення ключових елементів та принципів сталого туризму.

– визначення важливості сталого туризму як двигуна прогресу та розвитку у сферах економіки, екології, історії, культури тощо [11, с. 97].

### 6) семінар із сталої культурної спадщини та розвитку туризму:

– підвищення ефективності управління об'єктами культурної спадщини.

- визначення теоретичних та практичних розробок стосовно оцінювання ризиків, пов'язаних з об'єктами культурної спадщини, та забезпечення готовності до надзвичайних ситуацій.

- збільшення потенціалу об'єктів культурної спадщини та туризму [11].

На окрему увагу заслуговує Global Sustainable Tourism Council (GSTC), який розробив міжнародні стандарти, що регламентують механізми впровадження концепції сталого туризму на рівні дестинацій, підприємств та туристичних операторів. Ці стандарти є основою для політики сталого розвитку, сертифікації та управління туристичними ресурсами.

Нижче розглянемо інструменти впровадження концепції сталого туризму через GSTC:

- система сертифікації: надання сертифікатів сталого туризму, що підтверджують відповідність міжнародним стандартам;

- партнерства та консультації: розробка рекомендацій для урядів, бізнесу та громадських організацій;

- моніторинг та оцінка: регулярний аналіз впливу туризму на довкілля, економіку та місцеві громади;

- освітні програми: навчання та підготовка персоналу щодо принципів сталого розвитку у сфері туризму.

Таким чином, індикатори GSTC не лише визначають критерії сталого туризму, а й забезпечують інструментарій для його впровадження через нормативні акти, сертифікацію та управлінські механізми. Вони є важливим міжнародним документом, що допомагає країнам і компаніям досягати балансу між економічним розвитком, екологічною безпекою та соціальною відповідальністю в туристичній сфері.

Також слід зауважити, що на сьогоднішній день туристична політика Європейського союзу ґрунтується на двох ключових документах, ухвалених у 2022 році: Європейському порядку денному для туризму до 2030 року (затверженому Радою ЄС у грудні) та Шляху переходу до туризму (опублікованому Європейською Комісією в лютому) [8].

Європейський порядок денний для туризму до 2030 року визначає стратегічне бачення розвитку туризму в країнах ЄС. Він містить довгостроковий робочий план, спрямований на сприяння сталому, екологічно відповідальному та цифровому розвитку туристичної галузі. У його реалізації задіяні Європейська комісія, держави-члени та інші зацікавлені сторони.

Основою цього документа є «Шлях переходу для туризму», який охоплює 27 ключових напрямів — від стратегічного управління до цифрової та екологічної трансформації, а також питань інвестицій та стійкого розвитку.

Документ спрямований на впровадження зеленої та цифрової трансформації туризму через співпрацю між державними й приватними організаціями на місцевому, національному та європейському рівнях. Крім того, він передбачає розвиток професійних навичок, підвищення адаптивності бізнесу та забезпечення більшої стійкості й збалансованості туристичного сектору.

У контексті управління сталим розвитком туристичних, що дестинацій є одним із ключових напрямів сучасної туристичної політики Європейського Союзу створена Європейська система туристичних індикаторів для сталого управління напрямками (далі –ETIS (European Tourism Indicator System)), яка виступає як ефективний інструмент оцінки та моніторингу впливу туризму на економічні, соціально-культурні та екологічні аспекти розвитку територій.

ETIS була ініційована Європейською комісією як добровільна система оцінки, що спрямована на підвищення ефективності управління туристичними напрямками через застосування комплексного підходу до збору, аналізу та використання даних. Основна мета цієї системи – надання управлінцям туристичних дестинацій практичного інструменту для прийняття рішень, орієнтованих на довгострокову стійкість туристичної діяльності.

Застосування ETIS дозволяє туристичним дестинаціям не лише отримувати кількісні та якісні показники розвитку, а й формувати обґрунтовані управлінські рішення, спрямовані на оптимізацію туристичних потоків, підвищення рівня екологічної безпеки та покращення якості туристичних послуг.

Крім того, використання ETIS сприяє гармонізації туристичної політики на рівні ЄС, підвищує конкурентоспроможність туристичних destinations, сприяє більш ефективному розподілу ресурсів та запровадженню інноваційних підходів до управління туризмом.

Таким чином, Європейська система туристичних індикаторів для сталого управління напрямками є важливим механізмом впровадження принципів сталого розвитку в туристичній сфері, сприяючи досягненню балансу між економічними вигодами, соціальними пріоритетами та екологічною відповідальністю.

Отже, в останні роки міжнародна туристична спільнота досягла значних успіхів у вдосконаленні методичних і практичних основ сталого туризму. Розробки дослідників та вчених останніх років дозволили визначити три основні конкурентні напрямки сталого туризму:

- сприяння активному біологічному розвитку країн через створення нових робочих місць, отримання доходів та зменшення бідності, особливо в країнах, що розвиваються;

- повага до соціально-культурних і історико-політичних умов місцевих спільнот, толерантність до різноманіття рас і культур, збереження традицій та національної культурно-історичної спадщини;

- охорона екології, природи та біологічного різноманіття, раціональне використання ресурсів та допомога у зменшенні впливу людської діяльності на клімат. Сталий туризм досі вважається недостатньо зрозумілою категорією для середньостатистичного споживача туристичних послуг, тому автором було виокремлено відмінності класичного туризму від сталого у таблиці 1.

Філософія сталого туризму в контексті взаємодії між туристами та місцевими спільнотами полягає у взаємній повазі та прагненні обміну культурними, історичними і мовними особливостями. Туристи повинні поводитися як гості, а не як власники destinations, поважаючи місцеві традиції та норми поведінки. В свою чергу, місцевим спільнотам слід бути привітними до туристів і заохочувати їх до обережного знайомства з природними та історико-

культурними пам'ятками їхньої батьківщини, оскільки туристична діяльність є важливим чинником розвитку місцевої економіки та сфери послуг.

Таблиця 1.1

## Порівняльна таблиця сталого та класичного туризму

№ п/п	Ознаки	Сталий туризм	Класичний туризм
1.	Ставлення туристів до культури країни	Поведінка туристів формується з урахуванням місцевих традицій та культурних особливостей. Туристи з повагою ставляться до місцевих правил та прийнятих норм поведінки.	Поведінка туристів не передбачає змін у відповідності до місцевої культури та традицій, культура регіону сприймається перш за все як засоби розваги.
2.	Ставлення до навколишнього середовища	Ставлення ґрунтується на повазі до природних ресурсів та екології. Туристи свідомо та відповідально дотримуються місцевих правил і норм поведінки з природою.	Ставлення до природних ресурсів та екології здебільшого споживацьке. У першу чергу важливий комфорт туриста, а вже потім – обачне ставлення до природи.
3.	Ставлення до місцевих спільнот	Ставлення будується на безумовній повазі до місцевих жителів. Головною метою у спілкуванні з місцевими спільнотами є зацікавленість у культурі та історії, а не виконання вимог і запитів туристів.	Ставлення до місцевих жителів переважно зверхнє, та супроводжує мету вимагати від місцевих спільнот приймати участь у розважальній діяльності.
4.	Методи збільшення доходів	Приріст обсягів туристичних послуг базується на умовах ресурсної бази конкретної країни або регіону. Супроводжується обачним ставленням до економічної, екологічної та культурної складової дестинації.	Характерне постійне збільшення обсягів туристичних послуг заради власної вигоди. Споживче ставлення до ресурсної бази дестинації.

*Джерело: розроблено автором за даними [2].*

Сталий розвиток туристичних дестинацій є важливою складовою частиною успішного управління в туристичній галузі. Це передбачає не лише ефективне

використання природних та культурних ресурсів, але й забезпечення економічної вигоди для місцевих громад, соціальної справедливості, а також екологічної стійкості. У цьому контексті багато країн Європейського Союзу впроваджують інноваційні практики сталого управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ, які можуть бути адаптовані для України.

Розглянемо нижче кращі практики сталого управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ в країнах Європейського союзу.

Швейцарія є одним з лідерів у розвитку сталого туризму. Вона використовує комплексний підхід до управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ, де основна увага приділяється збереженню природних ресурсів та зменшенню впливу туризму на довкілля. Наприклад, у Швейцарії активно розвивається система «зелених» готелів, де застосовуються енергоефективні технології та мінімізація використання ресурсів. Крім того, країна має добре розвинену інфраструктуру для екологічного туризму, зокрема для пішохідного та гірського туризму.

Наприклад Кантони, такі як Вале, активно сприяють розвитку екологічно чистих туристичних послуг, наприклад, у вигляді гірських екологічних маршрутів, де туристи можуть відпочивати без шкоди для навколишнього середовища. Програми сталого туризму також включають локальні ініціативи, зокрема підтримку місцевих підприємств і розширення можливостей для екологічних активностей.

Нідерланди зосереджуються на інтеграції сталого розвитку в політику управління туризмом через регулювання кількості туристів і розвиток «зелених» готелів та транспорту. Ключовим аспектом є підтримка велосипедного туризму, що є екологічно чистим способом пересування.

У Нідерландах місто Амстердам застосовує стратегію сталого туризму, обмежуючи кількість туристів в центральних районах та заохочуючи відвідування менш відомих частин міста. Ця стратегія дозволяє зменшити негативний вплив масового туризму на культурну та природну спадщину.

Австрія застосовує принципи сталого розвитку в туристичних регіонах, де важливим аспектом є інтеграція природи і туризму. Міжнародні природні парки в Австрії стали успішним прикладом того, як можна поєднати охорону природи і розвиток туризму.

У Національному парку «Нойштадт», що є частиною австрійських Альп, активно розвиваються екологічні програми, включаючи тури, орієнтовані на вивчення природи, зокрема екотури. Туризм у цьому регіоні сприяє не лише захисту навколишнього середовища, але й розвитку місцевої економіки.

Рекомендації щодо впровадження сталих практик в Україні:

– розвиток інфраструктури для сталого туризму. В Україні необхідно активно розвивати інфраструктуру, що підтримує екологічно чисті види туризму, такі як велосипедні та пішохідні маршрути, еко-курорти, а також гірський і водний туризм. Пріоритет потрібно віддавати створенню маршрутів, що не шкодять природному середовищу, а також популяризації «зелених» технологій серед місцевих підприємців;

– модернізація туристичних підприємств. В Україні варто активно впроваджувати практики енергоефективності та сталого управління на рівні туристичних об'єктів, готелів та ресторанів. Це включає використання відновлювальних джерел енергії, зменшення використання води та електроенергії, а також використання місцевих екологічних продуктів;

– розвиток локальних ініціатив та кластерів. Україні слід стимулювати розвиток туристичних кластерів, які об'єднують місцеві підприємства, органи влади та громадськість. Це дозволить ефективно управляти туристичними потоками, підтримувати місцеву економіку та зберігати природні ресурси. Така співпраця дозволяє формувати спільні стратегії розвитку та ефективно використовувати ресурси;

– впровадження сучасних механізмів управління туризмом. Варто створювати органи управління туристичними дестинаціями (DMO), що координуватимуть усі аспекти розвитку туризму на місцевому рівні. Ці органи

мають залучати всі зацікавлені сторони до прийняття рішень, що дозволить покращити ефективність та відповідальність у розвитку туризму;

– освіта та підвищення обізнаності серед туристів та місцевих громад. Необхідно проводити освітні програми та кампанії, спрямовані на підвищення обізнаності про сталий туризм серед туристів, а також серед місцевих громад та підприємців. Це включає тренінги для місцевих мешканців з питань екологічно чистого туризму, а також інформаційні кампанії про позитивні економічні та соціальні ефекти сталого туризму.

– розвиток екологічно відповідального маркетингу. Україні необхідно розробити маркетингові стратегії для просування сталих туристичних дестинацій. Такий маркетинг має підкреслювати екологічність, соціальну відповідальність та культурну автентичність, що приверне туристів, які цінують сталий розвиток [11, с. 98].

Сталий розвиток туристичних дестинацій є важливим фактором для успішного туризму, що дозволяє зберегти природні та культурні ресурси для майбутніх поколінь. Вивчення досвіду країн ЄС дозволяє визначити найбільш ефективні практики, які можуть бути адаптовані для України. Впровадження цих стратегій сприятиме створенню конкурентоспроможних і стійких туристичних дестинацій, що сприятимуть економічному розвитку, покращенню якості життя місцевих громад і збереженню навколишнього середовища.

Туристична діяльність має суттєвий вплив на навколишнє середовище. Вона проявляється в фізичному впливі на природні ресурси (руйнування об'єктів, зміни рельєфу, забруднення) та соціальному впливі на культуру (втрати традицій, неповага до місцевої культури та населення, нав'язування чужих цінностей). Соціальні та культурні проблеми часто виникають через розвиток туризму, що не відповідає принципам сталості.

Наприклад, у Бірмі місцева влада примусово виселила тисячі людей зі своїх домівок, щоб звільнити території для розвитку туризму. В Східній Африці місцеві жителі також були примусово переселені, аби території стали національними парками для сафарі.

