Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Географічний факультет
Кафедра географії та менеджменту туризму

ПОСЛУГИ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНСЬКИХ КАРПАТАХ: СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ (НА ПРИКЛАДІ ВЕРХОВИНСЬКОГО ТА КОСІВСЬКОГО РАЙОНІВ)

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Виконала:
студентка ІІ курсу 619 групи
спеціальності 242 “Туризм і рекреація”
ОП “Міжнародний туризм і туроперейтинг”
Слободян Ксенія Павлівна

Керівник: кандидат географічних наук,
асистент кафедри географії та
менеджменту туризму
Смик Оксана Степанівна

До захисту допущено:
Протокол засідання кафедри№____
від “_____” 2024 р.
Зав. кафедри _____ д. геогр. н., доцент Король О. Д.

Чернівці – 2024

Анотація

Зміна структури господарства є однією з ключових передумов соціально-економічного розвитку Верховинського та Косівського районів. Це передбачає зменшення частки природоексплуатуючих галузей і прискорений розвиток таких секторів, як сфера послуг (зокрема рекреаційних) та інфраструктура. Гірські райони Українських Карпат, як і інші проблемні регіони, не мали достатніх ресурсів і можливостей для самостійного вирішення соціально-економічних та екологічних проблем, а також для повного використання свого природно-ресурсного потенціалу.

Одним із ефективних напрямків розвитку є організація відпочинку в сільській місцевості, що має значний позитивний вплив як на економіку, так і на екологічний стан регіону. Це дозволяє розширити можливості зайнятості для місцевого населення, сприяє реалізації продукції особистих селянських господарств безпосередньо на місці, забезпечує туристів екологічно чистими продуктами харчування і водночас зменшує негативний антропогенний вплив на природу.

Сільський зелений туризм стає важливим фактором розвитку інфраструктури та поліпшення якості життя на селі. Вплив цього виду туризму проявляється в покращенні благоустрою населених пунктів, розвитку соціальної інфраструктури та сфери обслуговування, а також у позитивних змінах демографічної ситуації в Верховинському та Косівському районах. Однією з основних соціально-економічних передумов розвитку сільського туризму є наявність значної кількості приватного житлового фонду – в районах налічується понад 10 тисяч таких будинків. Крім того, понад 60% сільського населення в працездатному віці не зайняте або частково зайняте в особистих селянських господарствах, і значна частина з них стає безпосередніми учасниками розвитку туризму, надаючи послуги в сфері гостинності.

Завдяки цьому сільський туризм не тільки створює нові можливості для зайнятості та доходів місцевих жителів, але й сприяє збереженню культурної спадщини, традиційного способу життя та природного середовища Карпат.

Ключові слова: соціально-економічний розвиток, сфера послуг, рекреаційний туризм, інфраструктура, соціально-економічні проблеми, природно-ресурсний потенціал, сільський зелений туризм, соціальна інфраструктура, приватний житловий фонд, гостинність, туризм у Карпатах.

Abstract

The change in the economic structure is one of the key preconditions for the social and economic development of the Verkhovyna and Kosiv districts. This involves reducing the share of resource-exploiting industries and accelerating the development of sectors such as services (particularly recreational) and infrastructure. The mountain regions of the Ukrainian Carpathians, like other problematic regions, lacked sufficient resources and opportunities to independently address social, economic, and environmental issues, as well as to fully exploit their natural resource potential.

One of the effective development directions is the organization of rural tourism, which has a significant positive impact on both the economy and the ecological state of the region. It expands employment opportunities for the local population, promotes the direct sale of products from household farms, provides tourists with ecologically clean food, and simultaneously reduces the negative anthropogenic impact on nature.

Rural green tourism is becoming an important factor in the development of infrastructure and the improvement of the quality of life in rural areas. The impact of this type of tourism is reflected in the improvement of village infrastructure, the development of social infrastructure and the service sector, as well as in positive changes in the demographic situation in the Verkhovyna and Kosiv districts. One of the main socio-economic prerequisites for the development of rural tourism is the significant number of private homes available—there are over 10,000 such houses in the districts. Moreover, more than 60% of the rural population of working age is either unemployed or partially employed in personal subsidiary farming, and a significant part of them becomes directly involved in the development of tourism, providing hospitality services.

Thanks to this, rural tourism not only creates new employment and income opportunities for local residents but also contributes to the preservation of cultural heritage, traditional lifestyles, and the natural environment of the Carpathians.

Key words: social and economic development, service sector, recreational tourism, infrastructure, social and economic problems, natural resource potential, rural green tourism, social infrastructure, private housing stock, hospitality, tourism in the Carpathians

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ К.П. Слободян

(підпис)

Зміст

ВСТУП……..	4
РОЗДІЛ І. Теоретичні та практичні аспекти розвитку системи послуг сільського туризму……	6
1.1. Формування та етапи розвитку сфери сільських туристичних послуг в Україні та світі …….	6
1.2. Сучасні тенденції сільського туризму в Європі: досвід та інновації...	12
1.3. Форми організації відпочинку в сільській місцевості: від традицій до сучасних стандартів …….	16
1.4. Маркетинг сільського зеленого туризму: стратегії просування та залучення туристів ……	21
Висновки до 1-го розділу ……..	26
РОЗДІЛ ІІ. Ресурси та структура послуг гостинності Верховинського та Косівського районів……	29
2.1. Історія та етапи розвитку сільського туризму в Карпатах ……..	29
2.2. Природні та культурні атракції як основа туристичного потенціалу Верховинського та Косівського районів ……	31
2.3. Інфраструктурне забезпечення туризму в Карпатах: від традиційних гірських хат до сучасних готелів ……...	34
2.4. Інвестиційні процеси сільського туризму: можливості та перспективи……..	41
Висновки до 2-го розділу …….	46
РОЗДІЛ ІІІ. Мінливість на ринку послуг гостинності Верховинського та Косівського районів у контексті глобальних змін……	48
3.1. Розвиток послуг гостинності до пандемії COVID-19 ……..	48
3.2. Зміни на ринку внутрішнього туризму під час пандемії: зростання попиту та адаптація до нових умов …….....	50
3.3. Військовий стан та його вплив на сільський туризм: адаптація та шляхи подолання кризових ситуацій…….	52
Висновки до 3-го розділу ……	58
РОЗДІЛ IV. Перспективи розвитку сільських туристичних послуг в умовах глобальних викликів……...	60
4.1. Інновації в сільському туризмі: використання технологій для покращення якості обслуговування та зручності для туристів……...	60
4.2. Екологічний туризм в Карпатах: сталий розвиток як основа для майбутнього …….	64
4.3. Співпраця з міжнародними організаціями для розвитку сільського туризму ……	66
Висновки до 4-го розділу …….....	70
ВИСНОВКИ……	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……	74
ДОДАТКИ……	77

ВСТУП

Туризм в Україні знаходиться на стадії активного розвитку, і його успіх значною мірою залежить від якості інфраструктури на території. Природні умови регіону сприяють розвитку туризму, але особливу роль відіграють наявність необхідних зручностей та послуг для туристів. Івано-Франківська область славиться своїми туристичними об'єктами та займає одне з провідних місць серед туристичних центрів країни.

Івано-Франківська область активно долучається до рекреаційного бізнесу Карпатського Єврорегіону та туристичного ринку Європи, завдяки своєму високому туристичному та рекреаційному потенціалу. Розширення міжнародних зв'язків і зростання туристичних потоків в'їзного характеру сприяють популяризації туристичних послуг на глобальному ринку.

З кожним роком сільський зелений туризм стає все більш популярним як серед місцевих мешканців, які пропонують послуги гостинності, так і серед міських жителів, які охоче скористаються можливістю відпочинку в сільській місцевості. Цей вид туризму поширюється все більше, здобуваючи визнання серед людей з різних соціальних груп.

В Україні з'явився новий тип відпочинку в сільській місцевості, відомий як зелений туризм. Цей вид відпочинку надає туристам можливість насолоджуватися природою, знайомитися з культурою та історією регіону, а також займатися активним відпочинком і оздоровленням. Зелений туризм є альтернативою відпочинку у шумних містах, даючи можливість забути про щоденні турботи та насолоджуватися чистими природними ландшафтами.

Для соціально-економічного розвитку Верховинського та Косівського районів важливо змінити структуру господарства, зменшуючи роль природоексплуатуючих галузей матеріального виробництва та прискорюючи розвиток сфери послуг, зокрема рекреаційної інфраструктури. Однак, як і в інших проблемних регіонах, гірські території Українських Карпат потребують активної підтримки з боку держави, оскільки самостійно не

зможуть вирішити численні соціально-економічні та екологічні проблеми та ефективно реалізувати свій природно-ресурсний потенціал.

Об'єктом дослідження даної роботи є інфраструктура, ресурси та особливості споживання послуг гостинності в Верховинському та Косівському районах.

Предметом дослідження є сучасні процеси, пов'язані з кризовими загрозами та явищами, які суттєво змінюють систему надання послуг сільського туризму.

Метою дослідження є вивчення туристичного комплексу, зокрема аналіз розповсюдження рекреаційних ресурсів у регіоні, локації туристично-рекреаційних об'єктів та комплексів, а також визначення природних пам'яток. Окрім того, робота має на меті виявити проблеми розвитку туризму в цьому регіоні та окреслити перспективи його подальшого розвитку.

Основними *завданнями* роботи є:

- ✓ детальне вивчення стану туризму в Верховинському та Косівському районах;
- ✓ аналіз наявних рекреаційних ресурсів у регіоні та оцінка їх достатності, а також наявність відповідних установ та закладів для розміщення туристів і відпочивальників;
- ✓ вивчення основних етапів розвитку туризму, особливості функціонування ринку туристичних послуг під час пандемії та воєнного стану.

Частина матеріалів магістерської роботи була апробована на міжнародній науково-практичній конференції "Сучасні виклики та трансформації туризму на шляху євроінтеграції", що відбулася у 2023 році.

Структура магістерської роботи включає вступ, чотири розділи, висновки, список використаної літератури, додатки.

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ПОСЛУГ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

1.1. Формування та етапи розвитку сфери сільських туристичних послуг в Україні та світі

Сучасна стратегія покращення та розвитку економіки України надає потужний імпульс для активізації багатьох сфер життєдіяльності. Перехід до більшої автономії та самозабезпечення регіонів сприяв пошуку нових шляхів підвищення ефективності місцевого економічного розвитку з урахуванням ресурсного потенціалу. Одним із пріоритетів є соціально орієнтовані програми, що підтримують реалізацію нових стратегічних завдань, розвиток інноваційних галузей та, зокрема, туризму. А в контексті цього, особливо важливим є розвиток сільського зеленого туризму.

Розглянемо корисне для нашого дослідження положення Закону України “Про сільський зелений туризм”[17] у ньому сказано: “Сільський зелений туризм - відпочинковий вид туризму, що передбачає тимчасове перебування туристів у сільській місцевості (селі) та отримання ними послуг сільського зеленого туризму”. Останнє очевидно не висвітлює специфіку цього напряму сфери послуг, як особливої можливості участі “у третинному секторі” економічної діяльності.

Ще одне визначення Закону України ”Про сільський зелений туризм”[17] цитуємо: “Послуги сільського зеленого туризму - діяльність членів особистого селянського, особистого підсобного або фермерського господарства з надання послуг бронювання, розміщення, харчування, інформаційного обслуговування, інших видів послуг, що спрямовані на задоволення потреб туристів”. Проте останні 15 років селяни відчувають активну конкуренцію у господарюванні з надання послуг. В цей бізнес вкладаються значні інвестиції, розмір яких отримано в інших секторах економіки.

Тоді доречне визначення Маліка М.Й. [25], він сказав наступне: “сільський аграрний туризм - вид туризму, який передбачає тимчасовий виїзд

особи з місця проживання в сільську місцевість із залученням приватного сектору для розміщення з метою відпочинку, рекреації, регенерації та (або) релаксації”.

Ще одне визначення дає Биркович В.І. [2], цитуємо його: «сільський зелений туризм - це специфічна форма відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості з використанням майна та трудових ресурсів особистого селянського, підсобного або фермерського господарства, природно-рекреаційних особливостей місцевості та культурної, історичної та етнографічної спадщини регіону».