Отже, звернемо увагу, що проблеми довкілля, зокрема глобальні, мають безпосередній вплив на розвиток туризму, і, в свою чергу, туризм негативно впливає на клімат та навколишнє середовище. Прикладом є зміни, пов'язані з глобальним потеплінням, висушенням клімату, зменшенням біорізноманіття в окремих регіонах, а також загальним погіршенням умов життя для місцевих жителів. Підвищення рівня Світового океану загрожує затопленням прибережних міст, а зміна температурного режиму води призводить до «цвітіння» водойм і зникнення живих організмів. Тому концепція сталого туризму є критично важливою для подальшого розвитку цієї галузі.

Враховуючи вищевикладене, слід зазначити що у розвитку туристичного бізнесу за принципами сталого розвитку важливо не лише створювати умови для туризму, але й враховувати всі можливі наслідки цього процесу. Потрібно знизити негативний вплив туризму, одночасно використовуючи позитивні моменти. Важливо враховувати добробут місцевих спільнот, умови їх праці та середовище проживання, тобто соціальні, економічні та екологічні наслідки туризму. Поєднання економічних, екологічних і соціальних цілей у сталому розвитку туризму є основою успіху цієї діяльності.

#### *Висновки до розділу 1.*

Узагальнення наукових підходів до визначення сутності сталого розвитку туристичної сфери як цілісного процесу, що включає дотримання соціальної справедливості, досягнення економічної ефективності та забезпечення екологічної сталості, дозволило сформулювати концептуальні основи сталого розвитку цієї сфери, з акцентом на інклюзивне зростання. Основними цілями в туристичній сфері є: розширення можливостей та забезпечення рівного доступу до туристичних послуг для всіх верств населення; збільшення рівня зайнятості через повніше використання трудових ресурсів; диверсифікація туристично-рекреаційної діяльності та створення ефективних бізнес-моделей сталого розвитку туристичної індустрії в умовах постпандемічної кризи; формування ефективних взаємодій серед учасників ринку туристичних та рекреаційних послуг і залучення

різних стейкхолдерів до процесів сталого інклюзивного розвитку туристичної сфери.

Дослідження та імплементація міжнародного досвіду організаційно-економічного забезпечення сталого розвитку туристичної сфери в Україні передбачає орієнтацію на принципи інклюзивного зростання – розширення можливостей для залучення максимальної частини населення до продуктивної діяльності, задоволення потреб усіх соціальних груп та забезпечення рівного доступу до туристичних послуг в умовах обмежених ресурсів. Аналіз досвіду європейських та інших країн дозволив визначити особливості формування та реалізації організаційно-економічного механізму сталого розвитку туристичної сфери на засадах інклюзивного зростання як цілісного процесу дотримання соціальної справедливості, досягнення економічної ефективності та екологічної сталості.

## РОЗДІЛ 2.

### АНАЛІЗ СТАНУ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО ТУРИЗМУ НА ПРИКЛАДІ ПЕТРИКІВСЬКОЇ ГРОМАДИ

#### 2.1 Загальна характеристика туристичного потенціалу Петриківської громади

Підвищення екологічних стандартів у сільському господарстві, екологічно спрямована модернізація промислових підприємств, зокрема тих, які зазвичай спричиняють найбільше забруднення, а також оновлення транспортної інфраструктури сприяють суттєвому покращенню екологічних показників господарської діяльності. В умовах переходу до парадигми сталого розвитку, що охоплює всі сфери суспільного життя, зокрема індустрію гостинності та туризму, актуальним стає дослідження можливостей для розвитку форм туризму, таких як сільський зелений туризм, з метою підтримки сільських господарств.

Попри переважно індустріальний характер Дніпропетровського регіону, його територія зберігає значний потенціал для розвитку альтернативних форм туризму, зокрема сільського зеленого туризму. Історико-культурне розмаїття краю, тісно пов'язане з давніми козацькими традиціями, етнографічною спадщиною та природним різноманіттям, створює сприятливі умови для формування привабливого туристичного продукту, орієнтованого на екологічну свідомість та автентичний досвід. У цьому контексті особливої ваги набуває діяльність Спілки сільського зеленого туризму в Україні, яка виступає одним із провідних інституційних суб'єктів у просуванні цієї форми туризму. Її ініціативи спрямовані на підтримку локальних ініціатив, розвиток мережі родинних садиб, популяризацію культурної і гастрономічної спадщини регіонів, а також на формування стандартів якості туристичних послуг у сільській місцевості.

Одним із індикаторів активізації державної політики у сфері сталого туризму стало оголошення 2020 року роком сільського туризму в Україні, що було ініційовано Національною туристичною організацією України (НТОУ). У межах цього проєкту відбувалося оновлення туристичних маршрутів, популяризація тематики сталого розвитку та підтримка місцевих громад, які прагнуть інтегруватися у туристичну економіку. Даний підхід ґрунтується на принципах децентралізації, економічної диверсифікації сільських територій та збереження культурного ландшафту.

Конкретним прикладом успішної реалізації цих підходів у Дніпропетровській області є функціонування етносадиби «Козацький хутір» у селі Гречане Синельниківського району. Цей туристичний об'єкт пропонує відвідувачам занурення в традиційне українське сільське життя, включаючи майстер-класи з народних ремесел, дегустацію страв козацької кухні, кінні прогулянки та екскурсії історичними місцями краю. Садиба активно співпрацює з місцевими громадами, організовуючи фестивалі народної культури та тематичні заходи, спрямовані на збереження національної ідентичності. Таким чином, зелений туризм у регіоні стає не лише важливою складовою культурної політики, а й ефективним інструментом підтримки сталого розвитку сільських територій.

Петриківська громада, що розташована в Дніпропетровській області, має значний туристичний потенціал, зумовлений наявністю унікальної культурної спадщини, сприятливих природно-рекреаційних умов та можливостей для розвитку сільського зеленого туризму. Основною метою цього дослідження є оцінка існуючого туристичного потенціалу громади та розробка рекомендацій для його вдосконалення та просування на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Традиційно ця територія Петриківської громади орієнтується на задоволення культурно-освітніх потреб учнівської та студентської молоді завдяки об'єктам, що належать до спадщини ЮНЕСКО, центрам народної творчості, етнографічним і краєзнавчим музеям. Це дозволяє розглядати її як окремий туристичний район області. Водночас, протягом останнього десятиліття активно розвивається напрямок рекреаційного туризму, спрямованого на задоволення

попиту жителів великих міст на короткотерміновий відпочинок у природному середовищі з чистою екологією.

Петриківщина розташована на лівобережжі Дніпра, у зоні степової природної системи з вираженим біорізноманіттям. Район характеризується рівнинним рельєфом із численними балками, лісовими масивами, польовими ландшафтами та водними об'єктами, що створює сприятливі умови для екологічного туризму, агротуризму та активного відпочинку. Значна частина території перебуває у складі природно-заповідного фонду області, зокрема в межах прибережних зон, що формують екологічно цінні рекреаційні простори.

У межах регіону сформувався кластер туристичних ініціатив, орієнтованих на популяризацію традиційного сільського способу життя, збереження культурної спадщини та розвиток сталої економіки в сільській місцевості. Особливо активною є діяльність у межах таких населених пунктів, як:

- с. Гречане — етнохутір «Козацька Січ» та хутір «Галушківка»;
- с. Мала Петриківка — музей-садиба «Миколин Хутір»;
- с. Судівка — зелена садиба «Благодатне», яка є учасником програми «Українська гостинна садиба» відповідно до рішення правління Співки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні;
- смт. Курилівка — родинна ферма та кінний двір «Отаман», база відпочинку «Зелений гай» із кінною фермою;
- с. Єлизаветівка — родинна ферма та кінний двір [7, с. 182].

Територія Петриківського району вирізняється глибоким історичним корінням, що підтверджується численними археологічними знахідками, зокрема в околицях сіл Мала Петриківка та Єлизаветівка. Тут були виявлені артефакти, які належать до періоду Трипільської культури — однієї з найдавніших цивілізацій, що існували на території сучасної України. Датування цих культурних нашарувань сягає IV–III тисячоліть до нашої ери, що надає регіону унікального значення в контексті археологічної спадщини та створює підґрунтя для розвитку культурно-пізнавального туризму. Така спадщина здатна приваблювати не лише

внутрішніх, а й іноземних туристів, зацікавлених в автентичній історії прадавніх поселень.

Окрім стародавніх цивілізаційних слідів, важливою складовою ідентичності Петриківщини є козацька історико-культурна традиція, яка відіграла ключову роль у формуванні місцевого етнокультурного середовища. Зокрема, село Гречане стало центром реконструкції елементів козацького побуту та військової справи. Тут функціонують етнохутір «Козацька Січ» та туристично-культурний комплекс «Галушківка», які представляють собою інтерактивні простори з можливістю для відвідувачів ознайомитися з традиційним життям козаків, взяти участь у майстер-класах, оглянути музеї під відкритим небом, скуштувати автентичну кухню та відчутти атмосферу історичної епохи. Ці об'єкти стали знаковими для регіону завдяки гармонійному поєднанню історичної реконструкції та сучасного туристичного сервісу, що значно підвищує туристичну привабливість Петриківщини як дестинації для культурно-освітнього туризму.

Територія Петриківського регіону вирізняється глибокою та багатогранною нематеріальною культурною спадщиною, яка є невід'ємною складовою локальної ідентичності та важливим чинником у розвитку сільського і культурного туризму. Зокрема, збереглися обрядові практики, ритуали, елементи традиційного календарного та родинного циклу, що активно передаються від покоління до покоління у сільських громадах. Особливу роль у культурному наративі регіону відіграють народні художні ремесла, серед яких центральне місце посідає всесвітньо відомий петриківський декоративний розпис. Цей унікальний стиль, що поєднує яскраву кольорову гаму, рослинну символіку та філігранну техніку виконання, у 2013 році був внесений до Репрезентативного списку нематеріальної культурної спадщини людства ЮНЕСКО, що стало вагомим міжнародним визнанням культурної цінності регіону.

У сільських громадах активно підтримуються й інші форми нематеріальної спадщини, зокрема автентичні рецепти приготування страв традиційної української кухні, локальні варіанти пісенних традицій, перекази, легенди та міфологічні уявлення, що формують унікальну ментальну карту регіону.

Яскравим прикладом інтеграції цієї спадщини в туристичну практику є діяльність музею-садиби «Миколин Хутір» у селі Мала Петриківка. Цей об'єкт виступає не лише як етнографічний центр, а й як простір для активної взаємодії з культурним досвідом: тут відвідувачі можуть взяти участь у майстер-класах з петриківського розпису, народних ремесел, приготування традиційних страв, а також насолодитися фольклорними виступами, відтворенням обрядових дійств, сезонними фестивалями та гастрономічними презентаціями. Така діяльність сприяє збереженню та популяризації нематеріальної культурної спадщини, одночасно створюючи унікальні туристичні продукти, що забезпечують сталий розвиток регіону.

Музей-садиба «Миколин Хутір» створена з метою збереження та популяризації традиційного українського побуту, мистецтва та кулінарії. Комплекс включає в себе автентичні селянські будівлі, майстерні народних ремесел, а також дегустаційні зали, де відвідувачі можуть спробувати традиційні українські страви, приготовані за давніми рецептами (Рис. 2.1).

Садиба пропонує різноманітні культурні та розважальні програми, що включають участь у майстер-класах з народного мистецтва, етнографічні театралізовані вистави, фольклорні фестивалі та інші заходи. Важливим аспектом є інтерактивний формат екскурсій, що дозволяє туристам безпосередньо брати участь у відтворенні традиційного способу життя українців.



Рисунок 2.1. Музей-садиба «Миколин Хутір»

Петриківський регіон демонструє стійку позитивну динаміку розвитку туристичної та супутньої інфраструктури, що є ключовим чинником у формуванні його привабливості як перспективної сільськогосподарсько-туристичної дестинації. Зокрема, у селі Судівка функціонує зелена садиба «Благодатне», яка входить до всеукраїнської програми «Українська гостинна садиба», ініційованої Спілкою сільського зеленого туризму в Україні. Участь у цій програмі засвідчує відповідність об'єкта сучасним стандартам якості обслуговування, орієнтованим на екологічність, автентичність та комфорт для відвідувачів, зокрема туристів із європейських країн.

Зелена садиба «Благодатне» є втіленням сучасних тенденцій у сфері екологічного та культурного туризму, надаючи відвідувачам можливість інтегруватися в природне середовище та знайомитися з традиціями та культурною спадщиною українського села. Заклад функціонує як комплексний елемент сільського зеленого туризму, орієнтуючись на поєднання відпочинку на природі, оздоровчих практик, культурної діяльності та освіти.

Садиба пропонує проживання в екологічних будинках, побудованих з використанням місцевих натуральних матеріалів (дерево, глина, очерет), що сприяє збереженню природного середовища і забезпечує низький рівень енергоспоживання. Такий підхід до будівництва не лише відповідає сучасним вимогам сталого розвитку, але й створює унікальну атмосферу, що відображає традиційну українську архітектуру. Номери обладнані всіма необхідними для комфортного відпочинку зручностями, при цьому максимальна увага приділяється екологічним стандартам та енергозбереженню.

Гості садиби мають змогу насолоджуватися природними пейзажами завдяки розмаїттю екологічних маршрутів. Лісові стежки, луки та водойми, що оточують садибу, стають місцем для пішохідних прогулянок, кінних подорожей, велосипедних маршрутів та риболовлі. Пропоновані маршрути відповідають вимогам екологічного туризму, що передбачає мінімальний вплив на навколишнє середовище і активну взаємодію з природою.

Не менш значущим осередком розвитку туристичних послуг є селище Курилівка, де діє одразу кілька локацій для відпочинку: родинна ферма та кінний двір «Отаман» створюють можливості для еко-туризму, включаючи катання верхи, догляд за тваринами, ознайомлення з аграрними технологіями, а також дегустації продукції локального фермерського виробництва. Окремо функціонує база відпочинку «Зелений гай», яка забезпечує комфортне проживання в природному середовищі, організовує освітньо-розважальні активності на відкритому повітрі та активно взаємодіє з місцевою громадою.

У селі Єлизаветівка туристів приваблює родинна ферма з кінним двором, яка орієнтована на формування цілісного сімейного досвіду: тут пропонуються освітні екскурсії для дітей, демонстрації фермерських процесів, заняття з іпотерапії та кулінарні майстер-класи на базі локальних продуктів. Подібні ініціативи відіграють важливу роль не лише у збереженні сільського способу життя, а й у формуванні сталого туризму як інструменту розвитку сільських громад.

Загалом, туристична інфраструктура Петриківщини поступово розширюється завдяки розвитку мережі приватних садиб, які надають послуги проживання з елементами етно-інтер'єру, відкриттю гастрономічних закладів, орієнтованих на традиційну кухню регіону, формуванню велоінфраструктури, а також запровадженню сервісів із прокату спорядження для активного дозвілля (велосипеди, каяки, риболовні набори тощо). У комплексі ці чинники сприяють підвищенню туристичного потенціалу регіону та його інтеграції до національного та міжнародного ринку сталого сільського туризму.

Петриківщина впевнено заявляє про себе як про активного учасника загальноукраїнського культурно-туристичного простору, демонструючи прагнення до інтеграції у національні та міжнародні туристичні процеси. Щороку на території регіону відбуваються численні події, які сприяють популяризації нематеріальної культурної спадщини, стимулюють розвиток локального підприємництва та підтримують економічну активність сільських територій через інструменти туризму. Значна частина цих ініціатив спрямована на збереження та актуалізацію українських народних традицій, які виступають не лише об'єктом демонстрації, а й важливою складовою сучасної ідентичності регіону.

Серед знакових подій слід виділити щорічний етнофестиваль «Козацькі розваги», що проходить на території етнографічного комплексу «Галушківка» у селі Гречане. Цей захід збирає щорічно понад 3 тисячі відвідувачів, серед яких туристи з різних куточків України та закордонні гості. Програма фестивалю включає реконструкцію козацьких боїв, показові виступи кінного театру, змагання з традиційних видів козацького спорту (гирьовий спорт, перетягування линви, боротьба «на руках» тощо), а також майстер-класи з ремесел — гончарства, ковальства, вишивки, ткацтва. Окремий сегмент заходу присвячений автентичній українській кухні — відвідувачі можуть скуштувати борщ, вареники, куліш, приготовані за старовинними рецептами.

Крім фестивального руху, значна увага приділяється освітній складовій. У низці садиб, зокрема в музеї-садибі «Миколин Хутір» у с. Мала Петриківка, регулярно проводяться семінари, круглі столи, воркшопи та майстер-класи,

присвячені сталому сільському туризму, методам збереження та комерціалізації нематеріальної культурної спадщини, розвитку жіночого підприємництва у сільських громадах, використанню екологічних практик у фермерстві та туристичному сервісі. До таких заходів залучаються експерти з культури, екології, туризму, представники громадських організацій, викладачі вищих навчальних закладів та представники міжнародних донорських програм.

Ярмарки локальних виробників, які організовуються в межах святкових подій або окремо, виконують роль своєрідного хабу для популяризації локального продукту. На таких ярмарках представлено широкий спектр товарів: від екологічно чистих харчових продуктів до предметів декоративно-ужиткового мистецтва в стилі петриківського розпису, що виступає своєрідним культурним брендом регіону. Такі ініціативи сприяють підтримці малого та мікробізнесу, активізують кооперацію між громадами та формують сприятливе середовище для міжсекторної співпраці.

У цілому, Петриківщина постає як динамічна туристична дестинація, що демонструє цілісне поєднання природних ресурсів, глибокого історико-культурного фундаменту та інтенсивного розвитку інфраструктури. Комплексний аналіз локального туристичного потенціалу свідчить про високу ступінь готовності регіону до активної участі в системі сталого туризму — з акцентом на екологічність, збереження локальної ідентичності, посилення соціальної згуртованості та економічного добробуту сільських громад.

Отже, можна стверджувати, що існують передумови для створення кластеру сільського та етнографічного туризму в межах Петриківської громади Дніпровського району, заснованого на функціонуванні зазначених вище господарств. Потенціал цієї території дозволяє розробити як одноденні, так і багатоденні туристичні маршрути для кінних, велосипедних та пішохідних подорожей. Крім того, є можливість створення мережі з реалізації екологічно чистої фермерської продукції та сувенірів. Компактне та зручне розташування садиб, хуторів і фермерських господарств створює сприятливі умови для їх об'єднання в єдиний туристичний кластер.

Необхідність кластерного підходу у розвитку туристичної галузі Дніпровського району, зокрема в межах Петриківської громади, обумовлена потребою створення гнучких організаційних структур, здатних надавати високоякісні екологічно дружні послуги. В останні роки малі та середні підприємства, що працюють у сфері зеленого туризму, демонструють суттєвий приріст у кількості наданих послуг та виробництві товарів. Ці суб'єкти не лише володіють значним туристичним потенціалом, а й мають досвід співпраці та взаємодії, що робить їх об'єднання в кластер економічно виправданим.

Для забезпечення ефективності функціонування кластеру необхідно передбачити чітко структуровані механізми комунікації між потенційними учасниками. Доцільним є створення координаційного осередку або локальної туристичної організації (ЛТО), яка виконуватиме функції інформаційного центру, платформи для обміну досвідом, пошуку партнерів та координації спільних ініціатив. Регулярні зустрічі, стратегічні сесії, тематичні тренінги та освітні програми сприятимуть зміцненню внутрішньої взаємодії та формуванню довіри між учасниками.

Крім того, варто розширити склад потенційних учасників кластеру, залучивши не лише власників садиб, а й ширше коло суб'єктів, дотичних до туристичної діяльності: підприємців, що надають послуги з прокату спорядження, власників закладів харчування, музеїв, майстерень народних ремесел, агровиробників, крафтових майстрів, сувенірних виробників, ремісників та організаторів івентів. Така мультифункціональна структура сприятиме формуванню комплексного туристичного продукту, що включає як дозвіллієві, так і пізнавальні, гастрономічні, освітні компоненти.

У межах кластерної моделі доцільно розробити інтегровані туристичні маршрути з урахуванням тематичного розмаїття — від екотурів і гастрономічних подорожей до етнографічних екскурсій і майстер-класів. Паралельно слід створити сучасну інтернет-платформу для просування туристичних продуктів територіальної громади. Такий цифровий ресурс має забезпечити функціонал онлайн-бронювання, доступ до актуального календаря подій, інтерактивну карту

об'єктів, базу контактів та мультимедійні матеріали для ознайомлення з локаціями.

Успішність зазначеної моделі передбачає проведення масштабної маркетингової кампанії, яка охоплює онлайн- і офлайн-інструменти, співпрацю зі ЗМІ, блогерами, туристичними операторами, участь у виставках і форумах. Таким чином, реалізація кластерного підходу дозволить не лише консолідувати потенціал території, але й вибудувати сталу модель туристичного розвитку, орієнтовану на довготривалі ефекти для економіки, культури та соціального життя громади.

Отже, Петриківська громада є осередком культурних подій, зокрема, **фестивалів**, присвячених традиціям та мистецтву. Найбільше уваги привертає **фестиваль Петриківського розпису**, який щорічно збирає митців, туристів та любителів декоративного мистецтва з усієї України та світу. Такий захід є потужним культурним стимулом, що привертає велику кількість туристів і сприяє популяризації місцевої культури [9, с. 63].

**Петриківський розпис** є частиною нематеріальної культурної спадщини людства, занесеної до списку ЮНЕСКО. Це одна з найвідоміших українських народних традицій у живопису, що включає барвисті квіткові та орнаментальні мотиви. Тому одним із основних туристичних атракціонів громади є **Музей Петриківського розпису**, де відвідувачі можуть ознайомитися з історією та технікою цього виду мистецтва, а також взяти участь у майстер-класах (рис. 2.5).



Рисунок 2.5. Музей Петриківського розпису

Петриківська громада активно розвиває культурно-освітні проекти, пов'язані з Петриківським розписом. Туристи мають змогу не лише спостерігати за процесом створення картин, але й навчитися техніки малювання, що робить цей аспект дуже привабливим для любителів народного мистецтва та культурного туризму (Рис. 2.6).



Рисунок 2.6. Петриківський розпис

Окрім цього, на території громади проходять традиційні народні свята, ярмарки, фольклорні заходи, концерти та театралізовані вистави, що дозволяють туристам поринути в атмосферу українських традицій та відчутти колорит місцевого життя.

Отже, туристичний потенціал Петриківської громади є багатограним і надзвичайно перспективним для сталого розвитку місцевої економіки та збереження культурної спадщини. Завдяки поєднанню природних ресурсів, культурної спадщини, традиційних ремесел і розвитку сільського туризму, громада має значний потенціал для формування різноманітних туристичних напрямів. Ці напрями не лише сприяють популяризації місцевих традицій і культури, але й активно підтримують сталий розвиток місцевої економіки, створюючи нові робочі місця, сприяючи розвитку інфраструктури і підтримці традиційних видів господарства.

## 2.2 Особливості, динаміка та структура розвитку туризму Петриківської громади

Розвиток туризму в Петриківській громаді відзначається поступовим зростанням інтересу до регіону, який поєднує унікальні природні ландшафти, багатство культурної спадщини та традиційних ремесел. Протягом останніх років спостерігається зміна підходів до організації туристичних послуг та послідовне розширення туристичної інфраструктури, що створює сприятливі умови для розвитку різних видів туризму.

Динаміка розвитку туризму в Петриківській громаді розпочалась з ініціативи місцевих громадських організацій та культурних центрів, які звернули увагу на потенціал місцевих природних та культурних ресурсів для розвитку туризму. Одним із ключових моментів стало визнання Петриківського розпису, традиційного народного мистецтва громади, неперервною культурною спадщиною людства ЮНЕСКО у 2013 році. Це дало сильний поштовх до розвитку культурного туризму, оскільки розпис став відомий на міжнародному рівні, і саме він став центральним елементом туризму в громаді.

На початковому етапі розвитку туризму громада акцентувала увагу на організації культурних заходів та фестивалів, спрямованих на популяризацію Петриківського розпису, таких як фестиваль народного мистецтва. Це привернуло увагу місцевих мешканців, підприємців та туристів, зацікавлених у вивченні традиційного українського мистецтва. Перші заходи включали майстер-класи, виставки та перші екскурсії, що відкривали для відвідувачів унікальність регіону (Рис. 2.7).



Рисунок 2.7. Фестиваль петриківського розпису

Зростання туристичного потоку на території Петриківської громади стало вагомим каталізатором розвитку місцевої туристичної інфраструктури. За даними місцевої адміністрації, щорічна кількість відвідувачів громади зростає з приблизно 3 тисяч осіб у 2015 році до понад 18 тисяч у 2023 році, що свідчить про стабільну динаміку зростання інтересу до культурно-туристичних продуктів регіону. Такий приріст туристів стимулював активну фазу інвестицій у сферу розміщення та обслуговування.

На початковому етапі інфраструктура туризму базувалася переважно на кількох приватних садибах, орієнтованих на базовий сервіс. Проте вже впродовж останніх п'яти років спостерігається формування розгалуженої мережі об'єктів прийому туристів, включаючи понад 20 сертифікованих зелених садиб, декілька гостьових будинків, родинні ферми з агротуристичними послугами, а також заклади харчування, які спеціалізуються на локальній кухні. Окрему роль відіграють сучасні туристичні комплекси — такі, як база відпочинку «Зелений гай» у смт Курилівка та етнохутір «Галушківка» в с. Гречане, що відповідають

сучасним стандартам комфорту, екологічності та автентичності обслуговування [13, с. 17].

Однією з важливих складових інфраструктурного розвитку було покращення транспортної доступності. З ростом кількості туристів органи місцевого самоврядування почали активно працювати над покращенням дорожнього покриття та транспортних зв'язків між основними туристичними точками громади, такими як центри народного мистецтва, природні заповідники, культурні пам'ятки.

Наступним етапом стало вдосконалення сервісу та послуг. На цьому етапі також почали розвиватися нові види послуг для туристів: організація екскурсій, майстер-класів, проведення культурних та музичних фестивалів. Місцеві підприємці почали активно пропонувати туристам автентичні страви української кухні. Вдосконалювались послуги з екологічного відпочинку — пішохідні маршрути, велосипеди та кінні прогулянки.