Економічні дослідження природи туризму відрізняються складністю, систематичністю і точністю. Важливим етапом оптимізації регіональної структури природокористування є вивчення та підвищення ефективності використання туристично-рекреаційного потенціалу багатьох територій. Туризм може стати важливою заміною для інших економічних секторів [19].

Розвиток туризму в різних регіонах України активно відстежується та підтримується. До цього процесу активно залучені бізнес-структури, які розглядають туризм як перспективну галузь економіки, здатну приносити значні доходи. Як і в інших карпатських країнах, головними напрямками розвитку туризму в Україні є гірські регіони, зокрема Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська та Чернівецька області. Хоча туризм на цих територіях раніше не був ключовою галуззю, він має великий потенціал для розвитку, що підтверджується наявною законодавчою базою та новими концепціями розвитку туризму, розробленими в останні роки. Більш того, в даний час туризм є однією з провідних сфер приватного сектора, особливо на ринку послуг.

Саме Карпатський регіон є найближчим до країн ЄС як у географічному, так і в історичному та культурному сенсі. Він розміщений в південно-західній частині України, і тому добре комунікується з досить економічно успішними Румунією, Угорщиною, Словаччиною та Польщею у сприятливі для попиту туристично-рекреаційних послуг часи, відсоток

туристів з цих країн наближався до 10-15. Формувались невеликі прояви туристичних рухів з країн Перської затоки тощо. Очевидно, для цього регіону характерні особливі умови, які мають значний природний туристистський потенціал даної території.

Було б несправедливо не згадати, що Карпатський регіон славиться не тільки своєю мальовничою природою та контрастними пейзажами, тут турист може збагатити свій духовний світ. Історія та культура даного регіону формувалася багато років у складі різних держав.

Загалом приділяють увагу розвитку природного туризму у всіх частинах світу, що зумовлено двома провідними світовими сучасними процесами: глобалізацією та екологізацією суспільства. На даний час існує потреба в альтернативних видах туризму, а саме: екологічному, активному, природному, спортивному тощо. Для Карпатського регіону характерна поява такого виду туризму, як сільський зелений туризм [19].

Іноді особливою привабливістю сільського туризму є те, що називають екологічним (зеленим) туризмом.

«Зелений туризм» – це відпочинок та цікаві туристичні об’єкти в приватних господарствах у сільській місцевості. Його відрізняє від сільського туризму особливе дбайливе ставлення суб’єктів до всього комплексу чи окремих компонентів ландшафтного середовища. Основними факторами, що приваблюють у сільському туризмі та які добре вливають на людину є: оздоровлення, естетична насолода та пізнання. Відпочинок у селі зазвичай спрямований на міських жителів, які особливо його потребують. Як було написано вище, -“туризм – це не тільки природа та пейзажі, людям з великих міст буває дуже цікаво дізнатися про різноманітні ремесла, такі як бджільництво, гончарство, лозоплетіння, полювання тощо.” Багато туристів із великим задоволенням відзначають у селі Новорічні та Різдвяні свята, або просто відпочивають з друзями чи родиною [9].

Основною послугою сільського туризму є не просто розміщення гостей на певний період, а комплексний прийом відпочивальників, який включає в

себе: проживання, харчування, дозвілля. Власники осель, які приймають туристів, в основному жителі сіл [9] .

Переваги розвитку таких туристичних послуг очевидні для всіх. По-перше, не потрібні великі вкладення. По-друге, розвиток сільського туризму одночасно вирішує соціальні проблеми: люди знаходять нову роботу, мають можливість продавати власні продукти, відновлюють інфраструктуру села. Формується екологічна свідомість тих же селян та відпочиваючих. Велика ймовірність, що коли питання сільського зеленого туризму буде нарешті вирішено законодавчо, то власники садиб будуть рахуватися як малі підприємці та відповідно сплачуватимуть податки. Адже найважливішим завданням на сьогодні є створення сприятливих правових умов для легалізації цієї діяльності як форми індивідуального сільського господарства та підприємництва на селі [28].

Розвиток сільського туризму в Україні є одним із напрямів створення робочих місць через створення нових робочих місць. Зелений туризм забезпечує сільським господарствам додатковий прибуток, стимулює економічний розвиток і задовольняє туристичний попит на продукти харчування.

Стратегічними цілями розвитку сільського зеленого туризму в Україні є:

- Створити національний туристичний продукт, конкурентоспроможний на внутрішньому та міжнародному ринках, здатний максимально задовольнити потреби наших співвітчизників та іноземців;
- Розширення внутрішнього туризму та постійне зростання в'їзного туризму;
- Забезпечити комплексний розвиток рекреаційних зон і туристичних центрів з урахуванням соціально-економічних інтересів місцевого населення.

Такий туризм впливає на захист і відновлення навколишнього природного середовища та історико-культурної спадщини, живить державний і місцеві бюджети. Досягти цього можна лише за допомогою

надійного нормативно-правового забезпечення розвитку сільського туризму, а також сприятливої національної політики [20].

Розвиток сільського туризму сприяє загальному благоустрою сільських садиб, вулиць, сіл, спонукає до розбудови соціальної інфраструктури. Звичайно, на перших порах відпочиваючих розміщували та обслуговували на основі існуючого житлового фонду, використовуючи місцеві рекреаційні та інфраструктурні ресурси [26]. Але отримуючи певний прибуток від цього виду діяльності, ті люди, хто нею займається, інвестують в покращення благоустрою житла та вулиць, спільними зусиллями роблять послугу кращою.

Івано-Франківська область входить до списку найбільш привабливих і популярних туристичних регіонів України. Враховуючи, що 57,9% населення області проживає в сільській місцевості, розвиток сільського зеленого туризму має для області велике значення [18].

Область має хороші комунікаційні зв'язки із зовнішнім середовищем. Розташування Івано-Франківської області свідчить про те, що мешканцям східної України вона важкодоступна, а туристам із Польщі, Румунії, Словаччини, Молдови та Угорщини легко перетнути західний кордон автомобільним та залізничним транспортом. Серед факторів, що сприяють активізації розвитку сільського зеленого туризму в регіоні, можна виділити:

- наявність союзних регіональних організацій сприяє співпраці між нерухомістю та розвитком сільського зеленого туризму;
- прискорений розвиток крупних інвестиційних проектів, які сприяють розбудові сільського туризму;
- сприятлива місцева політика для легалізації сільського туризму;
- сформований імідж області як гостинної [15].

Привабливим є те, що сільський туризм – чи не єдина галузь, яка не потребує інвестицій і на початковому етапі потребує масштабних капітальних вкладень, але переважно розширює внутрішній ринок товарів і послуг, створює нові робочі місця та залучає валютні надходження [16].

Формування і розвиток сфери сільських туристичних послуг як в Україні, так і в світі проходили через кілька етапів, пов'язаних із соціально-економічними потребами, глобалізацією і зростанням інтересу до природних та культурних ресурсів сільської місцевості.

Основні етапи можна виділити таким чином:

1. Початковий етап (середина XX століття).

У середині XX століття в Європі почав розвиватися сільський туризм як альтернатива міському відпочинку, з акцентом на повернення до природи. Піонерами стали такі країни, як Франція, Італія та Швейцарія. Вони пропонували відпочинок на фермах і в сільських будиночках, де туристи могли долучитися до традиційного сільського побуту.

2. Етап інституалізації (1970-1990-ті роки).

У цей період сільський туризм почав сприйматися як перспективний напрямок економічного розвитку сільських територій, особливо в Європі та США. Країни ЄС почали запроваджувати державні програми для підтримки сільського туризму, надаючи дотації та пільгові кредити для фермерів, які приймали туристів.

3. Стрімкий розвиток у країнах, що розвиваються (1990-2000-ті роки).

У 1990-х роках сільський туризм набув популярності в країнах, що розвиваються, де туристи почали цікавитися природними та культурними особливостями сільської місцевості, відмінними від традиційних туристичних зон. Такий туризм активно розвивався у країнах Латинської Америки, Азії та Африки.

4. Сучасний етап: сталий розвиток та екотуризм (2000-і роки - до сьогодні). Сільський туризм сьогодні орієнтований на концепцію сталого розвитку, яка включає захист природи, збереження культурної спадщини та підтримку місцевої економіки.

Тренд на екотуризм сприяв популяризації відпочинку в сільській місцевості як у Європі, так і в інших регіонах світу, включаючи Україну.

В Україні сільський туризм почав активно розвиватися після 2000 року, коли цей напрямок отримав певну підтримку на державному рівні. Завдяки унікальному поєднанню культурних та природних ресурсів, українські сільські території почали залучати як внутрішніх, так і іноземних туристів. В останні роки сільський туризм в Україні став важливим фактором розвитку регіонів, особливо в Західній Україні, на Закарпатті, Прикарпатті та в Карпатах. Зростаючий попит на сільський туризм стимулює зростання малого та середнього бізнесу на селі, сприяє збереженню традицій та розвитку культурних ініціатив. Такі програми, як гранти ЄС та підтримка громадських організацій, також відіграють важливу роль у розвитку цієї сфери в Україні. Таким чином, розвиток сільського туризму як в Україні, так і у світі відбувається паралельно з процесами глобалізації, популяризації екологічного туризму та сталого розвитку, що надає унікальні можливості для сільських регіонів у різних країнах.

1.2. Сучасні тенденції сільського туризму в Європі: досвід та інновації

Сучасні тенденції сільського туризму в Європі активно розвиваються на стику екологічних, культурних та технологічних інновацій, адаптуючись до нових потреб туристів і підтримуючи економічний розвиток сільських територій.

Європейські країни демонструють різноманітний досвід і підходи, які можуть бути корисними для розвитку сільського туризму в Україні.

1. *Екотуризм і сталий розвиток*

Сталий розвиток став ключовим принципом європейського сільського туризму. Країни ЄС, зокрема Німеччина, Франція, Нідерланди, впроваджують ініціативи, спрямовані на захист навколишнього середовища. Популярними стають тури з мінімальним впливом на природу, зокрема:

- Організація еко-дружніх турів: обираються місця з обмеженим впливом на екосистеми, де туристи можуть спостерігати за природою, не порушуючи її баланс.

- Енергоефективні та екологічні будівлі: гостьові будинки та ферми зберігають енергоресурси, використовують відновлювані джерела енергії, такі як сонячні панелі, системи збору дощової води.
- Сільські маршрути без автомобілів: заохочується пересування на велосипедах, пішохідні маршрути, що знижує викиди та зменшує трафік у сільських зонах.

2. *Діджиталізація туристичного досвіду*

Цифрові технології стали важливими для розвитку сільського туризму в Європі:

- Розробка мобільних додатків: завдяки мобільним додаткам туристи можуть знайти інформацію про маршрути, історичні місця, традиційні ресторани, бронювання та платіжні сервіси.
- Віртуальні тури та VR-технології: у Швейцарії та Франції туристи можуть заздалегідь переглянути віртуальні тури по сільських територіях, що спрощує вибір місця відпочинку.

Системи онлайн-резервування: такі платформи, як Airbnb, Booking, використовуються для бронювання традиційного житла, що підтримує локальний бізнес.

3. *Агро- та гастротуризм*

Агро-і гастротуризм є одними з найпопулярніших напрямків сільського туризму:

- Агро-екскурсії та участь у сільських роботах: у Франції та Італії туристи можуть долучитися до збору врожаю винограду, виготовлення оливкової олії або догляду за тваринами.
- Фермерські ресторани і дегустації: ферми відкривають власні ресторани, де пропонують традиційні страви та локальні продукти. Наприклад, у Тоскані популярні дегустаційні тури з винами, сирами та м’ясними делікатесами.

- Підтримка місцевих ринків: у Німеччині та Іспанії туристам пропонують відвідати сільські ярмарки, де вони можуть придбати продукцію від фермерів і ремісників.