Культурний туризм став основною рушійною силою розвитку туризму в Петриківській громаді, однак в останні роки починає активно розвиватися й екологічний туризм. Велика кількість природних об'єктів, таких як річки, луки та ліси, дає змогу створювати нові еко-маршрути, що залучають туристів, які цікавляться природною красою та екологічно чистим відпочинком.

Розвиток туризму в Петриківській громаді є надзвичайно перспективними і базуються на кількох важливих чинниках. Оскільки цей регіон вже володіє значним потенціалом завдяки природним ресурсам, унікальній культурній спадщині та традиціям, подальший розвиток туристичної інфраструктури та підвищення якості послуг є ключовими напрямками, що сприятимуть сталому і успішному розвитку туризму.

Загалом, динаміка розвитку туризму в Петриківській громаді є позитивною, з річним збільшенням кількості туристів та зростаючим інтересом до унікальних культурних та природних ресурсів регіону (рис. 2.8).

<b>Фактори подальшого розвитку туризму в Петриківській громаді</b>	
1.	Розширення туристичної інфраструктури
2.	Підвищення якості сервісу
3.	Інвестиції в екологічні та культурні проекти
4.	Підтримка локальних ініціатив
5.	Загальна тенденція зростання туристичного потоку

Рис. 2.8. Фактори подальшого розвитку туризму в Петриківській громаді  
*Джерело: розроблено автором за даними [13].*

Нижче наводяться детальніше розкриті фактори, які визначатимуть подальший розвиток туризму в громаді.

Розвиток туристичної інфраструктури є важливим фактором для забезпечення стабільного і довгострокового розвитку туризму. Зростання кількості туристів вимагає модернізації існуючих об'єктів і споруд, а також будівництва нових. Розширення інфраструктури включає кілька важливих складових:

– готелі та садиби: створення нових і модернізація існуючих готельних комплексів, сільських садиб, котеджів та інших місць для проживання. Петриківська громада має значний потенціал для розвитку агро- та еко-туризму, що передбачає розширення кількості зелених садиб і організацію екологічних кемпінгів. Це дозволить забезпечити комфортний відпочинок як для місцевих, так і для іноземних туристів;

– ресторани та кафе: розвиток гастрономічного туризму, який активно набирає популярність, потребує відкриття нових ресторанів, кафе та закладів харчування, які пропонуватимуть місцеві страви, приготовлені з органічних продуктів. Специфіка сільського туризму полягає в автентичності продуктів, що споживаються туристами, тому вартість інвестицій у ресторани, що орієнтуються на місцеву кухню, може стати важливим фактором у залученні нових туристів;

– інші туристичні послуги: окрім готелів і ресторанів, важливо розвивати інші послуги, які зроблять туристичний досвід більш комфортним. Це можуть бути, зокрема, туристичні агентства, послуги з оренди велосипедів або

електричних автомобілів, туристичні автобуси для групових екскурсій, організовані послуги для інвалідів і людей з обмеженими можливостями [13, с. 19].

Одним із важливих аспектів розвитку туризму є підвищення якості обслуговування туристів. Задоволеність клієнтів безпосередньо впливає на репутацію місцевого туристичного сектору, тому навчання та підготовка персоналу є ключовими моментами для покращення сервісу:

– навчання персоналу: потрібно створити програми підготовки для гідів, екскурсоводів та працівників туристичних об'єктів. Вони повинні володіти не лише знанням історії регіону, але й культурних традицій, місцевої флори та фауни. Спеціалізовані курси з комунікації та іноземних мов дозволять покращити обслуговування іноземних туристів, що в свою чергу сприятиме зростанню популярності Петриківської громади на міжнародній арені;

– вдосконалення обслуговування: ключовим аспектом є вдосконалення якості готельних послуг. Це може включати забезпечення високого рівня чистоти, комфортного проживання, ефективної роботи персоналу, швидкого реагування на потреби клієнтів. Приділення уваги до дрібниць, таких як екологічність номерів, лояльність до тварин, забезпечення локальних органічних продуктів у ресторанах, також покращує сприйняття туристами сервісу;

– інформаційне забезпечення: запуск мобільних додатків для туристів, створення веб-сайтів з актуальною інформацією про місцеві події, маршрути, пам'ятки, розклади екскурсій та контактні дані служби підтримки дозволить туристам зручніше планувати свої подорожі і зробить їх перебування комфортнішим.

Збереження природних і культурних ресурсів є важливою складовою сталого розвитку туризму. В Петриківській громаді велика увага приділяється не лише розвитку, а й охороні цих ресурсів:

– екологічні проекти: відновлення та збереження природних територій для створення нових екологічних маршрутів, організація еко-турів є важливими напрямками розвитку. Інвестиції в інфраструктуру для екологічного туризму

дозволять зберегти природні багатства громади, при цьому залучаючи туристів, які зацікавлені в природному відпочинку. Важливим кроком є запровадження заходів з охорони довкілля, таких як утилізація відходів, використання енергоефективних технологій у туристичній інфраструктурі;

– культурні проекти: підтримка культурних ініціатив, таких як фестивалі народного мистецтва, організація культурно-просвітницьких заходів, допоможе привернути увагу до унікальності Петриківського розпису, що є невід'ємною частиною культурної спадщини України. Вкладання в ці проекти може створити додану вартість для громади, сприяючи культурному розвитку та підвищенню туристичної привабливості.

Найбільш ефективний розвиток туризму можливий лише при залученні місцевих жителів до цього процесу. Ініціативи на місцях сприяють розвитку і підтримці унікальної ідентичності регіону:

– майстер-класи та гастрономічні тури: важливим напрямом є розвиток майстер-класів, на яких туристи можуть навчатися виготовляти Петриківський розпис, плести віночки, гончарити або випікати хліб за старовинними рецептами. Розвиток гастрономічного туризму, організація дегустацій місцевих страв та напоїв сприяють глибшому пізнанню місцевої культури;

– організація свят і фестивалів: підтримка та розвиток традиційних свят та фестивалів також є важливим аспектом. Це можуть бути не тільки культурні заходи, а й святкові ярмарки, свята праці, свята збору врожаю, що допоможуть привернути увагу туристів та підвищити зацікавленість до місцевої культури та традицій [13, с. 20].

Загалом, з кожним роком збільшувалась кількість туристів, що відвідують Петриківську громаду, але контексті повномасштабного вторгнення Росії в Україну у 2022 році, туристична галузь Петриківської громади, як і загалом по країні, зазнала істотного спаду. Через військові ризики, обмеження на переміщення та зниження платоспроможності внутрішнього туриста, кількість відвідувачів регіону у 2022–2023 роках суттєво скоротилась — за деякими оцінками, у 2023 році туристичний потік зменшився більш ніж на 60% порівняно

з докризовим 2021 роком. Це зумовило перегляд стратегічних пріоритетів у сфері туризму та зміщення акценту на безпечні, адаптивні й довгострокові підходи до розвитку дестинації.

За нинішніх умов пріоритетним стає впровадження цифрових інструментів популяризації історико-культурної спадщини, зокрема створення віртуальних турів об'єктами спадщини, цифрових архівів та онлайн-платформ, які дозволяють дистанційно знайомитися з унікальними традиціями регіону — такими як петриківський розпис, козацька культура чи спадщина Трипільської доби.

Окрім того, варто зосередитись на адаптації інфраструктури до потреб внутрішнього туризму, який може слугувати ресурсом для часткової стабілізації сфери. Приватні зелені садиби, фермерські господарства, заклади харчування з локальним колоритом та крафтові виробники повинні отримати підтримку для цифровізації своєї діяльності, сертифікації безпечного обслуговування та участі у колективному просуванні регіону через платформу громади чи регіональні туристичні сайти.

Отже, хоча повномасштабна війна істотно обмежила фізичний розвиток туризму в Петриківській громаді, водночас вона відкрила вікно можливостей для цифрової трансформації культурної дестинації. Саме це може стати одним з головних векторів подолання кризи та фундаментом для довгострокового сталого відновлення й модернізації туристичної сфери регіону.

У підсумку зазначимо, що Туризм Петриківської громади розвивається в контексті культурного, природного та сільського туризму, що сприяє збереженню культурної спадщини, популяризації традицій та розвитку місцевої економіки. Завдяки унікальним природним та культурним ресурсам, а також сприятливій динаміці розвитку інфраструктури, громада має можливість стати важливим туристичним центром не лише в межах Дніпропетровської області, а й в Україні загалом. Однак для досягнення стійкого розвитку туризму необхідна подальша робота над вдосконаленням інфраструктури, розширенням туристичних послуг та збільшенням інвестицій у дану сферу.

### **2.3 Оцінка сучасного стану впровадження концепції сталого туризму на території Петриківської громади**

Запровадження принципів сталого туризму в межах Петриківської громади виступає ключовим чинником формування конкурентоспроможної та збалансованої туристичної дестинації, оскільки він дозволяє збалансувати економічні, соціальні та екологічні інтереси громади. Концепція сталого туризму передбачає збереження природних ресурсів, підтримку культурної спадщини та місцевих традицій, а також підвищення якості життя місцевих жителів через розвиток туристичної інфраструктури.

Екологічна складова сталого туризму. Одним із основних принципів сталого туризму є збереження природних ресурсів та мінімізація негативного впливу на навколишнє середовище. У Петриківській громаді значну увагу приділяють розвитку екологічно чистих форм туризму, таких як еко-туризм та агро-туризм. В даний час спостерігається позитивна динаміка в розвитку екологічних маршрутів, організації прогулянок природними територіями, а також розвитку місць для кемпінгу та зелених садиб, що використовують екологічно чисті будівельні матеріали.

Збереження природного середовища Петриківської громади, включаючи ліси, водойми, заплавні луки та інші екосистеми, має надзвичайно важливе значення для підтримання екологічного балансу та біорізноманіття регіону. Водночас, на тлі повномасштабної збройної агресії Російської Федерації проти України, екологічна ситуація в громаді зазнала суттєвих трансформацій і викликів.

Зокрема, військові дії призвели до низки негативних наслідків, серед яких – мінування сільськогосподарських угідь та природоохоронних територій, руйнування екосистем унаслідок обстрілів та вибухів, а також забруднення навколишнього середовища залишками важкої військової техніки, паливно-мастильних матеріалів та боєприпасів. Ці процеси не лише завдають шкоди флорі

й фауні, а й створюють довгострокові загрози для здоров'я місцевого населення та туристів, ускладнюючи безпечний доступ до природних і рекреаційних об'єктів.

Крім того, у період зростаючого навантаження на територіальну інфраструктуру, зокрема через вимушену релокацію населення та зміну пріоритетів у бюджетному фінансуванні, спостерігається зниження ефективності контролю за використанням природних ресурсів. Це створює передумови для спонтанного та незбалансованого розвитку туристичних об'єктів, що у разі відсутності відповідного екоорієнтованого планування може спричинити деградацію екосистем, вичерпання водних ресурсів або порушення цілісності ландшафтів.

У цьому контексті актуалізується необхідність реалізації комплексних екологічних заходів: системного моніторингу стану довкілля, розмінування територій, відновлення природоохоронних зон, рекультивації забруднених земель, а також вдосконалення нормативно-правової бази щодо охорони довкілля в умовах збройного конфлікту. Водночас важливим є просвітницький компонент – підвищення екологічної свідомості серед усіх учасників туристичної дестинації, включно з туристами, підприємцями та мешканцями громади, що сприятиме формуванню моделі відповідального споживання природних ресурсів та збереження екологічної спадщини регіону в умовах воєнного та повоєнного періодів. Соціальна складова сталого туризму.

Соціальний аспект сталого туризму у Петриківській громаді виявляється через інтеграцію місцевих жителів у туристичний процес. Одним з важливих напрямків є розвиток локальних ініціатив, таких як організація майстер-класів, гастрономічних турів, культурних свят і фестивалів. Це не тільки дозволяє туристам отримати автентичний досвід, але й дає можливість місцевим жителям заробляти на базі туризму.

Проте, для більш ефективного впровадження сталого туризму важливо підвищувати рівень освіти та обізнаності місцевих жителів щодо переваг цього виду діяльності. Необхідно проводити тренінги та освітні програми для місцевих підприємців та населення, які допоможуть їм краще орієнтуватися на потреби

туристів, покращити якість обслуговування та втілити принципи сталого розвитку на практиці [16, с. 176].

Окрім того, важливим є залучення молоді до розвитку туризму через освітні програми, що сприятимуть створенню нових робочих місць і забезпечать більш сталий розвиток громади.

Культурна складова сталого туризму. Петриківська громада є відома своєю унікальною культурною спадщиною, зокрема, традицією Петриківського розпису, яка є однією з найвідоміших українських народних художніх технік. Впровадження концепції сталого туризму передбачає збереження і розвиток цієї традиції через організацію екскурсій, майстер-класів та виставок.

Попри це, питання збереження культурної спадщини потребує постійної уваги. Відсутність достатнього фінансування для реставрації стародавніх будівель та пам'яток може призвести до їх руйнування. Тому важливо, щоб культурна складова розвитку туризму була інтегрована в стратегічні плани розвитку громади та отримувала належне фінансування.

Економічна складова сталого туризму. Сталий туризм у Петриківській громаді може значно покращити економічне становище місцевих жителів. Збільшення туристичних потоків призводить до створення нових робочих місць в таких сферах, як готельний бізнес, ресторанне обслуговування, організація екскурсій та культурних заходів.

Однак існують і певні економічні виклики. Для забезпечення сталого економічного розвитку туризму важливо досягти балансу між кількістю туристів і здатністю громади підтримувати високий рівень послуг, не перевантажуючи інфраструктуру. Вкладення в розвиток інфраструктури і підвищення якості сервісу також потребують значних капіталовкладень, що може бути обмежено через недостатнє фінансування на місцевому рівні.

Інституційна складова сталого туризму. Однією з ключових умов для успішної реалізації концепції сталого туризму є ефективна співпраця між органами місцевої влади, підприємцями та місцевими громадами. Важливо, щоб

усі зацікавлені сторони мали спільну мету – створення туристичного середовища, яке буде відповідати принципам сталого розвитку.

На сьогоднішній день в Петриківській громаді є базові інституційні структури для реалізації туризму, однак необхідно вдосконалити координацію між різними органами влади та бізнесом для забезпечення синергії в розвитку галузі.

Оцінка стану впровадження концепції сталого туризму на території Петриківської громади показує, що на сьогоднішній день є позитивні зрушення в розвитку екологічного, культурного та соціального туризму. Однак для досягнення стійкого та ефективного розвитку необхідно продовжувати працювати над збереженням природних ресурсів, підвищенням якості обслуговування туристів, підтримкою місцевих ініціатив та інвестуванням у інфраструктуру. Крім того, важливо зміцнювати інституційну співпрацю та реалізовувати освітні програми для місцевого населення, щоб максимізувати соціально-економічні вигоди від туризму при мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище.

#### *Висновки до розділу 2.*

Петриківська громада володіє значним туристичним потенціалом, який ґрунтується на поєднанні природних ресурсів, багатой культурної та історичної спадщини, традиційних ремесел та розвитку сільського туризму. Розвиток культурного та екологічного туризму в регіоні позитивно впливає на економічний розвиток громади, дозволяючи підвищити популярність українських традицій серед туристів із різних куточків світу.

Розвиток туризму в Петриківській громаді відбувається поетапно, охоплюючи ключові напрями, що формують основу сталого зростання цього сектору. Насамперед триває розширення туристичної інфраструктури — модернізуються зелені садиби, створюються нові локації для прийому гостей (родинні ферми, етнокомплекси), покращується транспортна доступність та навігація. Паралельно впроваджуються освітні програми для учасників туристичної дестинації з метою підвищення якості сервісу відповідно до сучасних

стандартів. Значну увагу приділено залученню місцевих жителів до туристичних ініціатив через підтримку підприємництва, розвиток агротуризму, створення кооперативів і кластерів. У сфері екологічного туризму облаштовуються еко-стежки, маршрути для вело- й піших подорожей. Доповненням до цього є подієвий туризм — проведення фестивалів, майстер-класів, гастрономічних заходів, що популяризують місцеву культуру й ремесла. Усі ці зусилля сприяють формуванню позитивного іміджу громади, її інтеграції у ширші туристичні мережі та забезпечують сталий розвиток на основі місцевих ресурсів і громадської участі.

Проте, для забезпечення стійкого і ефективного розвитку туризму необхідно враховувати кілька аспектів. Перш за все, потрібно продовжувати вдосконалювати екологічну складову туризму, зберігаючи природні ресурси та мінімізуючи негативний вплив на навколишнє середовище. Розвиток соціальної складової, зокрема через підвищення обізнаності місцевих жителів і покращення якості обслуговування, є важливим етапом для створення позитивного туристичного досвіду.

Одним з ключових моментів є підтримка культурних традицій і ремесел громади, таких як Петриківський розпис, через організацію культурних і освітніх програм, а також інвестиції у збереження та розвиток місцевої культури. Це дозволить залучити туристів, які хочуть пізнати автентичну українську культуру.

Загалом, динаміка розвитку туризму в Петриківській громаді має позитивну тенденцію, і з урахуванням подальших інвестицій у інфраструктуру, освіту місцевих жителів і сталий розвиток природних та культурних ресурсів, громада має великі перспективи для розвитку туризму як важливого економічного сектору. У той же час, важливо створити механізми для контролю за якістю послуг та екологічною безпекою, щоб забезпечити сталий та тривалий розвиток туристичного потенціалу.

### РОЗДІЛ 3.

## РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО ТУРИЗМУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНДОЗДАТНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ ЗОКРЕМА ПЕТРИКІВСЬКОЇ ГРОМАДИ

### 3.1 Пропозиції в рамках економічної, екологічної та соціальної складової концепції сталого туризму

Сталий туризм розглядається як стратегічно важлива форма туристичної діяльності, що спрямована на досягнення довгострокового балансу між соціальними, економічними та екологічними інтересами різних стейкхолдерів. Цей підхід передбачає раціональне використання природно-культурного потенціалу територій, збереження і розвиток нематеріальної культурної спадщини, а також підтримку локальних громад шляхом їх активного залучення до туристичної діяльності. Особливої актуальності набуває розвиток сталого туризму у контексті малих територіальних громад, де поєднання унікальної спадщини та потреби у соціально-економічному відродженні створює підґрунтя для ефективних сталих ініціатив.

У цьому контексті Петриківка — селище на Дніпропетровщині, відоме в усьому світі завдяки петриківському розпису, який у 2013 році був включений до Репрезентативного списку нематеріальної культурної спадщини людства ЮНЕСКО, — розглядається як перспективна модель інтегрованої, інноваційної туристичної дестинації, що відповідає принципам сталого розвитку. Петриківка має не лише глибоко вкорінене культурне підґрунтя, але й значний потенціал для соціально-економічного зростання через запровадження туристичних продуктів нового покоління — орієнтованих на етичність, автентичність та екологічну відповідальність.

Враховуючи зазначене, пропонується реалізація маркетингової кампанії, орієнтованої на репозиціонування Петриківки як цілісного центру сталого туризму, з акцентом на інтеграцію екологічних, економічних та соціальних складових сталого розвитку, а також на формування оновленої ціннісної пропозиції для сучасного споживача туристичних послуг.

Основною метою запропонованої маркетингової кампанії є формування оновленої ціннісної пропозиції, що передбачає перехід від традиційного підходу до туризму до моделі сталого туризму, в центрі якої — гармонійна взаємодія туриста, громади та довкілля. Зокрема, йдеться про комплексну маркетингову трансформацію бренду Петриківки, яка буде реалізована шляхом переосмислення її культурної унікальності як ядра туристичного продукту, активізації місцевого малого бізнесу через розвиток ремісничих і творчих кластерів, а також впровадження екологічних практик у сфері обслуговування туристів. Запропонований підхід покликаний створити додану вартість не лише у вигляді економічних дивідендів, а й у формі соціального капіталу, збереження автентичної культурної ідентичності та підвищення екологічної свідомості як туристів, так і місцевого населення.

У сучасних умовах трансформації туристичних практик у бік відповідальності, усвідомленості та сталості, актуальним стає переосмислення регіональних брендів крізь призму новітніх підходів до розвитку дестинацій. Традиційне сприйняття Петриківки як «села з мальовничим розписом» поступається новій, комплексній парадигмі позиціонування. У контексті стратегічного маркетингу сталого туризму Петриківка набуває статусу *центру сталого туризму України*, де поєднуються автентична культурна спадщина, високий рівень соціальної відповідальності та екологічна етика, що разом формують якісно новий формат подорожей та пізнання.

Центральною ідеєю оновленої ціннісної пропозиції стає диференційований підхід до трьох ключових категорій бенефіціарів сталого туризму: туристів, місцевої громади та природного середовища.

Для туриста пропонується унікальний досвід відповідно до принципів *slow tourism* — розмірене, глибоке і змістовне занурення в локальну культуру, традиційне мистецтво та природне середовище. Така модель передбачає не споживання атракцій, а активне включення у культурно-креативний процес, де кожен елемент подорожі стає частиною ширшого наративу про спадщину, етику та турботу про довкілля.

Для громади цінність полягає у збереженні нематеріальної культурної спадщини через її економічну активізацію. Це включає розвиток малого підприємництва (зокрема, ремісничих майстерень, еко-готелів, фермерських садиб), сприяння зайнятості населення та формування нових можливостей для самозайнятості на основі культурного капіталу території.

Для природи нове позиціонування передбачає інтеграцію екологічно чистої інфраструктури у туристичне середовище, включаючи зелений транспорт, екологічно відповідальні форми розміщення та zero-waste ініціативи, які зменшують антропогенне навантаження на ландшафт і підтримують локальну екосистему.

У межах реалізації концепції кампанії виокремлюються три ключові виміри трансформаційної кампанії:

1. Економічний вимір включає:

– створення кластерів майстрів для підвищення прибутковості традиційної творчості як виду підприємництва;

– запровадження принципу «гроші залишаються в громаді», який передбачає використання виключно локальних постачальників і сервісів у межах туристичних продуктів;

– освітні ініціативи для молоді, спрямовані на формування підприємницьких навичок у сфері культурно-креативних індустрій.

2. Екологічний вимір містить:

– розробку екотуристичних маршрутів (пішохідних, велосипедних, кінних), які проходять через природоохоронні зони і зберігають цінні екосистеми;

- розгортання zero-waste кампаній у локальному туристичному сервісі: перехід на багаторазовий посуд, екосумки з петриківським орнаментом, сортування відходів;

- проведення еко-освітніх візитів до органічних господарств, пасік, майстерень з натуральними матеріалами.

### 3. Соціальний вимір позиціонує:

- інклюзивне залучення до туристичного процесу представників соціально вразливих груп через спеціальні навчальні програми, стипендії та грантову підтримку;

- організацію майстер-класів з петриківського розпису як інструменту соціальної реабілітації, арт-терапії для ветеранів, дітей з інвалідністю;

- підтримку жіночого підприємництва, оскільки значна частина носіїв традиції — саме жінки.

Ключові комунікаційні меседжі, які відображають емоційно-сміслові рамки кампанії:

- *«Відчуй мистецтво, що оживає з кожним мазком пензля»;*

- *«Подорожуй з користю — для себе і для майбутнього»;*

- *«Залишай слід у серці, а не на природі»;*

- *«Старовинне мистецтво — новий формат сталого дозвілля».*

У контексті реалізації маркетингової кампанії туристичної дестинації особливе значення набуває комплексне використання ефективних інструментів просування та цільових каналів комунікації. Їхнє завдання — не лише популяризувати оновлений бренд Петриківки, але й сформувати глибоку емоційну й ціннісну прив'язаність до ідеї відповідального туризму серед різних аудиторій.

Очікувані результати впровадження маркетингової кампанії наведені в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1.

## Прогнозовані результати (соціально-економічний ефект)

Показник	До впровадження	Через 2 роки реалізації
Кількість туристів щороку	~8 000	~15 000
Доходи від туризму (орієнтовно)	1,2 млн грн	4,5 млн грн
Кількість створених робочих місць	25	50+
Частка місцевих продуктів у турпослугах	40%	75%

*Джерело: сформовано автором*

Прогнозовані результати соціально-економічного ефекту проекту були сформовані на основі поєднання аналітичного підходу, порівняння з аналогічними ініціативами в інших регіонах, застосування розрахункових формул, а також з урахуванням потенціалу конкретної території. Зростання кількості туристів з орієнтовно 8 000 до 15 000 осіб на рік є очікуваним результатом впровадження комплексної туристичної програми, яка включає інфраструктурні покращення, маркетингові кампанії, розвиток сервісів, розширення спектра туристичних послуг, у тому числі із залученням місцевих продуктів. Таке збільшення кількості відвідувачів відповідає типовим темпам приросту (понад 40% щороку), які спостерігаються у схожих громадах після запуску подібних стратегічних заходів. Формула, що використовується для прогнозу, базується на обчисленні очікуваного приросту за експоненціальним методом: кількість туристів = базовий показник + (базовий показник × середній річний темп приросту)<sup>кількість років</sup>.

Відповідно до зростання туристичного потоку, прогнозовано зростання доходів від туризму з 1,2 млн грн до 4,5 млн грн на рік. Цей показник обраховується шляхом множення кількості туристів на середній чек на одну особу. У даному випадку середня витрата туриста зростає з 150 грн (1,2 млн грн / 8 000 туристів) до 300 грн (4,5 млн грн / 15 000 туристів), що пов'язано зі збагаченням туристичного продукту, зростанням вартості послуг, впровадженням додаткових опцій (екскурсій, подій, дегустацій), а також активнішим включенням локальної продукції та крафтових пропозицій у вартість турпослуг.

Зростання кількості створених робочих місць з 25 до понад 50 є логічним продовженням вищенаведених змін. Відомо, що в туристичному секторі в

середньому на кожні 250–300 туристів створюється одне повноцінне робоче місце. За цією формулою (кількість туристів / 300), на 8 000 туристів припадало 26,6 працівників, що узгоджується з фактичними 25. Після досягнення 15 000 туристів можна очікувати створення приблизно 50 нових місць, включаючи зайнятість у сфері обслуговування, готельному бізнесі, транспорті, виробництві та реалізації локальної продукції.