4. *Традиційні ремесла та культурний туризм*

Сільський туризм стає платформою для популяризації та збереження культурної спадщини:

- Майстер-класи з традиційних ремесел: у Польщі, Словаччині, Румунії туристам пропонують навчитися гончарству, ткацтву, виготовленню народних костюмів, що сприяє відродженню ремесел.
- Фестивалі та культурні події: традиційні фестивалі та свята, такі як свято збору врожаю, дозволяють туристам долучитися до місцевих звичаїв, музики та танців. Наприклад, в Австрії проходить багато фестивалів, присвячених збору врожаю та осіннім святам.
- Етнографічні музеї під відкритим небом: у багатьох європейських країнах створюють музеї, які демонструють побут і культуру минулого. Зокрема, в Угорщині є селища-музеї, де можна побачити традиційні будинки, одяг, інструменти.

5. *Здоровий спосіб життя та велнес-туризм*

Велнес-туризм є важливою складовою сучасного сільського туризму, особливо в Італії, Іспанії та Чехії:

- Йога- та велнес-ретрити: багато фермерських господарств пропонують програми для відновлення здоров’я, що включають йогу, медитацію, здорове харчування, процедури з використанням натуральних продуктів.
- Термальні курорти та СПА-комплекси: у Чехії та Угорщині популярні сільські термальні курорти, які поєднують оздоровлення з відпочинком у природному середовищі.

- Програми детоксу та харчування: фермери й аграрні комплекси, особливо в Іспанії та Португалії, пропонують оздоровчі програми з харчуванням з локальних органічних продуктів.

6. *Сезонний туризм і унікальні пропозиції*

Сільський туризм в Європі активно розвиває унікальні сезонні пропозиції:

- Зимовий та різдвяний туризм: у Швейцарії, Норвегії та Австрії туристам пропонують різдвяні тури з проживанням у гірських селах, де є святкові ярмарки, катання на санях і приготування різдвяних страв.
- Осінні гастрономічні тури: збір врожаю, фестивалі винограду, яблук та грибів дуже популярні в Італії та Іспанії. Туристи можуть не тільки брати участь у цих подіях, а й скуштувати сезонні делікатеси.
- Активний літній туризм: у Швеції, Фінляндії популярні риболовля, походи, кемпінг та байдарковий спорт на озерах і річках.

Європейський Союз активно підтримує розвиток сільського туризму, надаючи фінансування для розвитку інфраструктури, збереження культурної спадщини та впровадження екологічних технологій. Програми на зразок LEADER сприяють розвитку малих підприємств у сільських регіонах, підтримуючи інноваційні проекти у сфері туризму, аграрного бізнесу та ремесел [11].

Нижче представлені певні моделі ведення сільського туризму на Європейських територіях (див. табл. 1):

Таблиця 1

Особливості розвитку сільського туризму у країнах ЄС

Країна	Особливості
Італія	Агротуристичний бізнес тісно пов’язаний з курортним. Міжнародна спеціалізація – гастрономічний і дегустаційний туризм.
Австрія	Зайнятість гостей – збирання трав, приготування молокопродуктів, вигін худоби, активний гірський та екологічний туризм.
Фінляндія	Будиночки без господарів, розміщені на берегах заповідних

	озер і річок.
Румунія	Діє Національна асоціація сільського і культурного туризму. Спеціалізація – етнографічний і гастрономічний туризм.
Угорщина	Податкові пільги. Міжнародна спеціалізація – кінний туризм.
Польща	Відсутність тісного зв'язку з традиціями країни. Тільки ночівля та харчування.
Франція	Приморські агросадиби, кінні ферми, винні агросадиби, гірськолижні шале, агро-котеджі, замки, рибальські будинки.
Іспанія	Сільські готелі на Канарських і Балеарських островах, а також у переобладнаних монастирях та історичних замках.
Данія	Діє Національна асоціація агро-туризму. Спеціалізація – велосипедний туризм.
Ісландія	Категоризація номерів на три категорії, категоризація гостьових будинків (A, B, C, D, T, F, G).
Німеччина	Більшість туристів приїздить для участі у міжнародних ярмарках і торгових шоу.

1.3. Форми організації відпочинку в сільській місцевості: від традицій до сучасних стандартів

Форми організації відпочинку в сільській місцевості еволюціонували від традиційних практик сільського господарства до сучасних туристичних продуктів, що враховують стандарти комфорту та сталого розвитку. Розглянемо основні форми організації сільського відпочинку, які включають як автентичні традиції, так і інноваційні рішення [26].

1. *Фермерський туризм*

Фермерський туризм передбачає проживання на фермах, де туристи можуть брати участь у сільськогосподарських роботах або просто насолоджуватися сільським побутом. Ця форма відпочинку є популярною як серед іноземців, так і серед місцевих туристів.

Проживання в традиційних будинках: туристи проживають у відреставрованих фермерських будинках, збудованих у традиційному стилі, з дерев'яними меблями та сільським декором. Це дозволяє відчути атмосферу минулого.

Участь у роботі на фермі: туристам пропонують долучитися до повсякденних завдань таких як годування тварин, доїння корів, догляд за рослинами. У Європі такий досвід популярний у Франції, Італії та Німеччині.

Агротуристичні екскурсії: відвідування виноградників, садів, полів або теплиць з можливістю ознайомитися з процесами вирощування та збирання врожаю. Наприклад, туристи в Італії часто беруть участь у зборі винограду.

2. *Екотуризм і відпочинок у сільській місцевості.*

Подорожі з мінімальним впливом на природу, що дозволяють туристам насолоджуватися природними ландшафтами та біорізноманіттям.

Піші та велосипедні маршрути - спеціальні туристичні маршрути, що проходять через мальовничі сільські місцевості, ліси, гори. Туристи можуть обирати маршрути різної складності та тривалості, які часто мають зупинки у гостьових будинках чи кемпінгах. Кемпінги надають базові умови для ночівлі на природі, тоді як глемпінги (гламурні кемпінги) пропонують комфортабельні шатра з усіма зручностями. Це популярно в країнах Скандинавії, де розташовані численні глемпінгові комплекси.

Спостереження за дикою природою: можливість для туристів спостерігати за тваринами в їхньому природному середовищі. Наприклад, в Іспанії організовують екскурсії для спостереження за птахами, а в Норвегії – за північними оленями та китами.

3. *Гастрономічний і винний туризм.*

Гастрономічний туризм дозволяє туристам відкрити для себе сільську кухню, засновану на натуральних продуктах місцевого виробництва, а також взяти участь у кулінарних майстер-класах і дегустаціях.

Винні тури: в Італії, Франції, Іспанії виноробні пропонують туристам екскурсії по виноградниках і винних погребах, де вони можуть дізнатися про різні сорти винограду, технології виробництва та дегустувати вино. Також туристи можуть навчитися готувати місцеві страви, наприклад, пасту в Італії, сир у Франції або випічку в Німеччині.

Фермерські ресторани та дегустаційні зали: фермери відкривають ресторани на своїх господарствах, де готують страви з органічних продуктів, вирощених на місці. Це дозволяє туристам скуштувати сезонні страви та підтримати місцевий бізнес.

4. Культурний та етнографічний туризм.

Цей вид туризму дає змогу туристам познайомитися з традиціями, звичаями та ремеслами, що зберігаються в сільській місцевості. В Австрії, Угорщині, Україні проводяться численні фестивалі, присвячені збору врожаю, сезонним святам. Туристи можуть брати участь у святкових ритуалах, костюмованих ходах, народних танцях.

Майстер-класи з традиційних ремесел: наприклад, у Польщі туристам пропонують майстер-класи з гончарства, ткацтва, розпису. Це сприяє збереженню стародавніх ремесел і дозволяє туристам здобути новий досвід.

Етнографічні музеї та екскурсії по історичних селах: у багатьох країнах створено музеї під відкритим небом, що відтворюють традиційний побут та архітектуру сільської місцевості, наприклад, у Норвегії чи Угорщині.

5. Сезонний та тематичний туризм.

Сезонні форми відпочинку дозволяють залучати туристів у різні пори року та забезпечують особливі тематичні враження. Зимовий сільський туризм: популярний у країнах із сніжними зимами, таких як Норвегія, Швейцарія. Туристи можуть кататися на санях, насолоджуватися зимовими святковими ярмарками, пробувати традиційні зимові страви.

Різдвяні тури та новорічні свята: сільські готелі та фермерські комплекси організовують святкові програми з катанням на санях, традиційною кухнею, майстер-класами з виготовлення різдвяних прикрас.

Весняні та осінні агротури: на весні та восени туристи можуть долучитися до сільськогосподарських робіт, наприклад, збору винограду в Італії чи Франції, збирання яблук у Німеччині.

6. Глемпінг та розкішний відпочинок на природі.

Глемпінг (поєднання слів «гламур» та «кемпінг») пропонує комфортабельний відпочинок на природі, поєднуючи природну красу з високими стандартами обслуговування. Це ідеально для туристів, які прагнуть побути на свіжому повітрі, але не відмовляються від зручностей.

Шатра та дерев'яні будиночки: комфортабельні намети, обладнані ліжками, меблями, освітленням, іноді навіть з індивідуальними ванними кімнатами, популярні у Великій Британії, Франції.

Комплексні послуги: глемпінг-комплекси пропонують додаткові послуги, як-от вечері з місцевої кухні, спа-процедури, екскурсії та екологічні майстер-класи.

Екологічні та дизайнерські рішення: часто глемпінг-локації розташовуються у заповідних зонах і використовують екологічно чисті матеріали для мінімізації впливу на довкілля.

Сільський туризм можна розглядати як доповнення до основної сільськогосподарської діяльності. Тобто це ще й спосіб забезпечити певний додатковий заробіток селянам та підвищити зайнятість сільських членів родини. Власниками фермерських будинків є: фермери, селяни, які працюють одноосібно в сільських господарствах, в сільськогосподарських підприємствах, а також інші жителі села, зайняті в обслуговуючій та соціальній сфері: працівники сільської ради, пошти, вчителі, продавці та ін.

В рамках сільського туризму як виду допоміжної діяльності українські селяни (фермери або колгоспники) можуть займатися такими видами діяльності:

- активний туризм (майданчики, кінні манежі, гірськолижні підйомники, будівництво на території ставків для спортивного рибальства, розробка та забезпечення пішохідних, санних, велосипедних та кінних (запряжених або кінних) маршрутів з екскурсоводами та прогулянок);

- екотуризм (організація відпочинку гостей в екологічно чистих районах, надання можливості споживання екологічно чистих продуктів, сприяння збиранню лікарських трав, дикорослих ягід та грибів);

- мисливський туризм;

- культурно-етнічна діяльність (кустарне виготовлення та продаж відвідувачам сувенірної продукції практичних народних промислів, участь туристів в організації та участі в державних заходах, традиційні промисли українського селянства та сільськогосподарсько-польові роботи (сінокоси, бджільництво, випас худоби тощо).

Основою сільського зеленого туризму є самі селяни та їхній побут. Насамперед селяни запрошують до своїх домівок:

- міських людей - дізнатися про сільськогосподарське виробництво (як виготовляють сир, масло, ковбаси тощо, як вирощують свиней, корів, коней);
- працівників творчої та інтелектуальної діяльності — побачити майстерність (як виготовляють дерев'яні та глиняні тарелі, тчуть ліжник тощо);
- іноземців - ознайомитися з традиціями та унікальними етнокультурними особливостями країни.

Варто ще раз підкреслити: діяльність у сфері сільського туризму не належить до підприємницької діяльності. Тому грошова винагорода за такі послуги не є об'єктом оподаткування. Закон також передбачає звільнення від оподаткування ПДФО доходів, отриманих за певних умов.

Звільняються від оподаткування доходи від здачі в оренду номерів туристам у таких випадках:

- житлові будинки, які належать до сільського господарства і в них здаються кімнати;

- оренда житлових кімнат відпочиваючим, а не довгострокова оренда сезонним працівникам чи іншим особам;

- приміщення, що орендується, розташоване в житловому будинку (або прибудові) власника, а не в іншому спеціально пристосованому будинку;

- житлові будинки розташовані в сільській місцевості.

Національне законодавство передбачає податкові пільги для агротуризму. Проблема в тому, що гостинні сільські поселення, які

користуються цими пільгами, не оподатковуються так само, як приватні міні-готелі, які зазвичай оподатковуються [27].

Наразі в податковому законодавстві необхідно додати податкові пільги до доходів сільських жителів, отриманих за договорами оренди житла. Відповідно до чинного законодавства цивільно-правові угоди між фізичними особами оподатковуються за ставкою 20%.Видно, що така ситуація призвела до вкрай низької рентабельності послуг сільського зеленого туризму, а «молодіжних» явищ дуже багато. Легальний розвиток зеленого туризму в українських селах стане реальністю після узаконення ставки податку 2-4% на вартість договорів оренди сільськогосподарських земель [14].

Сільський туризм в Україні розвивається різноманітно, адаптуючи місцеві традиції та сучасні тренди до туристичних потреб. Завдяки природним ресурсам, культурній спадщині та інноваційним підходам, Україна пропонує багато форм сільського відпочинку, які сприяють як економічному розвитку регіонів, так і популяризації автентичної української культури.

1.4. Маркетинг сільського зеленого туризму: стратегії просування та залучення туристів

Першим етапом визначення ціни є розрахунок прямих витрат на обслуговування одного клієнта, а наступним кроком є додавання бажаного відсотка прибутку. Така методика ціноутворення називається ціноутворенням на основі фактичних витрат. Альтернативним варіантом є гнучке ціноутворення, яке залежить від рівня конкуренції в агротуристичному секторі.

Досвідчені підприємці зазвичай починають з визначення ціни на основі реальних витрат, а потім порівнюють її з ринковою ціною, приймаючи рішення про остаточну суму для клієнтів. Проте деякі клієнти готові платити більше за спеціальні або персоналізовані послуги. Часто власники бізнесу дивляться на своє підприємство через призму власних потреб, ігноруючи

інші важливі аспекти, необхідні для успіху в галузі. Туристи, зокрема, потребують не лише проживання та харчування, але й транспортних і інформаційних послуг. Для малого бізнесу складно забезпечити весь комплекс таких послуг, тому важливо ознайомитися з пропозиціями інших підприємств у регіоні і налагодити з ними співпрацю. Такий підхід дозволяє створити для клієнтів пакет послуг, що передбачає єдину оплату. Наприклад, ферма для верхової їзди може укласти угоду з гостьовим будинком для надання проживання своїм клієнтам.

Науковці зазначають, що однією з основних проблем у сучасній економіці туризму є відсутність єдиної міжнародної системи ціноутворення. Наприклад, вартість проживання в готелях і гостьових будинках для різних категорій туристів, а також якість послуг, може значно відрізнятися в різних країнах, і навіть у межах однієї країни ціни можуть варіюватися залежно від місця розташування.

Маркетинг сільського зеленого туризму - це сукупність стратегій і тактик, які допомагають залучати туристів на сільські території, сприяти розвитку місцевих громад та популяризувати сільський туризм. Оскільки цей вид туризму часто асоціюється з природою, традиціями, спокоєм і активним відпочинком, важливо правильно просувати його, щоб привернути увагу як місцевих, так і іноземних туристів. Ось основні стратегії, які допомагають просувати сільський зелений туризм та залучати туристів.

Сільський зелений туризм має різних потенційних клієнтів. Зазвичай це туристи, які шукають відпочинок на природі, зокрема:

- Сім'ї з дітьми, які хочуть втекти від шуму міста і насолодитися спокоєм.
- Прихильники активного відпочинку, які зацікавлені в пішохідних прогулянках, велотуризмі, риболовлі, катанні на конях.
- Екологічно свідомі туристи, які хочуть відпочивати в екологічно чистих місцях.

- Культурні мандрівники, які хочуть пізнати місцеві традиції, ремесла, кухню та звичаї.

Для того щоб туризм у селі став популярним, важливо правильно позиціонувати це місце. Замість того, щоб пропонувати стандартний відпочинок, треба зробити акцент на унікальності місцевості, традиціях і природі. Це може бути, наприклад:

- Відпочинок на агрофермі або в еко-готелі.
- Залучення туристів через екологічні маршрути, які знайомлять із флорою та фауною.
- Пропозиція участі в сільськогосподарських роботах (жнива, збори врожаю, догляд за тваринами).
- Спільні культурні заходи, фестивалі, майстер-класи з народних ремесел, місцева кухня.

Ключове завдання - це створення бренду, який асоціюється з автентичністю, природною красою і гостинністю.

Інтернет і соціальні мережі - це основні канали, через які можна просувати сільський зелений туризм. Для цього можна використовувати:

- Сайти та блоги: Створення сайту з інформацією про сільський туризм у певному регіоні з можливістю бронювання турів або місць для відпочинку. Блоги про сільський відпочинок допомагають залучати туристів, котрі шукають інформацію перед поїздкою.
- Соціальні мережі: Instagram, Facebook, TikTok - ці платформи дозволяють показати красиві фотографії природи, побуту місцевих жителів, традицій, організованих заходів. Використовувати ці інструменти для просування можна через фото- та відео-контент, історії від туристів, рекламу.
- Пошукова оптимізація (SEO): Оптимізація сайту для пошукових систем, щоб туристи могли легко знайти інформацію про сільський туризм у певній місцевості.

Для того, щоб маркетингова стратегія була ефективною, важливо створювати партнерства:

- З місцевими гідами та екскурсоводами: Спільна організація турів по місцевих пам'ятках, природних об'єктах або культурних заходах.
- З місцевими ресторанами і кафе: Пропонування туристам смачної домашньої їжі або організація дегустацій місцевих продуктів.
- З організаторами подій: Участь у фестивалях, ярмарках або святкуваннях, що проводяться в регіоні, допомагає привернути увагу туристів.

Також важливо співпрацювати з туристичними агентствами, які можуть включати регіон до своїх турпакетів.

У сучасному світі відгуки інших людей мають величезну вагу. Тому важливо заохочувати туристів залишати відгуки після відпочинку. Добре написані відгуки на спеціалізованих платформах (TripAdvisor, Google, Booking.com) допомагають залучити нових туристів.

- Відео-відгуки та фото: Заохочення туристів публікувати фото та відео з відпочинку також допомагає поширювати інформацію про місце через соціальні мережі та інші платформи.

Створення спеціалізованих турів також є ефективною стратегією просування. Це можуть бути:

- Екологічні тури, які включають відвідування національних парків, природних заповідників, органічних ферм.
- Культурно-освітні тури, де туристи вчать місцеві традиції, мову, готують національні страви.
- Тури з активним відпочинком, що включають велопоходи, піші прогулянки, риболовлю, катання на конях.
- Фестивалі та заходи: Організація фестивалів місцевої культури, народної музики, ремесел, що можуть залучити туристів у певні сезони.

Щоб залучити більше туристів, потрібно покращити інфраструктуру:

- Забезпечити комфортні умови для проживання: Екологічні готелі, будинки для відпочинку, сільські садиби з усіма необхідними умовами для гостей.

- Розвиток транспорту та зв'язку: Доступність сільських регіонів через наявність маршруток, поїздів або організація трансферів.
- Інтернет-зв'язок: Збереження традиційного сільського стилю, але водночас забезпечення зручного доступу до Інтернету.

Одним з важливих аспектів маркетингу сільського зеленого туризму є акцент на екологічність:

- Екологічні стандарти: Важливо пропонувати туристам продукти та послуги, що відповідають екологічним стандартам (органічні продукти, збереження природи).
- Екологічні акції та кампанії: Залучення туристів до участі в екологічних проектах, таких як висадка дерев, очищення територій, відновлення природних територій.

Окрім традиційних способів, для просування сільського зеленого туризму можна використовувати:

- Віртуальні тури: Організація онлайн-трансляцій або віртуальних турів, що дають можливість відчути атмосферу села до поїздки.
- Інфлюенсери: Співпраця з популярними блогерами, туристичними інфлюенсерами для того, щоб вони поділилися своїм досвідом відпочинку в сільських регіонах.
- Гейміфікація: Включення ігрових елементів, наприклад, організація конкурсів чи віртуальних квестів, що привертають увагу до сільського туризму.

Щоб розробити якісний маркетинговий план, необхідно оцінити поточний стан ринку, порівняти свої можливості з можливостями конкурентів і визначити своє положення на ринку. Для цього використовується метод SWOT – аналіз, який виявляє слабкі та сильні сторони сільських садиб, його можливості та загрози для ринкової діяльності та розвитку послуг сільського зеленого туризму [27].

Цей аналіз є специфічним для кожної агрооселі, враховуючи особливості її розташування, ресурсної забезпеченості та досвіду, набутого у

цій сфері діяльності. Обрана маркетингова стратегія повинна відповідати цілям господарства і використовуватися для формування довгострокового бізнес-плану. Ті, хто має власну агрооселю стараються уникати комерційних туристичних агентств та громадських організацій, вони надають перевагу продажам власної продукції напряму.

Прямий продаж - це продаж окремих послуг без залучення посередників. Фактично кожен виробник послуг сільського зеленого туризму орієнтується на невелику групу споживачів і намагається повністю контролювати процес оплати послуг, які надає. Прямі продажі здійснюються шляхом зустрічі з клієнтами вживу, по телефону, звичайною поштою та електронною поштою.

До переваг такого підходу відносяться: відносна легкість контакту до споживачів; наявність додаткових можливостей продажу (щоб власнику було простіше продавати деякі додаткові послуги); гнучкість, тобто для певних категорій туристів можливість самостійно розробляти та обирати розваги у селі; високий прибуток на відвідувача, оскільки немає необхідності ділитися прибутком з посередниками; можливість індивідуального контролю за процесом продажу. Кожне агросело має розробити власний маркетинговий комплекс відповідно до потреб обраної цільової групи та її цілей [29].

Комплекс маркетингу складається з 4 основних елементів: товар, ціна, збут, просування. Основою самостійної політики розробки товару є вивчення потреб споживачів.

Висновки до розділу І

Івано-Франківська область є однією з найбільш привабливих і популярних туристичних територій в Україні. З огляду на те, що 57,9% населення цієї області проживає в сільській місцевості, розвиток сільського зеленого туризму має велике значення для місцевої економіки та покращення рівня життя сільських жителів.

Карпатський регіон, до якого входить Івано-Франківська область, є особливо привабливим для туристів завдяки своїм унікальним природним ландшафтам, багатій культурній спадщині та географічній близькості до країн ЄС. Цей регіон знаходиться на південному заході України, що забезпечує зручне транспортне сполучення з такими економічно розвиненими країнами, як Румунія, Угорщина, Польща та Словаччина. Завдяки цьому потік туристів з цих країн стабільно зростає і становить 10-15% від загальної кількості відвідувачів у сприятливі сезони. Окрім того, зростає інтерес до Карпат серед туристів з інших регіонів світу, зокрема з країн Перської затоки, що додатково підвищує потенціал розвитку туризму.
Івано-Франківська область має значний природний ресурсний потенціал для розвитку сільського зеленого туризму, і зважаючи на її вигідне географічне розташування, культурну і історичну цінність, регіон здатний стати важливим напрямком для внутрішнього та міжнародного туризму.

Основними формами сільського зеленого туризму в Івано-Франківській області можна виділити:

- Короткострокові поїздки на вихідні. Ці поїздки зазвичай носять сезонний характер і включають такі активності, як риболовля, збір грибів, полювання, катання на лижах або санках.
- Відпочинок під час канікул, що триває від 20 до 40 днів.
- Сезонні відпочинкові перерви. Це можуть бути поїздки для сімей, груп туристів або індивідуальних мандрівників (наприклад, поетів, краєзнавців, художників, археологів).
- Відпочинок для іноземців, особливо для представників діаспори, які приїжджають для вивчення мови, історії та культурної спадщини регіону.

Форми організації відпочинку в сільській місцевості постійно еволюціонують, поєднуючи традиційні практики з інноваційними підходами. Вони надають можливість туристам глибше зануритися в культуру, насолодитися природними багатствами та відновити сили на свіжому повітрі.

Багато цих форм можна ефективно розвивати в Україні, враховуючи її природний потенціал і культурну спадщину.

Маркетинг сільського зеленого туризму вимагає комплексного підходу, який поєднує сучасні цифрові стратегії з традиційними методами просування. Важливо не тільки правильно позиціонувати та брендувати сільські регіони, але й створювати унікальні пропозиції для різних категорій туристів, акцентуючи на культурних, екологічних та активних аспектах відпочинку. Сільський зелений туризм може стати важливою частиною розвитку місцевих економік, забезпечуючи сталий та екологічний розвиток сільських територій.