Показник частки місцевих продуктів у туристичних послугах зростає з 40% до 75%, що ґрунтується на запланованому посиленні ролі локальної економіки. Це означає, що у структурі вартості турпродукту зросте частка витрат, які залишаються на місці: харчування, сувеніри, майстер-класи, дегустації, проживання в приватних садибах. Оцінка ґрунтується на формулі: частка місцевого компонента = (вартість локальних товарів та послуг / загальна вартість турпакета) × 100%. Прогноз базується на практиці реалізації подібних ініціатив у регіонах України (зокрема, Карпатський кластер), де аналогічна частка досягала 70–80% через впровадження локальних ланцюгів доданої вартості.

Таким чином, прогнозовані показники змін ґрунтуються на розрахункових методах, досвіді аналогічних проєктів, а також логіці розвитку туристичного сектору за умови стратегічного підходу до його підтримки. Результати, наведені в таблиці, є реалістичними, підкріплені кількісними обрахунками та відображають очікуваний ефект комплексного підходу до розвитку туризму як важливого драйвера соціально-економічного зростання громади.

Таким чином, запропонована стратегія оновлення туристичного позиціонування Петриківки має потенціал не лише змінити її сприйняття як звичайної сільської місцевості з традиційним укладом життя, а й перетворити громаду на сучасну модель інтегрованого сталого туризму. Такий підхід сприяє гармонійному поєднанню культурної спадщини, екологічних ресурсів та економічного розвитку, створюючи умови для формування нової, більш сучасної культурної ідентичності регіону. У цій парадигмі місцеві традиції, ремесла та природні багатства розглядаються не лише як символи минулого, а як активи, що

здатні забезпечити довгострокове зростання, соціальну згуртованість і конкурентоспроможність громади в умовах сталого розвитку.

У таблиці нижче (табл. 3.1) представлено аналіз ключових компонентів сталого розвитку та їх ціннісного значення у контексті промоції Петриківки як дестинації відповідального туризму.

Таблиця 3.2.

## Аналіз ключових компонентів сталого розвитку

Компонента сталого розвитку	Цінність для Петриківки	Приклади реалізації
Економічна	Стимулювання місцевої економіки, підтримка МСБ	Розвиток ремісничих кластерів, локальний туризм
Екологічна	Зменшення екологічного сліду туризму	Еко-інфраструктура, zero-waste ініціативи
Соціальна	Залучення населення, інклюзивність, підвищення освітнього рівня	Майстер-класи, соціальні програми, стажування

*Джерело: сформовано автором*

Структура маркетингової кампанії з просування Петриківки як дестинації сталого туризму повинна базуватися на поетапному впровадженні, що ґрунтується на засадах стратегічного управління, інтегрованого комунікаційного планування та парадигми сталого розвитку. Такий підхід забезпечує системність, адаптивність і результативність усіх маркетингових заходів, спрямованих на досягнення багатовимірного ефекту — соціального (залучення громади та збереження культурної ідентичності), економічного (підтримка місцевого підприємництва) та екологічного (зменшення негативного впливу на довкілля від розвитку туризму в громаді).

Запропонована нижче поетапна стратегія впровадження інформаційно-просвітницької кампанії спрямована на досягнення всебічного та збалансованого впливу на розвиток і розширення туристичного потенціалу Петриківської громади. Вона охоплює ключові аспекти, необхідні для формування стійкого туристичного середовища: підвищення обізнаності цільової аудиторії, стимулювання інтересу до культурної та природної спадщини регіону, зміцнення бренду дестинації, залучення інвестицій, а також активізацію місцевої громади до участі в туристичних процесах (табл. 3.3).

Таблиця 3.3.

Структура маркетингової кампанії просування Петриківки як центру сталого туризму

Етап	Назва етапу	Тривалість	Ключові завдання	Очікувані результати
1	Діагностика та аналітика середовища	0–3 місяць	- SWOT-аналіз - Аналіз цільових аудиторій - Вивчення конкурентів - Формування UVP	Аналітична база для бренд-позиціонування; карта культурних ресурсів
2	Формування бренд-стратегії	3–6 місяць	- Розробка бренд-ядра (місія, візія) - Візуальна айдентика - Слоган і ключові меседжі - Цінність для громади, природи, туриста	Стратегічно обгрунтоване позиціонування бренду Petrykivka
3	Інструменти комунікації та контент	6–9 місяць	- Сайт дестинації - Відеоісторії майстрів - Кампанія в соцмережах (#SustainablePetrykivka) - Партнерства з блогерами - NFT-проекти	Стабільна присутність бренду онлайн; зростання впізнаваності
4	Локалізація та мобілізація громади	9–12 місяць	- Навчання для підприємців - Туристичні кооперативи - Грантова підтримка жінок і молоді - Освітні програми	Підвищення залученості громади; зростання самозайнятості
5	Моніторинг, оцінка та масштабування	12–18 місяць	- КРІ системи (туристи, доходи, екологія) - Опитування та відгуки - Адаптація під міжнародні ринки - Створення моделі масштабування	Можливість тиражування досвіду; зростання іміджу Петриківки на європейському рівні

Джерело: сформовано автором

Таким чином впровадження маркетингової кампанії «Petrykivka: Жива традиція. Стале майбутнє» є стратегічним інструментом інтеграції засад сталого розвитку у сферу територіального туристичного менеджменту. Проект передбачає не лише формування економічних передумов для зростання місцевої громади за рахунок розвитку креативної економіки, малого підприємництва та туризму, але й створює синергійний ефект у трьох ключових вимірах сталості: культурному, соціальному та екологічному.

Запропонована інформаційно-просвітницька кампанія має значний потенціал стати каталізатором глибоких трансформацій у соціокультурному,

екологічному та економічному житті Петриківської громади. З одного боку, через активну популяризацію нематеріальної культурної спадщини – зокрема традиційного петриківського розпису – вона сприятиме відродженню культурної ідентичності регіону та формуванню позитивного іміджу на національному і міжнародному рівнях. З іншого – кампанія залучає до реалізації ініціатив широкі верстви місцевого населення, зокрема молодь, представників креативних індустрій, майстрів народних ремесел, що сприяє зміцненню соціальної згуртованості, розвитку локального лідерства та інклюзивного управління дестинацією.

Завдяки комплексному і міждисциплінарному підходу дана модель просування туризму демонструє високу адаптивність до інших українських сільських територій, які володіють цінним культурним капіталом, однак досі не інтегровані в сталий туристичний обіг.

Отже, інтеграція економічних, екологічних та соціальних аспектів сталого туризму дозволить створити стійку та конкурентоспроможну туристичну дестинацію. Взаємозв'язок між цими компонентами є основою для побудови збалансованої туристичної системи, яка забезпечить довготривалий розвиток громади, підвищення рівня життя місцевого населення та збереження природного і культурного багатства регіону. Впровадження запропонованих заходів дозволить Петриківській громаді стати взірцевим прикладом сталого розвитку туризму в Україні.

### 3.2 Етапи та інструменти впровадження розроблених пропозицій

Успішна реалізація концепції сталого туризму в Петриківській громаді вимагає чіткого планування, поетапного впровадження та використання ефективних інструментів управління. Для досягнення цієї мети необхідно розробити систему впровадження пропозицій (табл. 3.4).

Таблиця 3.4.

#### Етапи реалізації заходів

Етап	Мета	Ключові завдання та заходи
<b>Підготовчий</b>	Проведення комплексного аналізу туристичного потенціалу формування стратегічної основи сталого розвитку туризму.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Збір статистичних даних (кількість туристів, типи туризму, інфраструктура, екологічний стан);</li> <li>- Ідентифікація проблем та можливостей;</li> <li>- Визначення стратегічних цілей та критеріїв оцінки;</li> <li>- Ідентифікація ключових стейкхолдерів;</li> <li>- Розробка стратегічних, програмних і нормативних документів.</li> </ul>
<b>Організаційний</b>	Створення інституційних та інфраструктурних передумов для реалізації ініціатив.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Формування міжсекторальних робочих груп;</li> <li>- Залучення фінансування (інвестори, донори, партнери);</li> <li>- Підготовка промоційних матеріалів про культурно-природну спадщину;</li> <li>- Проведення навчань для учасників туристичного сектору громади.</li> </ul>
<b>Впроваджувальний</b>	Реалізація практичних заходів сталого розвитку туризму.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Розбудова туристичної інфраструктури (готелі, садиби, харчування, об'єкти культури);</li> <li>- Створення екологічних маршрутів та інформаційної навігації;</li> <li>- Організація культурних подій, майстер-класів, фестивалів;</li> <li>- Запуск еко-освітніх програм для туристів і громади;</li> <li>- Проведення моніторингу в процесі реалізації.</li> </ul>
<b>Контрольний</b>	Оцінювання ефективності впроваджених рішень, їх адаптація та вдосконалення.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Моніторинг соціально-економічних та екологічних індикаторів;</li> <li>- Порівняння результатів із встановленими критеріями успіху;</li> <li>- Публічна звітність перед громадою та партнерами;</li> <li>- Актуалізація плану сталого розвитку за результатами оцінки.</li> </ul>

Джерело: сформовано автором [22]

Таким чином сталий туризм передбачає інтеграцію економічних, екологічних та соціальних аспектів розвитку, що повинно забезпечити гармонійне співіснування туристичної діяльності, природного середовища та місцевих спільнот.

Для забезпечення успішного впровадження концепції сталого туризму в Петриківській громаді важливим є застосування комплексу інструментів, які охоплюють нормативно-правову базу, фінансові механізми, інформаційні технології та освітні заходи (табл. 3.5)[3, с. 55].

Таблиця 3.5.

## Комплекс інструментів впровадження концепції сталого туризму

Категорія інструментів	Напрямок заходів	Опис заходів
Нормативно-правові	Розробка місцевих програм підтримки сталого туризму	Формування стратегічних документів, які визначають пріоритети сталого розвитку туризму з урахуванням екологічної, культурної та економічної складової.
	Встановлення стандартів якості та екологічних вимог	Створення сертифікаційних критеріїв для туристичних об'єктів, що підкреслюють безпечність для довкілля, відповідність принципам автентичності та сталості.
	Система регулювання діяльності туристичних об'єктів	Запровадження контролю за дотриманням принципів сталого розвитку, включно з екологічними, соціальними та якісними індикаторами.
Фінансові	Залучення інвестицій	Мобілізація ресурсів державних і приватних структур для створення та розвитку інфраструктури сталого туризму, формування державно-приватного партнерства.
	Отримання грантів і субсидій	Підготовка та подання проєктів до міжнародних і національних фондів, що підтримують екологічні, культурні та туристичні ініціативи.
	Запровадження пільг для підприємців	Надання податкових, кредитних чи адміністративних пільг для суб'єктів, які діють у сфері сталого туризму, створюють локальні екопродукти або культурні послуги.

*Джерело: сформовано автором [3]*

Ефективна комунікація та популяризація туристичних можливостей Петриківської громади є важливим завданням. Основні заходи включають:

– проведення рекламних кампаній та створення туристичних брендів — розробка іміджевих матеріалів, що висвітлюють унікальність культурних та природних об'єктів регіону;

– використання цифрових технологій для просування громади — створення вебсайтів, мобільних додатків, інтерактивних карт і платформ для

бронювання турів, що дозволяє значно розширити доступ до інформації про туристичні послуги;

– розповсюдження інформаційних матеріалів через медіа та соціальні мережі — залучення блогерів, створення відео-контенту та інтерактивних презентацій, що популяризують екологічний та культурний туризм.

Отже, для ефективного впровадження концепції сталого туризму в Петриківській громаді необхідно використати комплексний підхід, що включає створення належної нормативно-правової бази, розробку фінансових механізмів підтримки, активне застосування сучасних інформаційних технологій та реалізацію освітніх ініціатив. Це дозволить не лише забезпечити екологічну та економічну сталість, а й сприятиме розвитку місцевої громади, залученню туристів та збереженню культурної спадщини.

### **3.3 Оцінка ефективності функціонування і управління туристичною дестинацією на засадах сталого розвитку.**

Оцінка ефективності функціонування та управління туристичною дестинацією на засадах сталого розвитку є комплексним і багатовимірним процесом, який передбачає застосування різноманітних критеріїв і підходів для визначення ступеня досягнення сталого розвитку в туристичному секторі. Така оцінка включає екологічні, економічні, соціальні та організаційні аспекти, а також передбачає моніторинг та коригування управлінських стратегій на основі зворотного зв'язку.

Однією з ключових ініціатив, розроблених у межах стратегії, є маркетингова кампанія «Петруківка: жива традиція – стале майбутнє», що має на меті не лише промоцію унікальної культурної спадщини громади, але й формування платформи для економічного зростання. Кампанія включає декілька компонентів: організацію тематичних фестивалів і ярмарків, створення мультимедійного контенту для цифрового просування дестинації, проведення майстер-класів для туристів і місцевих мешканців, а також розвиток освітніх програм, спрямованих на підтримку ремісничої та туристичної діяльності.