РОЗДІЛ ІІ. РЕСУРСИ ТА СТРУКТУРА ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ ВЕРХОВИНСЬКОГО ТА КОСІВСЬКОГО РАЙОНІВ: МІЖ ТРАДИЦІЄЮ ТА ІННОВАЦІЯМИ

2.1. Історія та етапи розвитку сільського туризму в Карпатах

Села Карпат можуть похвалитися багатою історико-культурною спадщиною, унікальними традиціями, самобутнім способом життя та захоплюючими природними пейзажами. Окрім цього, ці регіони мають значний потенціал для розвитку лікувально-рекреаційного туризму, завдяки наявності природних ресурсів та чистого повітря. Хоча багато карпатських сіл стикаються з проблемою надлишку робочої сили, сільський туризм є оптимальним рішенням для місцевих громад, оскільки ця галузь не потребує великих інвестицій і може стати джерелом додаткового доходу. З огляду на наявність туристичної інфраструктури в цих регіонах, зокрема в селах, що розташовані біля річок, озер або в гірських зонах, Карпати можуть залучати значну кількість туристів.

Розвиток сільського туризму в Карпатах можна розглядати як специфічну форму господарської діяльності в сільській місцевості, що орієнтована на використання природних, культурних та історичних ресурсів регіону. Це дозволяє покращити добробут місцевих жителів, сприяє зайнятості сільського населення, а також повнішому використанню природного потенціалу цих територій. Українська держава також визнає важливість розвитку сільського туризму та активно сприяє поліпшенню соціально-економічної ситуації в сільських районах, створюючи умови для його подальшого розширення.

Зелений туризм, що є популярною тенденцією в Україні, має великий потенціал у Карпатах. Україна входить до так званої "третьої хвилі" розвитку зеленого туризму, що з’явився завдяки ініціативі підприємців-ентузіастів, які черпають досвід у країнах, що належать до "першої хвилі" (Австрія, Франція, Німеччина) та "другої хвилі" (Кіпр, Польща, Литва, Латвія, Болгарія). Втім, в Україні розвиток зеленого туризму не отримує такої державної підтримки, як

у згаданих країнах, і потребує значних зусиль на рівні місцевих органів влади та підприємців.

Сільський туризм в Україні, і зокрема в Карпатах, почав набувати популярності ще з початку XIX століття. За дослідженнями М.Й. Рутинського, саме цей період став початком організованого відпочинку на селі. Одними з перших, хто започаткував розвиток цього виду туризму в Карпатах, були представники «Руської трійці» - Маркіян Шашкевич, Іван Вагилевич і Яків Головацький. Вони звернули увагу на організацію поїздок у гірські села для вивчення народної культури та фольклору. Згодом до цієї ініціативи долучилися освітні та молодіжні організації, зокрема «Просвіта», а також українська інтелігенція, яка активно сприяла розвитку сільського туризму [15].

Наприкінці XIX - початку XX століття відбулося подальше поширення сільського туризму, зокрема завдяки діяльності таких організацій, як спортивно-пожежне товариство "Січ" і молодіжне товариство "Пласт", яке організовувало екскурсії, походи та табори для молоді. Однак після Першої світової війни ця діяльність припинилася, а радянська влада сприймала організації, які займалися туризмом, як ворожі та антибільшовицькі.

З 1990-х років починається новий етап розвитку сільського туризму в Україні, і в Карпатах зокрема. Сільський зелений туризм набув популярності як ефективна форма використання природних і культурних ресурсів, що дозволяє розвивати місцеву економіку та створювати нові робочі місця. У другій половині 1990-х - на початку 2000-х років з’являються перші агро-садиби та еко-туристичні об'єкти, які привертають туристів завдяки своїй автентичності і можливості зануритися в традиційний побут Карпат. Зелений туризм, поєднуючи сільський, агротуризм та екотуризм, став однією з найбільш привабливих форм відпочинку для туристів, які прагнуть пізнати культуру, природу та традиції цього регіону [14].

Сьогодні сільський туризм є важливим елементом розвитку економіки Карпатських районів. Завдяки залученню інвесторів, створенню нових

туристичних маршрутів, збереженню традиційних ремесел та культури, Карпати стають популярним напрямом для туристів, зацікавлених в активному відпочинку, екології та культурному збагаченні.

2.2. Природні та культурні атракції як основа туристичного потенціалу Верховинського та Косівського районів

Природні та культурні атракції є важливою складовою туристичного потенціалу Верховинського та Косівського районів Карпат, що визначають особливості розвитку туризму в цих регіонах. Ці території мають багатий природний ландшафт, унікальну флору та фауну, а також надзвичайно цінну культурну спадщину, що робить їх привабливими для туристів з усіх куточків світу. Природа і культура Карпат тісно переплітаються, створюючи неповторну атмосферу, яка приваблює мандрівників (див. табл. 2.1).

1. Природні атракції

Верховинський та Косівський райони Карпат є частинами Івано-Франківської області, відомими своєю мальовничою природою. Ці райони входять до складу Українських Карпат і мають величезний природний потенціал для розвитку різних видів туризму.

- Гірські пейзажі**:** Найбільше приваблюють туристів Карпати своєю величчю - гірські хребти, лісисті схили, гірські річки та озера. Верховина розташована в серці найвищих гір України - Чорногори та Гринявських гір, де розташовані найвищі вершини, зокрема гора Говерла (2061 м) та гора Піп Іван (2022 м). Ці природні об'єкти створюють безліч можливостей для активного туризму, зокрема пішохідних походів, гірських мандрівок, альпінізму та екотуризму.
- Річки та водоспади**:** Верховинський район, через своє розташування в горах, має численні гірські річки, серед яких особливо відомі Чорний Черемош та Білий Черемош**.** Вони мають велике значення для розвитку активного туризму, як водні види спорту (рафтинг, каякінг). Відвідувачі також можуть насолоджуватись красою гірських водоспадів,

таких як Женецький водоспад у районі Яремче, що є популярною атракцією для туристів.

- Природні заповідники та національні парки: у цих районах розташовані природні території, що мають статус заповідників, зокрема Карпатський національний природний парк, що є важливою частиною екологічного туризму в регіоні. Це важливі екосистеми, які сприяють розвитку екологічного туризму та збереженню біорізноманіття Карпат.
- Флора і фауна: природний світ Верховинського та Косівського районів є домом для численних рідкісних видів тварин і рослин, таких як карпатські олені, косулі, бурі ведмеді, рідкісні птахи (тетеруки, яструби). Ці природні багатства створюють можливості для орнітологічного туризму, фотополювання та екологічного спостереження.

Івано-Франківська область має багатий природно-ресурсний потенціал та історико-культурну спадщину, що позитивно впливає на розвиток туризму в регіоні [18].

Таблиця 2.1

Рекреаційно-туристичні форми в південно-східній частині Івано-Франківськівської області

Форми	Об'єкти
Екологічний туризм	Маршрути спортивно-екологічного змісту об’єктами природно-заповідного фонду.
Сільський зелений туризм	Приватні домівки, міні-готелі,невеликі готельно-ресторанні комплекси з насиченими етнокультурними пропозиціями.
Культурно-пізнавальний та екскурсійний туризм	Аматорські одно та дводенні сплавляння ріками Прут, Чорний та Білий Черемош.
Форми	Об’єкти
Пішохідний туризм	Пішохідні походи Чорногорою та Свидовцем.
Гірськолижній Туризм	Гірськолижні траси, крісельні та бугельні підйомники, комплекси трамплінів, катання на сноуборді, лижні бази “Авангард”, “Україна”, “Зарослък”.

2. Культурні атракції

Крім природних красот, важливими туристичними принадами є культурні атракції Верховинського та Косівського районів. Ці території мають багатий культурний спадок, зокрема традиції гуцульського народу, який населяв цей регіон.

- **Гуцульська культура та традиції**: Верховинський та Косівський райони є осередками гуцульської культури, яка є однією з найколоритніших та найсамобутніших в Україні. Туристи можуть познайомитися з традиційним гуцульським ремеслом, таким як виготовлення дерев'яних виробів, ткацтво, гончарство, ковальство, та інші народні промисли. Сюди варто віднести знамениті гуцульські килими та різьблені дерев'яні вироби, що відомі на весь світ.
- **Музеї та етнографічні центри**: Косівський район славиться численними музеями, які зберігають культуру та побут гуцулів. Наприклад, у Косові знаходиться Косівський музей народного мистецтва та побуту Гуцульщини**,** що є важливим центром для вивчення місцевої культури. В Верховині можна відвідати Музей гуцульської магії або Музей народної архітектури, що розповідають про традиційне житло та обряди.
- **Фольклор та музика**: Гуцульщина - це край, де зберігаються унікальні фольклорні традиції. Гуцульські фестивалі (наприклад, "Вертеп"**)** - це чудова можливість для туристів поринути в атмосферу народних святкувань, послухати традиційну музику, побачити старовинні танці, колоритні обряди, що передаються з покоління в покоління.
- **Світлини і ярмарки**: Косів є одним з найбільших центрів народного мистецтва і ремесел. Косівський ярмарок - це важливе місце для зустрічей майстрів народного мистецтва та туристів, що хочуть придбати автентичні вироби гуцульських майстрів. Ярмарки, присвячені гуцульським традиціям, проводяться на регулярній основі, і вони є важливою частиною культурного життя регіону.

- **Православні церкви та каплиці**: В цих районах збереглись численні православні храми та каплиці, зокрема старовинні церкви, які є архітектурними пам'ятками, як, наприклад, церква в селі Криворівня або в селі Микуличин**.** Багато з них будувалися у XVII-XVIII століттях і є частиною історичної спадщини, що приваблює туристів, які цікавляться релігійною архітектурою та історією [21].

3. Туристичний потенціал та можливості розвитку

Природні та культурні атракції Верховинського та Косівського районів створюють унікальні можливості для розвитку різних форм туризму:

- **Екотуризм та активний відпочинок**: Завдяки унікальним природним умовам, ці райони можуть стати популярними серед туристів, які шукають активний відпочинок, зокрема гірські походи, велосипедні маршрути, рафтинг, екологічні прогулянки.
- **Культурно-освітній туризм**: Завдяки збереженій автентичній культурі гуцулів, ці райони мають великий потенціал для розвитку культурного туризму. Майстер-класи з народного мистецтва, фестивалі, зустрічі з місцевими майстрами — все це створює привабливу атмосферу для туристів, які хочуть познайомитися з гуцульською спадщиною.
- **Здоров'я та лікувальний туризм**: Унікальний природний клімат Карпат, чисте повітря, мінеральні джерела, численні санаторії та курорти, розташовані в цих районах, дозволяють розвивати лікувальний туризм.

2.3. Інфраструктурне забезпечення туризму в Карпатах: від традиційних гірських хат до сучасних готелів

Задля ефективного освоєння рекреаційно-туристичних ресурсів регіону важливим є розвиток інфраструктури. Для залучення великої кількості туристів необхідно забезпечити наявність місць для ночівлі, відпочинку та харчування.

Транспортна система відіграє ключову роль у забезпеченні необхідних умов для організації рекреаційного процесу та є важливим фактором у його належному функціонуванні. Більшість центрів сільського зеленого туризму розташовані в районах з обмеженим транспортним сполученням, тому першочерговою задачею є покращення транзитного перевезення, організація залізничних сполучень, розвиток автомобільних доріг, а також забезпечення авіаційного, морського та річкового транспорту. Важливою частиною інфраструктури прикордонних територій є наявність та розширення мережі прикордонних пунктів пропуску з сусідніми державами, а також їхнє належне сервісне обслуговування.

Отже, для розвитку сільського туризму та туристичної індустрії в цілому необхідна ефективна система комунікацій і зв'язку, а також стабільне функціонування різних обслуговуючих служб. Це включає розвиток громадського харчування, побутового обслуговування та організацію культурно-розважальних заходів.

На початковому етапі розвитку сільського зеленого туризму послуги, що надавались, не відповідали традиційним стандартам гостинності. Спочатку туристам пропонувалося лише розміщення та харчування. Однак з розвитком ринку туристичних послуг і зміною попиту з боку споживачів виникла необхідність у розширенні та диференціації пропозицій, включаючи такі складові, як оздоровчі послуги, фізіологічні процедури та елементи етнографічної культури (див. табл. 2.2)

Таблиця 2.2

Заклади розміщення у Верховинському районі

№	Назва, адреса, номер телефону	Загальна к-сть місць в готелі	Дані про номери в готелях. Всього номерів, шт.	Додаткові послуги, автостоянка, ресторани, сауни, перукарня
1	Гостинний двір "ЗІРКА МІЖГІР'Я"	20-30	11	Х, П, Т, СТ, Wi-fi, С

2	Відпочинковий комплекс «НА ҐАНКУ»	36-46	18	Х, П, Т, СТ, Wi-fi, С
3	Котеджі «МАГУРКА 5, 7»	10-15 16-24	5 8	Х, П, Т, СТ, Wi-fi, С
4	Готель «НА БЕРЕЗІ ЧЕРЕМОШУ»	18	8	Х, П, Т, СТ, Wi-fi, С, Ч
5	Мотель «ПИВОВАР»	36-44	15	Х, П, Т, СТ, Wi-fi, С
6	Готель «ТРИ СИНИ»	29	13	Х, П, Т, СТ, Wi-fi, С
7	Гостинний двір «ПОВНИЦЯ»	35-40	15	Х, П, Т, СТ, Wi-fi, С
8	Котедж «5 ВЕРШИН»	15-20	6	Х, П, Т, СТ, Wi-fi, С
9	«ЕКО-КОТЕДЖ»	16	6	Х, П, Т, СТ, Wi-fi, С
10	Садиба «КАРПАТСЬКА КОСИЦЯ»	11	5	Х, П, Т, СТ, Wi-fi, С
11	Садиба «АННИЧКА ЛІСОВА»	20	6	Х, П, СТ, Wi-fi
12	Садиба «ВЕРХОВИНКА»	8	4	П, СТ, Wi-fi
13	Садиба «НІЧ В КАРПАТАХ»	8-10	4-5	Х, П, Т, СТ, Wi-fi
14	Садиба «ЖАЙВОРОНОК»	12	5	П, Т, СТ, Wi-fi

Умовні позначення в таблицях 2.2, 2.3: Х – харчування; П – парковка; Т – таксі; СТ – супутникове телебення; Wi-Fi – інтернет; С – сауна; Ч – чан; Б – басейн

Отже, до спектру послуг, що надаються підприємствами сільського туризму, активно інтегруються різноманітні фольклорні розваги, оздоровчі процедури та реабілітаційні послуги, які за своїм змістом і рівнем якості наближаються до пропозицій СПА-салонів.

Усі типи закладів розміщення у Верховинському районі забезпечують різноманітні варіанти для відпочинку та відповідають різним запитам туристів, від любителів природного, екологічного туризму до тих, хто шукає комфортні умови для відпочинку в горах чи біля річок(див. Додаток А).

Розвиток сільського екологічного туризму має суттєвий вплив на підвищення культурного та освітнього рівня сільського населення. Підготовка до прийому туристів і надання їм послуг передбачає від членів

сім'ї набуття знань у таких сферах, як домашнє господарство, гігієна, санітарія та кулінарія. Взаємодія з туристами дозволяє місцевим мешканцям розширити свої горизонти, заводити нові знайомства та зміцнювати дружні стосунки з людьми з інших сіл або міст.

Сільський зелений туризм є одним із перспективних напрямків розвитку в Україні, який має великий потенціал для розвитку. Згідно з думками науковців, цей тип туризму є важливим не лише для економіки України, але й для інших країн, оскільки він становить значну частину доходів у сфері туризму. Україна має всі необхідні ресурси для розвитку зеленого туризму, зокрема багатий історико-культурний спадок, безліч природних територій, що не зазнали людської діяльності, а також бажання місцевих жителів поділитися своїм досвідом з туристами. Однак одна з основних проблем - це занепад сільських територій, і саме розвиток зеленого туризму може стати важливим чинником для залучення молоді до праці в селі, що допоможе відродити сільське життя [3].

Готелі, садиби, будинки для відпочинку тощо є основними закладами, що надають тимчасове розміщення для туристів і мандрівників. Такі заклади можуть класифікуватися за різними критеріями, такими як розмір, рівень комфорту, тип послуг і зручностей. Наприклад, готелі можуть варіюватися від маленьких сімейних закладів до великих готелів з численними номерами та широким спектром послуг. Для більш економного розміщення пропонуються хостели, де туристи можуть спільно користуватися просторами, а для тих, хто шукає більший комфорт, доступні розкішні готелі з висококласними номерами та додатковими послугами.

Таблиця 2.3

Заклади розміщення в Косівському районі

№	Назва, адреса, номер телефону	Загальна к-сть місць в готелі	Дані про номери в готелях. Всього номерів, шт.	Додаткові послуги, автостоянка, ресторани, сауни, перукарня
1	2	3	4	5
1	Вілла «Веселка»	23	9	Х, П, Т, СТ, Wi-fi, Б

2	Легенда Карпат – Старі Кути	70	24	Х, П, Т, СТ, Wi-fi
3	Апартаменти Karpati Life – Кути	12	5	П, Т, СТ, Wi-fi
4	Kavaler Inn Hotel – Кути	25	10	П, Т, Wi-fi
5	Вілла Nad Cheremoshem – Тюдів	10	4	Х, П, Т, Wi-fi
6	Готель Maetok Sokils'Ke – Тюдів	100	42	Х, П, Т, СТ, Wi-fi, С
7	Готель Карпатський рай – Шешори	15	6	Х, П, Т, СТ, Wi-fi, Б
8	Готель Сикитура – Шешори	15	6	Х, П, Т, СТ, Wi-fi, Б
9	Апартаменти Rimma Шешори			Х, П, Т, СТ, Wi-fi
10	Готель Stara Khata – Шешори	12	6	Х, П, Т, СТ, Wi-fi, Б
11	Вілла Під горою – Шешори	4		П, Т, СТ, Wi-fi
12	Садиба Надія – Шешори	14	6	Х, П, Т, СТ, Wi-fi
13	Вілла Оберіг – Шешори	2		П, Т, СТ, Wi-fi
14	Садиба Федорчуків Гірська хатина – Шешори	4		П, Т, СТ, Wi-fi
15	Вілла Ромашка – Шешори	3		П, Т, СТ, Wi-fi
16	Готель Поляна – Шешори			Х, П, Т, СТ, Wi-fi
17	Вілла Еко-будинок Бутинар – Космач	4		П, Т, СТ, Wi-fi
18	Приватна садиба «Облаз» Космач	13-14	6	П, Т, СТ, Wi-fi
19	Готель Stary Mlyn – Яблунів	15-17	10	Х, П, Т, СТ, Wi-fi, Б
20	Vacation Home – Яблунів	4		П, Т, СТ, Wi-fi
21	Гостьовий будинок Usadba Okhotnichiy Dvor – Яблунів	4		Х, П, Т, СТ, Wi-fi
22	Садиба Смерічка» Люча	21	9	Х, П, Т, СТ, Wi-fi, С, Ч

Крім того, існують інші типи проживання, такі як мотелі, кемпінги, квартири та будинки для відпочинку, які можуть бути використані в залежності від бюджету та потреб гостей. Загалом, різноманітність варіантів розміщення може бути досить великою, залежно від рівня комфорту, місцезнаходження та інших факторів(див. Додаток Б).

Основні послуги, які зазвичай надаються в садибах та готелях, можуть варіюватися в залежності від конкретного закладу та його рівня комфорту.

Однак, нижче наведено деякі типові послуги, які можна знайти в багатьох садибах та готелях:

Розміщення: надання комфортних кімнат або будиночків для проживання гостей. Вони можуть бути одно-, дво- або багатомісними, з різними рівнями комфорту і розмірами.

Харчування: більшість готелів та садиб надають послуги харчування. Це може включати ресторани, кафе, бари або обідні зони, де гості можуть снідати, обідати, вечеряти або замовляти перекуси.

Wi-Fi та інтернет: безкоштовний доступ до Інтернету для гостей в громадських місцях або в номерах.

Конференц-зали та зустрічі: для бізнес-гостей можуть бути надані конференц-зали.

Готелі можуть надавати різноманітні додаткові послуги для зручності та задоволення своїх гостей. Ось кілька типових додаткових послуг, які можуть бути доступні в багатьох готелях:

Обслуговування номерів: деякі готелі пропонують послугу обслуговування номерів, коли персонал доставляє їжу, напої або інші необхідні речі прямо до номеру гостя.

Спа-центри та фітнес-зали: багато готелів мають спа-центри з різноманітними процедурами та фітнес-зали, де гості можуть тренуватися або розслабитися.

Басейни та сауни: деякі готелі пропонують басейни, сауни або гідромасажні ванни для своїх гостей.

Конференц-зали та зустрічні кімнати: бізнес-готелі часто мають конференц-зали або зустрічні кімнати для проведення зустрічей, конференцій чи інших подій.

Безкоштовний Wi-Fi: багато готелів надають безкоштовний доступ до Інтернету для своїх гостей.

Пральня та хімчистка: готелі можуть мати послуги прання та хімчистки, щоб гості могли здати свій одяг для чистки та прасування.

Трансфери: деякі готелі пропонують трансфери з аеропорту або залізничного вокзалу до готелю і навпаки.

Екскурсії та консьєрж-послуги: готелі можуть надавати послуги консьєржа, який допоможе організувати екскурсії, придбати квитки на події або забронювати ресторани.

Парковка: багато готелів мають парковку для гостей, яка може бути безкоштовною або за додаткову плату.

Варто зауважити, що доступність додаткових послуг може залежати від рівня готелю, його розташування та політики обслуговування. Кожний готель може пропонувати свій власний набір додаткових послуг для забезпечення комфорту та задоволення своїх гостей.

Готелі пройшли значну еволюцію протягом останніх десятиліть. Ось кілька способів, якими змінювалися готелі з часом:

1. Комфорт та зручності: Сучасні готелі ставлять великий акцент на комфорт та зручності для своїх гостей. Вони оснащені сучасними меблями, які відповідають вимогам сучасного стилю життя, а також новітніми технологіями, такими як розумні системи керування, підключення до Інтернету, інтерактивні телевізори та інше.

2. Розширення послуг: Готелі стали пропонувати більше послуг для своїх гостей. Вони можуть включати спортивні заклади, спа-центри, ресторани світового класу, конференц-зали, дитячі майданчики та інші розваги. Готелі також намагаються задовольнити потреби різних категорій гостей, пропонуючи спеціальні пакети для подорожуючих з дітьми, бізнес-подорожуючих, туристів тощо.

3. Екологічна освідомленість: З огляду на зростання екологічної свідомості, багато готелів стали приділяти більше уваги сталому розвитку. Вони впроваджують енергоефективні системи, системи управління водопостачанням та використанням відходів, зелені технології та інші екологічні практики для зменшення негативного впливу на довкілля.

4. Технології: З розвитком технологій готелі активно впроваджують нові рішення для покращення досвіду перебування гостей. Наприклад, мобільні додатки, які дозволяють здійснювати резервацію номерів, здійснювати розрахунки, замовляти послуги, а також взаємодіяти з персоналом готелю. Деякі готелі також впроваджують розумні системи, які дозволяють контролювати освітлення, температуру та інші аспекти номера за допомогою голосових команд або мобільного пристрою.

5. Дизайн та архітектура: Готелі сучасної епохи нерідко мають яскравий та оригінальний дизайн. Архітектурні рішення можуть відображати місцеву культуру та традиції, або ж бути сміливими експериментами з формою та матеріалами. Готелі також надають більше уваги деталям, створюючи атмосферу, яка сприяє відпочинку та насолоді.

Загалом, готелі сучасності прагнуть надати своїм гостям більше комфорту, зручностей та персоналізованого обслуговування, використовуючи новітні технології та зважаючи на потреби сучасного мандрівника.

2.4. Інвестиційні процеси в розвитку сільського туризму: можливості та перспективи для регіону

З огляду на те, що 57,4% населення області проживає на сільських територіях, розвиток сільського зеленого туризму є надзвичайно важливим для регіону. Крім того, більше половини працездатного населення не має постійної роботи, а рівень офіційного безробіття становив 9,8%, що на 1,6% перевищує середній показник по Україні.