Завдяки кампанії передбачається активізація локального підприємництва через залучення населення до виготовлення та продажу виробів петриківського розпису, туристичних сувенірів і традиційних продуктів. Це, у свою чергу, створює передумови для зростання доходів місцевих мешканців, зокрема жінок, молоді та представників уразливих груп, що сприятиме зміцненню соціальної інтеграції та гендерного балансу. Очікуване збільшення туристичного потоку внаслідок ефективної комунікації та брендування дестинації стимулюватиме попит на місцеві послуги й товари, що позитивно позначиться на обсягах реалізації продукції і валових доходах підприємств.

У перспективі реалізація кампанії сприятиме появі нових підприємницьких ініціатив у сферах гостинності, екскурсійного супроводу, організації подій та

просування місцевих брендів. Зростання ділової активності та формалізація неформального сектору економіки дозволить розширити базу оподаткування і збільшити надходження до місцевого бюджету, зокрема за рахунок туристичного збору, податку на доходи фізичних осіб тощо (табл. 3.6).

Таблиця 3.6.

Очікувані зміни в економічних показниках:

Показник	Потенційний вплив
<b>Зростання доходів від туризму</b>	+ 3,6 рази за два роки (як виявлено в аналізі)
<b>Створення нових робочих місць</b>	Принаймні 10–15% зростання зайнятості в туристичному секторі
<b>Податкові надходження</b>	Зростання податків на 15–20% через нові підприємства
<b>Інвестиційна активність</b>	Притягнення інвестицій в розмірі до 10% від місцевого бюджету через ініціативи сталого розвитку
<b>Чисті економічні вигоди</b>	Витрати на розвиток інфраструктури повертаються через зростання туристичних надходжень та збільшення робочих місць

*Джерело: сформовано автором [27]*

У межах запропонованої маркетингової кампанії особлива увага зосереджена на розвитку інклюзивних механізмів участі, зокрема через залучення вразливих соціальних груп до культурних, освітніх і підприємницьких ініціатив.

Додатково до вже визначених категорій осіб, як-от люди з інвалідністю, особи похилого віку чи молодь із сільських територій, окрема увага приділяється ветеранам війни, членам їхніх родин, а також внутрішньо переміщеним особам. Їхня активна участь не лише сприятиме соціальній згуртованості, а й додасть кампанії більшої соціальної ваги.

Кампанія передбачає реалізацію широкого спектра активностей, серед яких — створення нових робочих місць у туристичному секторі, організація тематичних майстер-класів з традиційних ремесел (петриківський розпис, декоративне ткацтво, виготовлення сувенірної продукції), запуск програм підтримки жіночого підприємництва, а також розвиток локальної мережі соціального підприємництва.

Освітньо-культурні ініціативи, зокрема воркшопи, відкриті лекції, екскурсії, інтерактивні платформи, спрямовані на формування нового соціального капіталу громади, сприяють посиленню горизонтальних зв'язків між учасниками

локального соціуму, формуванню довіри та підвищенню участі в управлінських процесах.

Оцінка ефективності даних заходів здійснюється з урахуванням як кількісних, так і якісних показників. До кількісних належать: кількість новостворених робочих місць, чисельність учасників програм, кількість започаткованих підприємницьких ініціатив. Якісні індикатори включають: рівень задоволеності учасників, ступінь соціальної інтеграції, зростання активності громадських ініціатив, участь населення в процесах прийняття рішень.

У таблиці нижче (табл. 3.7) подано прогнозовані соціально-економічні ефекти від реалізації кампанії у 2026 році на основі аналітичного моделювання.

Таблиця 3.7.

## Прогнозовані соціально-економічні ефекти

Показник	Поточне значення	Прогноз (2026)	Абсолютне зростання	Примітка
Кількість робочих місць, створених у межах кампанії	20	55	+35	Туризм, майстер-класи, культурні події
Кількість учасників освітніх програм	120	250	+130	Переважно жінки, молодь, люди з інвалідністю
Кількість залучених ветеранів, членів їхніх родин та ВПО	15	60	+45	Участь у програмах працевлаштування, навчання, підприємництва
Започатковані жіночі підприємницькі ініціативи	7	18	+11	У галузях сувенірного виробництва, харчової продукції
Рівень участі громади у прийнятті рішень (%)	22%	40%	+18%	За результатами опитувань і відкритих зустрічей
Інтенсивність участі в громадських ініціативах (кількість проєктів/рік)	10	25	+15	Програми співучасті, ініціативи благоустрою, спільні фестивалі

*Джерело: сформовано автором*

Основна мета екологічного вектора полягає у гармонізації взаємодії між туристичною діяльністю та природним середовищем через збереження екосистем, мінімізацію антропогенного навантаження та формування екологічної культури в усіх залучених стейкхолдерів.

Запропоновані заходи охоплюють створення екоінфраструктури (маршрути з мінімальним впливом на довкілля, екомаркування,

природоорієнтоване зонування територій), впровадження системи поводження з відходами за принципами zero-waste (сортування, компостування, відмова від одноразових матеріалів), а також розвиток напрямів екотуризму (екскурсії природними територіями, спостереження за флорою і фауною, зелені садиби з екологічними стандартами). Кампанія також передбачає підвищення екологічної свідомості шляхом проведення просвітницьких заходів, тренінгів для мешканців і туристів, а також залучення молоді до моніторингових проєктів.

Оцінка ефективності екологічних ініціатив базується на сукупності кількісних індикаторів (скорочення обсягів відходів, зростання площі природоорієнтованих маршрутів, кількість учасників екоосвітніх заходів) та якісних параметрів (зміна поведінкових установок, підвищення екологічної обізнаності, ступінь підтримки місцевими жителями).

Прогнозовані екологічні результати реалізації кампанії у 2025 році подано в таблиці 3.8.

Таблиця 3.8

## Прогнозовані екологічні результати

Показник	Поточне значення (2024)	Прогноз (2025)	Абсолютне зростання	Примітка
Кількість екологічних маршрутів	2	6	+4	Нові маршрути з інтерпретацією біорізноманіття та культурного ландшафту
Частка локацій, що впровадили zero-waste практики (%)	15%	40%	+25%	Кав'ярні, садиби, туристичні об'єкти
Обсяг несортованих відходів (тонн/рік)	18	10	-8	Зменшення за рахунок сортування, повторного використання
Кількість учасників екоосвітніх заходів	80	220	+140	Учні, екогіди, мешканці, туристи
Площа природоорієнтованої території, включеної до туристичного обслуговування (га)	35	70	+35	Залучення лісових масивів, річкових ділянок, луків

*Джерело: сформовано автором*

Отже, реалізація маркетингової кампанії «Petrykivka: Жива традиція. Стале майбутнє» демонструє потенціал цілісного підходу до розвитку туристичної дестинації на засадах сталого розвитку, який інтегрує економічні, соціальні та екологічні компоненти в єдину стратегічну модель. Впровадження ініціативи

сприятиме зростанню доходів місцевого населення, активізації підприємницької діяльності, зокрема у сфері ремесел і туризму, створенню нових робочих місць та збільшенню надходжень до місцевого бюджету. Соціальний ефект виявляється у зміцненні соціального капіталу, залученні вразливих груп і розвитку громадської участі, тоді як екологічна складова забезпечує збереження природного середовища та формування культури екологічної відповідальності. Запропонована модель управління дестинацією є не лише ефективною в контексті локального розвитку Петриківської громади, але й має високий рівень реплікативності, що дозволяє адаптувати її до потреб інших територій із подібним ресурсним потенціалом. Таким чином, кампанія слугує прикладом інноваційного і стратегічно обґрунтованого підходу до управління сталим туризмом у сільських громадах України.

### *Висновки до розділу 3.*

Петриківська громада має великий потенціал для розвитку сталого туризму, який може стати важливим інструментом економічного зростання, збереження екологічної рівноваги та покращення соціального благополуччя місцевих жителів. Однак для досягнення цього необхідно впровадити комплексний підхід, що включає економічні, екологічні та соціальні аспекти сталого розвитку.

Пропозиції в рамках економічної, екологічної та соціальної компоненти концепції сталого туризму вказують на необхідність розробки механізмів, що сприяють не лише економічному зростанню, а й збереженню екологічної рівноваги та покращенню соціальних умов. Це включає розвиток екологічно чистих видів транспорту, підтримку місцевих ініціатив та ремесел, інтеграцію інноваційних технологій для збереження природних ресурсів, а також забезпечення доступності туристичних послуг для всіх верств населення.

Етапи та інструменти впровадження цих пропозицій вимагають чіткого планування та координації дій між усіма зацікавленими сторонами: органами місцевого самоврядування, бізнесом, громадськими організаціями та місцевим населенням. Основними етапами є розробка нормативно-правової бази, створення

економічних стимулів для сталого розвитку, впровадження освітніх програм і інформаційних кампаній для туристів та мешканців, а також застосування сучасних технологій для моніторингу екологічного та економічного впливу туризму.

Реалізовані заходи стимулюють підвищення рівня доходів місцевого населення, активізують розвиток підприємництва — особливо у галузі традиційних ремесел та туризму, сприяють створенню нових робочих місць і зумовлюють приріст надходжень до бюджету громади. У соціальному вимірі досягається посилення соціальної згуртованості, розширення участі вразливих категорій населення у громадських процесах та активізація громадянської залученості. Екологічний компонент забезпечує охорону природних ресурсів та формування екологічно відповідальної поведінки серед мешканців і туристів. Запропонована модель управління туристичною дестинацією демонструє не лише ефективність у межах Петриківської громади, а й високу адаптивність, що створює підґрунтя для її масштабування у громадах з аналогічними ресурсно-культурними характеристиками.

Отже, для успішного впровадження сталого туризму в Петриківській громаді необхідно створити сприятливі умови для розвитку туризму, який відповідатиме вимогам сталого розвитку, забезпечуючи економічне зростання, збереження природних ресурсів та соціальне благополуччя громади.

## ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній бакалаврській роботі зроблено теоретичне узагальнення аспектів концепції сталого туризму, розкрито стан впровадження концепції сталого туризму на прикладі Петриківської громади, проаналізовано та надано рекомендації щодо впровадження концепції сталого туризму для конкурентоздатності туристичної дестинації Петриківської громади. Результати проведеного дослідження дозволяють дійти таких висновків, що містять елементи наукової новизни і мають теоретико-методичне та практичне значення:

1. Було розкрито сутність поняття сталого туризму та його ролі в управлінні туристичними дестинаціями. У роботі проаналізовано підходи до розуміння сталого туризму в науковій та прикладній літературі, виявлено ключові принципи: екологічну відповідальність, соціальну справедливість та економічну ефективність. Через призму цих принципів здійснено оцінку можливостей застосування концепції саме в контексті Петриківської громади. Аналіз показав, що сталий туризм може стати потужним інструментом розвитку, який водночас підтримуватиме збереження природних ресурсів і культурної спадщини, активізуватиме економіку та зміцнюватиме місцеву ідентичність.

2. Проведено аналіз конкурентоспроможності туристичних дестинацій в умовах сучасних викликів. Було з'ясовано, що на конкурентоздатність туристичних напрямів значною мірою впливають зміни у споживчих запитах, глобальні кризи (пандемії, війни, економічна нестабільність), кліматичні виклики, а також динаміка інформаційних технологій. Петриківська громада, завдяки унікальному поєднанню культурної спадщини (зокрема петриківського розпису), екологічно чистих територій, народних ремесел та традицій, має всі передумови для успішної конкуренції, особливо у сферах агротуризму, культурно-пізнавального туризму та екотуризму.

3. Досліджено міжнародний досвід реалізації концепції сталого туризму. Проаналізовано приклади зі Словенії, Італії, Швейцарії, Іспанії, де сталий туризм використовується як дієвий інструмент підвищення добробуту місцевого

населення та збереження природи. Вивчення цих кейсів дозволило визначити ефективні підходи, які можуть бути адаптовані до українських умов, зокрема в рамках децентралізації.

4. Ідентифіковано основні виклики, які стримують розвиток туристичного потенціалу Петриківської громади. Серед них — недостатній рівень туристичної інфраструктури, обмежене фінансування, низька поінформованість про громаду на зовнішніх ринках, фрагментарність туристичних продуктів. Також важливою проблемою є відсутність цілісної стратегії просування громади як туристичної дестинації.

5. Було здійснено аналіз динаміки розвитку туризму в громаді. Зокрема, досліджено зміни в туристичних потоках, основні напрямки розвитку послуг, частку зайнятого населення в туристичному секторі. Результати показали позитивну динаміку інтересу до регіону з боку внутрішніх туристів, зростання кількості локальних ініціатив, пов'язаних з культурною спадщиною, та зростаючий попит на локальні гастрономічні та ремісничі продукти.

6. Розкрито можливості впровадження концепції сталого туризму. Було доведено, що для успішного запровадження сталого туризму потрібна системна підтримка на рівні громади — як організаційна, так і нормативна. Серед можливих напрямків: створення локальних туристичних кооперативів, освітні кампанії для мешканців, розвиток інклюзивних маршрутів, стимулювання використання місцевих ресурсів, а також запровадження стандартів сталості для надавачів туристичних послуг.

7. Розроблено рекомендації, які охоплюють усі три ключові складові сталого розвитку. Економічні рекомендації включають підтримку малого бізнесу, розвиток кластерів, створення бренду громади. Екологічні — розвиток природоохоронних ініціатив, екологічно безпечного транспорту, мінімізацію відходів. Соціальні — залучення громади до прийняття рішень, розвиток соціального підприємництва, збереження традицій і ремесел.