Довгостроковий аналіз свідчить про те, що господарська діяльність у регіоні не здатна забезпечити достатній рівень надходжень до місцевих бюджетів. Більше 50% доходів місцевого бюджету складають дотації з обласного бюджету, що є основним джерелом фінансування соціальних програм у сільській місцевості [24].

Процеси розвитку сільського туризму в гірських регіонах Європи, включаючи Українські Карпати, мають кілька спільних рис:

1. Вони паралельно або замінюють традиційні заняття місцевих мешканців;
2. Інвестиції в агротуризм підтримуються як державними, так і приватними банками;
3. Найбільша економічна ефективність спостерігається у регіонах, де сільський туризм розвивається навколо курортних центрів.

Однак в Україні банківське фінансування сільського туризму залишається малоефективним через високі процентні ставки і нестабільність інфляції. Тому в українському сільському туризмі існує кілька альтернативних джерел інвестицій: власні заощадження, родинні фінансові кооперації, кошти трудових мігрантів для відкриття закладів гостинності з європейськими стандартами, а також офіційні інвестиції від іноземних компаній, які часто пов'язані з українськими олігархами чи чиновниками.

Перші два види фінансування сформувалися завдяки заощадженням малого бізнесу, зокрема в аграрній та лісогосподарській сферах. Третій вид з'явився в результаті нелегальної трудової міграції, починаючи з 1995 року.
Використання природних ресурсів Карпат є складним процесом через вразливість екосистем і недостатню увагу до цього з боку землекористувачів та органів влади. Нераціональне використання природного потенціалу, а також складна економічна ситуація в країні та реформи управління в усіх сферах значно погіршують стан охорони довкілля.

Гірські райони Карпат мають особливі природні умови, які обмежують господарську діяльність місцевих жителів, зокрема через високі транспортні витрати, обмежену інформацію та обмежений вибір партнерів для торгівлі. Це негативно впливає на ефективність сільськогосподарського виробництва. Зменшення обсягів виробництва в переробних галузях компенсується значним використанням природних ресурсів та їх експортом без подальшої переробки на місцевих підприємствах.

В Україні Карпати, незважаючи на сприятливі умови для розвитку традиційного рекреаційного туризму, поступово втрачають привабливість для інвесторів, що віддають перевагу більш вигідним секторам економіки, таким як лісозаготівля.

Тому доцільно розподілити проблеми розвитку сільського туризму на три основні групи (див. табл. 2.4). Перша група включає проблеми, що виникають через загальний складний соціально-економічний стан у регіонах, і є наслідком нездатності регіонів забезпечити власний соціально-економічний розвиток, що, в свою чергу, негативно впливає на розвиток сільського туризму. Друга група охоплює проблеми, які в сукупності свідчать про недостатній розвиток туризму в цілому, тобто є результатом загального уповільнення розвитку галузі. Третя група складається з проблем, що виникають безпосередньо в сфері сільського туризму, як на рівні регіону, так і на рівні державного регулювання цього виду діяльності [28].

Таблиця 2.4

Класифікація проблем розвитку сільського туризму України

Проблеми 1 групи (гальмування соціально-економічного розвитку регіону)	**Проблеми 2 групи** (гальмування розвитку туристичної галузі в цілому)	**Проблеми 3 групи – внутрішні** (гальмування розвитку сільського туризму в Україні та її регіонах)
1. Низька якість локальних доріг, відсутність централізованого теплопостачання та водопостачання, а також соціально-побутових об'єктів у сільській місцевості; 2. Невигідне інвестиційне середовище в сільській місцевості; 3. Відсутність достатніх капіталовкладень для створення нових робочих місць у сільській місцевості; 4. Низька привабливість сільського туризму для туристів, зокрема іноземних, через низький рівень стандартів житла та	1. Відсутність координації між центральними органами виконавчої влади та аграрною політикою; 2. Низька кількість високоякісних туристичних об'єктів для розміщення; 3. Обмежені можливості захисту прав учасників галузі; 4. Недостатньо врегульована сертифікація послуг у сфері туризму; 5. Відсутність чіткої регламентації питань сільського туризму на законодавчому рівні; 6. Недосконаліть системи оподаткування	1. Низький рівень розвитку комунікацій та соціально-технічної інфраструктури в багатьох центрах сільського туризму; 2. Погана якість наданих послуг; 3. Відсутність навчальних закладів для підготовки та перепідготовки менеджерів у сфері сільського туризму; 4. Недостатня рекламна підтримка; 5. Напівлегальний статус галузі, відсутність чіткої організаційної структури та належного рівня інформаційно-маркетингової діяльності;

недостатнє технічне забезпечення; 5. Невпорядкованість сіл і обмежений вибір можливостей для дозвілля та активного відпочинку.	учасників галузі; 7. Відсутність ефективної державної політики в сфері сільського туризму; 8. Невизначеність правового статусу власників малих рекреаційних комплексів, що знаходяться в сільській місцевості.	6. Низька проінформованість українців про таку форму відпочинку; 7. Недостатній рівень освіти у власників агроосель щодо обслуговування гостей та володіння іноземними мовами.

Соціальний аналіз показує, що економічно вразливі гірські райони мають недостатньо розвинену соціальну інфраструктуру, що створює незручні умови для життя та погіршує соціально-економічні умови порівняно з рівнинними територіями. Це призводить до зниження чисельності населення, високої смертності, низької народжуваності та активної еміграції, що негативно впливає на якість життя.

За результатами опитування, 6,2% респондентів висловили бажання виїхати на заробітки за кордон, а 13,7% сімей вже мають досвід працевлаштування за кордоном.

Очевидно, що відповідно до класифікованих груп проблем існують такі (1 група), які вирішуються для розвитку сільського туризму в регіонах України безпосередньо їх керівництвом, ті (2 групи), які необхідно вирішувати у співпраці між регіональні та центральні органи виконавчої та законодавчої влади. , що потребує безпосереднього вирішення зусиллями економічних суб'єктів, що займаються цим видом туризму [23].

Для відновлення гірських районів та виходу з депресивного стану необхідно трансформувати економіку, зокрема підвищити її ефективність та забезпечити екологічну безпеку. Одним з основних напрямків для розвитку є підтримка зеленого туризму.

За результатами SWOT-аналізу (див. табл. 2.5) інфраструктурних ресурсів, сильними сторонами Карпат є екологічно чисті території з різноманітними природними, культурними та рекреаційними ресурсами, а також достатньо розвинена комунікаційна мережа в долинах річок. До слабких сторін відносяться: нерозвинена технічна інфраструктура та

недостатня туристична інфраструктура, використання застарілих технологій і недостатня пропаганда проектів для залучення інвестицій.

Таблиця 2.5

SWOT-аналіз розвитку сільського туризму в Україні

Фактори, що впливають на діяльність підприємства	Позитивні	Негативні
Внутрішні (на які підприємство може впливати)	Сильні сторони: 1.Переважно чисте та безпечне довкілля. 2.Гарні краєвиди, багаті флора та фауна. 3.Наявність річок, гір, озер, лісів. 4.Історико-культурна спадщина. 5.Невелика ціна на проживання та харчування. 6.Велика кількість індивідуальних операторів, що традиційно приймають гостей. 7. Збережені сільські традиції. 8. Гостинність населення.	Слабкі сторони: 1.Низька якість нічліжної бази. 2.Проблеми з водопостачанням. 3.Відсутність достатньої практичної туристичної інформації про регіон. 4. Незнання господарями іноземних мов. 5. Не надто привабливий імідж України в очах іноземців. 6. Відсутність системи резервування місць. 7. Слабке знакування туристичних атракцій та маршрутів
Внутрішні (на які підприємство може впливати)	Можливості: 1. Розвиток сільського туризму значно збільшить доходи селян, що поліпшить економічний розвиток українських сіл. 2. Збільшиться зайнятість сільського населення. 3. Приїзд туристів сприятиме більшому піклуванню та кращому збереженню культурно-історичних пам'яток регіону. 4. Будуть створюватися нові робочі місця у сфері обслуговування, транспортній мережі, які зможуть надати роботу і випускникам вищих навчальних закладів.	Перешкоди: 1. Виникнення некатегоризованої нічліжної бази, яка зменшуватиме якість послуг. 2. Значний рівень безробіття створює основу для збільшення злочинності, що буде відлякувати потенційних туристів. 3. Поганий політичний імідж не сприяє діяльності іноземних інвесторів. 4. Відсутність політичної стабільності та закону ―Про сільський туризм‖ заважає організації відпочинкуна селі.

Можливості розвитку включають активну пропаганду та залучення інвестицій, що сприятиме розвитку як зеленого туризму на рівні садиб, так і на рівні готелів високого класу.

Основними загрозами є політична та економічна нестабільність у регіоні та країні, а також несприятлива податкова політика щодо туризму з боку держави.

Висновки до розділу ІІ

У другій половині XIX століття в Українських Карпатах активно розвивався зелений туризм, який привертав увагу різних соціальних груп. Це була не лише форма відпочинку, а й важлива частина культурно-освітніх ініціатив. Особливу роль у цьому процесі відіграли організації на кшталт «Просвіта», молодіжні товариства, а також представники української та польської інтелігенції. Вони організовували екскурсії до сільських районів, де вивчали історію, культуру, фольклор, народні традиції та ремесла місцевих громад. Такі поїздки стали популярними серед інтелектуальної еліти того часу, адже вони сприяли розвитку національної свідомості і поглибленому знайомству з культурною спадщиною Карпат.

Гуцульщина, з її віддаленістю та складними гірськими ландшафтами, зберегла свою автентичність протягом століть, залишаючись мало заселеною та позбавленою впливу сучасної цивілізації. Це дало можливість зберегти унікальні традиції, фольклор, звичаї та народне мистецтво, що становить важливу частину культурної спадщини не тільки Карпат, а й України загалом. У порівнянні з іншими регіонами країни, а навіть з іншими частинами Карпат, центр Гуцульщини виявився одним із найбільш збережених історичних і культурних осередків, де традиції та звичаї зберігаються до сьогодні.

Протягом століть гуцульська культура та природа стали основою для розвитку зеленого туризму, що було відзначено національними та культурними організаціями. У цей час значно зросла кількість людей, які прагнули виїхати на відпочинок у сільські місцевості, де можна було не лише відпочити від міської метушні, але й познайомитися з автентичними традиціями місцевих громад. У процесі еволюції ринку гостинності з’явилася значна диференціація послуг, що пропонуються туристам. Окрім

традиційного відпочинку, все більше почали пропонуватися оздоровчі послуги, спрямовані на фізичне та психічне відновлення, а також етнографічні програми, що дозволяли туристам глибше зануритися в культурні традиції краю.

Сільський туризм у Карпатах, як і в інших гірських регіонах Європи, має кілька спільних рис. По-перше, він є доповненням до традиційних занять місцевих жителів, таких як сільське господарство та ремесла, що зберігаються до сьогодні. По-друге, розвиток цього виду туризму стимулюється як державними, так і приватними інвестиціями. Багато підприємств, що займаються агротуризмом, отримують фінансову підтримку від банків і держави, що дозволяє їм розвивати інфраструктуру та пропонувати нові послуги. Наприклад, у багатьох регіонах Карпат інвестиції в агротуризм сприяють створенню нових готелів, сільських садиб та туристичних баз.

Особливо високий рівень економічної ефективності відзначається в районах, де сільський туризм тісно пов'язаний з курортними центрами. Тут поєднуються природні ресурси, зокрема гірські ландшафти і чисте повітря, з розвиненою інфраструктурою та можливістю відпочинку на високому рівні. Така синергія допомагає максимально використовувати потенціал місцевості для розвитку сталого туризму, що приносить прибутки не лише власникам готелів і ферм, але й місцевим громадам через додаткові робочі місця та розвиток інфраструктури.

Таким чином, розвиток сільського зеленого туризму в Карпатах, зокрема в Гуцульщині, має значний потенціал для економічного зростання, збереження культурної спадщини та покращення якості життя місцевих жителів. Водночас цей процес вимагає уважного підходу до збереження природних ресурсів та культурних традицій, аби забезпечити сталість і довгостроковий ефект для регіону.