8. Проведено оцінку ефективності управління дестинацією на засадах сталого розвитку. Оцінювання охоплювало екологічні, економічні та соціальні

індикатори. У роботі надано пропозиції щодо моніторингу показників (кількість туристів, рівень доходу, ступінь задоволення мешканців, обсяг інвестицій, стан природного середовища тощо), які дозволять відстежувати прогрес реалізації стратегії сталого туризму.

9. Таким чином, результати дослідження засвідчують, що Петриківська громада має значні перспективи для розвитку сталого туризму, що базується на її культурному надбанні, природному багатстві та активній участі громади. Реалізація запропонованих заходів дозволить створити ефективну, екологічно та соціально відповідальну модель туристичної дестинації, яка може стати прикладом для інших громад України. Отримані висновки мають як теоретико-методичне значення для подальших наукових розвідок, так і практичну цінність для органів місцевого самоврядування, підприємців і громадських організацій.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алієва А. Ю. Визначення туристично-рекреаційної сфери та її розвиток в умовах транскордонного співробітництва. *Транскордонне співробітництво як форма розвитку міжнародної інтеграції*. Луцьк. 2020. 143 с.
2. Алієва А. Ю. Концептуальні засади сталого розвитку туристично-рекреаційної сфери на засадах інклюзивного зростання. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування*, №2 (90). 2020. С. 3–13.
3. Безуглий В. В., Костащук І. І., Яворська В. В., Географія всесвітньої спадщини (туристичні атракції). *Навчальний посібник*. Дніпро: Ліра, 2021. 527 с.
4. Борблік К. Е. Передумови формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України. *Вісник Приазовського державного технічного університету*, №37. 2019. С. 34–41.
5. Вавринів М.М., Шевчук С.М. Проблема оцінки історико-культурного потенціалу розвитку туризму на регіональному рівні. *Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми економіки, фінансів та права в умовах сучасних викликів»*. Полтава. 2023. 187 с.
6. Волковська Ю.І., Дубовіч І.А. Особливості економіко-правового регулювання сталого ведення лісового господарства України в умовах зміни клімату. *Економіка України*. № 9 (742). 2023. С. 70–83.
7. Волошин І. М. Туристичні ресурси України *Атлас туристичних мандрівок Україною: довідкове видання*. Львів: ЛДУФК, 2015. 437 с.
8. Всесвітня туристична організація (UN TOURISM). *Офіційна веб-сторінка* URL: <http://www2.unwto.org/> (дата звернення 01.03.2025 р.).
9. Грановська В. Г., Кацемір Я. В., Фесенко Г. О. *Індустрія туризму як вектор конкурентоспроможного регіонального розвитку*. Херсон.: ОлдіПлюс. 2020. 154 с
10. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні. *Монографія*. Харків: Лібуркіна Л.М., 2021. 469 с.

11. Заворуєва О. С. Удосконалення стратегії управління розвитком туристичної галузі України. *Дисертація кандидата економічних наук*. Запоріжжя: КПУ, 2019. 290 с.
12. Кілінська К. Й. Рекреаційно-туристичне природокористування. *Навчально методичний посібник*. Чернівці. 2021. 333 с.
13. Кошкалда І.В., Безугла Л.С. Формування привабливості екотуристичних територій та самозайнятості населення Дніпропетровської області. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. № 6 (146). 2020. С. 17–22.
14. Кошкалда І.В., Безугла Л.С. Вплив інструментів державного регулювання на розвиток екотуристичної дестинації. *Український журнал прикладної економіки*. Том 5. № 3. 2020. С. 311–319
15. Кручек О. А., Соляник С. Ф., Гордієнко С. І. Основи туризмології. *Навчальний посібник*. Херсон: Олді-Плюс, 2020. 236 с.
16. Мальська М. П., Паньків Н. М. Туристично-ресурсний потенціал території. *Підручник*. Київ: Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. 534 с.
17. Моїсєєва Н. І. Інноваційний розвиток туристичної сфери регіону: теорія, методологія, практика. *Монографія*. Миколаїв: ФОП Швець В. М. 2018. 330 с.
18. Моца А. А., Шевчук С. М., Серета Н. М. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. № 41. 2022. С. 90–97.
19. Огієнко А.В., Огієнко М.М. Теоретичні засади дослідження туристичнорекреаційного потенціалу *Офіційна веб-стрінка URL: [http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/1\\_75\\_1\\_2020\\_ukr/](http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/1_75_1_2020_ukr/)* (дата звернення 05.03.2025 р.).
20. Павліха Н. В., Цимбалюк І. О. Науковий базис формування теорії інклюзивного розвитку регіону. *Часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. № 3(27). 2020. С. 35–40.
21. Пинда М. П. Готельне господарство та туризм у Львівській області. *Збірник статей*. Львів: ГУС у Львівській обл., 2017. 109 с.

22. Радченко Е.Є. Теоретичні основи формування та розвитку туристичного потенціалу регіону. *Ефективна економіка*. № 12. 2018. 147 с.
23. Світлична В. Ю. Забезпечення стійкості та повноцінного функціонування туристичної сфери в сучасних умовах адаптації до змінюваних епідеміологічних обставин. *Комунальне господарство міст*. Том 7, № 160. 2020. С. 53–62.
24. Судомир С. М. Методологія формування результативного портфеля стратегій розвитку сільськогосподарських підприємств на синергетичних засадах. *Агросвіт*. № 4. 2022. С. 3–8
25. Соловій І.П., Адамовський О.М., Дубовіч І.А. Сталий туризм: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні. *Економіка та суспільство*. № 50. 2023. 180 с.
26. Стоян К. С., Широка В. В. Теоретичні засади вдосконалення бізнес-моделі туристичного підприємства. *Ефективна економіка*. № 1. 2019. С. 30–38.
27. Тимошенко Т. О. Кластерний підхід до розвитку туристичної галузі України як пріоритетний напрям державної політики підвищення конкурентоспроможності регіонів. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. Серія : Державне управління*. - 2017. - № 2. - С. 55-60. - URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnaddy\\_2017\\_2\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnaddy_2017_2_10) (дата звернення 01.04.2025 р.).
28. Тимошенко Т., Шевчук О. Розвиток туризму в громадах і регіонах України в умовах повоєнного відновлення. *Економіка та суспільство*. 2024. №63. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-124>
29. Шевчук С. М. Організація функціонування спеціалізованих туристичних дестинацій в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. № 44. 2022. С. 124–128 (дата звернення 01.04.2025 р.).
30. Юхновська Ю. О. Методичні підходи до оцінювання туристичного потенціалу України та її регіонів. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. Том 30 (69). № 4. 2019. С. 72 54–59.
31. Якимчук А., Попадинець Н., Валюх А., Скрипко Т., Левков К. Сільський «зелений» туризм як каталізатор розвитку місцевої економіки в

процесі децентралізації влади. *Agricultural and Resource Economics*.. Том 7. № 1. 2021. С. 232–259.

32. Ярьоменко С.Г. Туристичні ресурси України. *Навчальний посібник*. Київ: ОЛДІ-ПЛЮС. 2021. 472 с.



## Звіт подібності

### метадані

Назва організації

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman KNEU

Заголовок

«Розвиток туристичних дестинацій України на засадах концепції сталого туризму»

Автор

Науковий керівник / Експерт

Луцкова Вероніка Сергіївна канд. наук з державного управління, доцент Тимшенко Тетяна Олександрівна

підрозділ

кафедра регіоналістики і туризму

### Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



КП 1

25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2



КП 2

16589

Кількість слів



КЦ

137896

Кількість символів

### Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		0
Інтервали		0
Мікропробіли		9
Білі знаки		0
Парафрази (SmartMarks)		75

### Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Колір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз		Колір тексту
ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	<a href="http://jeou.donnu.edu.ua/article/download/2903/2942">http://jeou.donnu.edu.ua/article/download/2903/2942</a>	329 1.98 %
2	<a href="http://jeou.donnu.edu.ua/article/download/2903/2942">http://jeou.donnu.edu.ua/article/download/2903/2942</a>	320 1.93 %
3	Варяничко 9/16/2024 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	243 1.46 %
4	<a href="http://jeou.donnu.edu.ua/article/download/2903/2942">http://jeou.donnu.edu.ua/article/download/2903/2942</a>	225 1.36 %

5	<a href="http://jeou.donnu.edu.ua/article/download/2903/2942">http://jeou.donnu.edu.ua/article/download/2903/2942</a>	98 0.59 %
6	<a href="http://jeou.donnu.edu.ua/article/download/2903/2942">http://jeou.donnu.edu.ua/article/download/2903/2942</a>	93 0.56 %
7	Варяничко 9/16/2024 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	85 0.51 %
8	<a href="http://jeou.donnu.edu.ua/article/download/2903/2942">http://jeou.donnu.edu.ua/article/download/2903/2942</a>	74 0.45 %
9	<a href="http://jeou.donnu.edu.ua/article/download/2903/2942">http://jeou.donnu.edu.ua/article/download/2903/2942</a>	63 0.38 %
10	<a href="http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/download/603/585/">http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/download/603/585/</a>	57 0.34 %
<b>з бази даних RefBooks (0.00 %)</b>		
ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
<b>з домашньої бази даних (0.30 %)</b>		
ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	НАПРЯМКИ ДИВЕРСИФІКАЦІЙ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ДЛЯ ПОВОСЕННОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ ТАЛЬНІВСЬКОЇ ГРОМАДИ) 11/27/2024 Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman KNEU (кафедра регіоналістики і туризму)	23 (2) 0.14 %
2	В'їзний туризм в Україні: динаміка та проблеми розвитку 5/12/2020 Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman KNEU (кафедра регіоналістики і туризму)	19 (1) 0.11 %
3	ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ «SMART-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ» У СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МІСТ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ МІСТА ІЗЮМ) 5/23/2025 Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman KNEU (кафедра регіоналістики і туризму)	8 (1) 0.05 %
<b>з програми обміну базами даних (4.35 %)</b>		
ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	Варяничко 9/16/2024 <b>Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")</b>	<b>676 (26) 4.07 %</b>
2	Єрко І.В. Тур. страт 2415.docx 10/13/2023 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	24 (4) 0.14 %
3	дисертація Єрко 3/5/2025 Lutsk National Technical University (Lutsk National Technical University)	12 (2) 0.07 %
4	13_Д. А. Антонюк.docx 5/31/2022 Donetsk National Technical University (Редакції наукових видань)	5 (1) 0.03 %
5	Чернега.docx 9/14/2021 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	5 (1) 0.03 %

## з Інтернету (10.90 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ДЖЕРЕЛО URL	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	<a href="http://jeou.donnu.edu.ua/article/download/2903/2942">http://jeou.donnu.edu.ua/article/download/2903/2942</a>	1382 (13) 8.33 %
2	<a href="http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/download/603/585/">http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/download/603/585/</a>	218 (12) 1.31 %
3	<a href="https://ir.nmu.org.ua/bitstream/handle/123456789/163837/%D0%9D%D0%B0%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%B2%D0%B5%D1%81%D0%BD%D0%B0_2023-419-421.pdf?sequence=1">https://ir.nmu.org.ua/bitstream/handle/123456789/163837/%D0%9D%D0%B0%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%B2%D0%B5%D1%81%D0%BD%D0%B0_2023-419-421.pdf?sequence=1</a>	71 (4) 0.43 %
4	<a href="https://economics.donntu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/06/14_stattya_ujn-3.pdf">https://economics.donntu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/06/14_stattya_ujn-3.pdf</a>	44 (2) 0.27 %
5	<a href="http://virtuni.education.zp.ua/info_cpu/sites/default/files/dis_Zavorueva.pdf">http://virtuni.education.zp.ua/info_cpu/sites/default/files/dis_Zavorueva.pdf</a>	23 (3) 0.14 %
6	<a href="https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/05/OPP-242-Turyzm-Bakalavr-2019.pdf">https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/05/OPP-242-Turyzm-Bakalavr-2019.pdf</a>	17 (2) 0.10 %
7	<a href="http://market-infr.od.ua/journals/2024/80_2024/25.pdf">http://market-infr.od.ua/journals/2024/80_2024/25.pdf</a>	16 (1) 0.10 %
8	<a href="http://uccs.org.ua/wp-content/uploads/2018/02/ich_16.12.2016_.pdf">http://uccs.org.ua/wp-content/uploads/2018/02/ich_16.12.2016_.pdf</a>	13 (1) 0.08 %
9	<a href="https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/23861/1/vybir_dzherela.doc">https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/23861/1/vybir_dzherela.doc</a>	11 (1) 0.07 %
10	<a href="http://www.vtei.com.ua/images/VN/20_04_46.pdf">http://www.vtei.com.ua/images/VN/20_04_46.pdf</a>	8 (1) 0.05 %
11	<a href="https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/4570/4513/">https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/4570/4513/</a>	5 (1) 0.03 %

## Список прийнятих фрагментів (немає прийнятих фрагментів)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗМІСТ	КІЛЬКІСТЬ ОДНАКОВИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
------------------	-------	---------------------------------------