РОЗДІЛ ІІІ. МІНЛИВІСТЬ НА РИНКУ ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ ВЕРХОВИНСЬКОГО ТА КОСІВСЬКОГО РАЙОНІВ У КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНИХ ЗМІН

3.1. Розвиток послуг гостинності до пандемії COVID-19: сильні сторони та виклики

До пандемії COVID-19 індустрія гостинності демонструвала стабільний розвиток, характеризуючись зростанням попиту на туристичні послуги, інвестиціями у нові об'єкти інфраструктури та високими темпами модернізації обслуговуючих підприємств. Однак розвиток цієї галузі супроводжувався не лише позитивними тенденціями, але й деякими викликами, які стали актуальними вже до початку пандемії.

Сильні сторони розвитку послуг гостинності до пандемії

1. Зростання попиту на туристичні послуги:
   - До пандемії спостерігався стійкий ріст числа мандрівників, особливо зростання міжнародного туризму. Це призводило до збільшення попиту на готелі, ресторани, транспортні послуги, екскурсії та інші аспекти гостинності.
   - Зростання середнього доходу населення в країнах з розвинутою економікою сприяло збільшенню обсягів витрат на подорожі та туристичні послуги.
2. Інновації в обслуговуванні:
   - Модернізація інфраструктури, впровадження нових технологій (інтерфейси для онлайн-бронювання, автоматизація обслуговування, розумні готелі, безконтактні послуги).
   - Відкриття нових курортів, розвиток альтернативних форм розміщення (наприклад, апартаменти, глэмпінг, бутик-готелі).
3. Зростання попиту на екологічний туризм та здоров'я:
   - Збільшення інтересу до екологічних і «зелених» видів туризму, таких як еко-готелі та агротуризм, що підтримували високі стандарти екологічної сталості.

- Тренди здорового способу життя сприяли розвитку СПА-салонів, велнес-центрів та спортивних курортів.

4. Інвестиції та розвиток ринкової інфраструктури:

- Приток інвестицій в інфраструктуру туризму дозволив створити нові об'єкти, зокрема готелі, ресторани, розважальні комплекси, центри для бізнес-туризму.
- Розвиток інфраструктури транспорту (нові аеропорти, залізничні станції, автомобільні маршрути) забезпечував легший доступ до віддалених регіонів та туристичних напрямків.

Виклики та проблеми до пандемії

1. Перенасичення туристичних ринків:

- У певних регіонах спостерігалася перенасиченість туристичними потоками, що призводило до збільшення конкуренції серед підприємств готельного бізнесу, ресторанного сервісу та інших туристичних послуг.
- Це створювало проблеми з якістю обслуговування, збільшенням цін і зниженням рівня комфорту для відпочивальників.

2. Проблеми з робочою силою:

- Галузь гостинності часто стикається з нестачею кваліфікованих кадрів, особливо на сезонних робочих місцях. Відсутність стабільних кадрів і високий рівень плинності робочої сили погіршували якість обслуговування та впливали на стабільність роботи підприємств.
- Підвищення вимог до кваліфікації персоналу та необхідність постійного навчання створювали додаткові витрати для підприємців.

3. Проблеми сталого розвитку та екології:

- Хоча екологічний туризм ставав популярнішим, галузь гостинності в цілому зазнавала критики за недостатній рівень екологічної відповідальності. Підприємства часто не могли або не хотіли інвестувати в зелені технології, що призводило до забруднення навколишнього середовища.

- Збільшення туристичних потоків призводило до негативного впливу на природні екосистеми, у тому числі до перенавантаження національних парків, курорти та інші природні зони.

4. Підвищена конкуренція та проблеми з ціноутворенням:

- З розвитком платформ для онлайн-бронювання (як Booking.com, Airbnb) конкуренція серед підприємств гостинності стала ще жорсткішою. Малі підприємства часто не могли конкурувати з великими мережами готелів, а варіанти розміщення в приватних будинках (наприклад, на Airbnb) часто пропонували нижчі ціни.
- Відсутність єдиних стандартів і норм ціноутворення також ускладнювала прогнозування попиту і оптимізацію прибутку.

5. Ризики економічної нестабільності:

- Економічні кризи, зміни валютних курсів, політичні зміни в окремих регіонах могли впливати на розвиток галузі гостинності. Це особливо торкалося міжнародного туризму, де туристи можуть бути обережнішими у витратах на подорожі через економічні труднощі в рідних країнах.

3.2. Зміни на ринку внутрішнього туризму під час пандемії: зростання попиту та адаптація до нових умов

До введення карантинних обмежень внутрішній і в'їзний туризм в Україні значно відставали від сусідніх країн за рівнем доходів. У 2019 році в'їзний туризм Польщі приніс 12 мільярдів доларів, у Словаччині – 3 мільярди, а в Україні лише 1,8 мільярда доларів. Більша частина українського туристичного ринку обслуговувала виїзні потоки — українці традиційно подорожували до Туреччини, Єгипту, Китаю та інших популярних напрямків.

Однак після закриття кордонів через пандемію COVID-19 ситуація змінилася. Оскільки подорожі за кордон стали значно складнішими та менш доступними через карантинні обмеження, українці почали орієнтуватися на

внутрішні курорти. Літні поїздки за кордон стали ризикованими через невизначеність ситуації, і багато хто вирішив залишити спроби виїхати за межі країни. Тому в 2020 році українці значно більше звернули увагу на відпочинок на місцевих курортах.

Варто зазначити, що оцінити точну кількість внутрішніх туристів в Україні складно, оскільки більшість туристів організовують свої поїздки самостійно без посередництва туроператорів. Проте, за даними мобільних операторів, відзначалося значне збільшення інтенсивності користування мобільними мережами під час літнього сезону, що є яскравим індикатором активізації внутрішнього туризму.

Згідно з даними, що публікуються в дослідженнях, у 2020 році більшість українців вибирали відпочинок на Чорноморському та Азовському узбережжі. Кількість туристів, які обрали ці напрямки, значно перевищувала показники 2019 року. Другим за популярністю став відпочинок у Карпатах, а на третьому місці — Київ і Київська область. Такий розподіл підтверджує високий попит на природні курорти, а також на культурні та історичні центри [11].

Причини зростання попиту на внутрішній туризм:

1. Закриття кордонів і ускладнення міжнародних подорожей. Карантинні обмеження та закриті кордони зробили подорожі за кордон складними та непередбачуваними. Це змусило багатьох українців вибрати внутрішні напрямки як альтернативу.
2. Потреба в психологічному відновленні. Соціальна ізоляція та стрес через пандемію змусили людей шукати способи відпочити та відновити сили. Туризм став одним із таких способів уникнути стресу та побути на природі.
3. Економічні фактори. Через зниження доходів та нестабільність на ринку праці, багато українців не могли собі дозволити відпочинок за кордоном, але внутрішній туризм став доступнішим варіантом для відпочинку.

Відповідь внутрішнього туризму на нові умови

Закриті кордони та невизначеність ситуації спонукали туристичний ринок України пропонувати нові продукти та послуги. Це дозволило місцевим курортам та регіонам активно розвиватися. Наприклад, в 2021 році туристи, які обрали подорожі Україною, відзначали помітне покращення якості послуг. Це стосувалося не лише готелів і курортів, а й місцевих туристичних послуг, що відповідають новим вимогам та високим стандартам. Зростання популярності Карпат та інших регіонів

Карпати, як одне з найбільш стабільно розвиваних туристичних напрямків, стали ще популярнішими під час пандемії. За останні 15 років кількість готелів і садиб зеленого туризму в цьому регіоні зросла майже вдвічі, а рівень обслуговування наблизився до європейських стандартів. Це також сприяло збільшенню кількості іноземних туристів, зокрема з країн Перської затоки та ЄС.

Локдаун значно збільшив внутрішні туристичні потоки, особливо в Івано-Франківську області, зокрема у Верховинському та Косівському районах. За перші сім місяців 2022 року туристичні доходи в регіоні подвоїлися, а надходження від туристичного збору склали 11 млн грн. Найбільший внесок у цей приріст зробили Верховинська та Косівська громади.

3.3. Військовий стан та його вплив на сільський туризм: адаптація та шляхи подолання кризових ситуацій

Введення воєнного стану в Україні після російського вторгнення значно змінило соціально-економічні умови, зокрема на сферу туризму. Карпатські райони, зокрема Косівський та Верховинський, які традиційно були популярними туристичними напрямками, змушені були адаптуватися до нових реалій. Ситуація, пов'язана з великим потоком внутрішньо переміщених осіб (ВПО), які покидали свої домівки через активні бойові дії, значно вплинула на розвиток та структуру сільського туризму в цих регіонах.

Водночас цей процес став поштовхом до переосмислення існуючих форм туризму і налагодження нових моделей підтримки ВПО та залучення місцевого населення [7].

Вплив війни на сільський туризм та внутрішньо переміщених осіб. З початком військових дій в Україні, значно зменшилась кількість міжнародних туристів, що відвідують Україну, а особливо гірські райони Карпат. Косівський і Верховинський райони, які в мирний час приймали тисячі туристів, відчули суттєве зниження потоку відпочивальників через невизначеність та страх перед війною. У той же час, починаючи з 2022 року, цей регіон став одним з найбільших осередків для внутрішньо переміщених осіб, адже багато людей, які втікали від бойових дій, осіли саме в цих районах.

Станом на травень 2024 року в Україні було зареєстровано понад 8 мільйонів ВПО, з яких понад 2,7 мільйона вже повернулися до своїх домівок. Проте більша частина переселенців залишається в нових місцях проживання, і попит на житло та соціальні послуги в цих районах залишається високим. Кількість ВПО в Косівському та Верховинському районах суттєво зросла, що безпосередньо вплинуло на сільський туризм. Місцеві готелі та садиби, які раніше використовувались для прийому туристів, почали приймати внутрішньо переміщених осіб, пропонуючи їм тимчасове житло[6].

Цей процес має дві основні складові:

1. *Зниження туристичних потоків через небезпеку.* У зв'язку з військовими діями та невизначеністю ситуації, багато туристів, особливо іноземних, скасували свої поїздки в Україну. Це спричинило значне скорочення доходів місцевих туроператорів та готельєрів.
2. *Перехід до нових форм туризму*. Місцеві підприємці стали орієнтуватися на внутрішній ринок, надаючи туристичні послуги для українців, зокрема для сімей з дітьми або осіб, які змушені були переїхати до Карпат через війну. У багатьох випадках сільський туризм був спрямований на організацію гуманітарної допомоги, адаптацію

переселенців до нового середовища, а також соціально-психологічну підтримку.

Адаптація сільського туризму в умовах війни: нові можливості та виклики. Верховинський і Косівський райони, які зазвичай славляться своїми туристичними атракціями — мальовничими пейзажами, гуцульськими традиціями, гірським туризмом, — почали адаптувати свої турпослуги до потреб ВПО. Відразу з початком війни багато місцевих садиб та готелів переорієнтували свої ресурси на прийом переселенців, надаючи їм безкоштовне чи за символічну плату житло.

Проєкт «Шелтер», що був започаткований в Верховині, є яскравим прикладом адаптації до нових умов. Завдяки фінансуванню німецької організації Peer-Leader-International, цей проєкт спрямований не лише на забезпечення житлом, а й на культурну, психологічну та соціальну інтеграцію ВПО. Програма включає тренінги з психології, йогу, курси англійської мови, а також культурні заходи, такі як майстер-класи та виставки традиційних гуцульських ремесел. Окрім того, організовуються одноденні походи в гори, що дозволяє переселенцям адаптуватися до нових умов життя і отримати можливість для психоемоційного відновлення[6].

Загалом, адаптація сільського туризму до нових реалій полягає в поєднанні традиційних туристичних послуг з соціальними та гуманітарними ініціативами, що допомагають знімати стрес і сприяють реабілітації переселенців.

Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ) у партнерстві з проєктом UNICEF U-Report Ukraine провели онлайн-опитування щодо подорожей Україною під час війни та поділилися результатами дослідження.

Внутрішній туризм в Україні під час війни. Згідно з результатами опитування, з 24 лютого 2022 року понад 45,3% респондентів подорожували Україною з туристичною метою. Водночас 54,7% не відвідали жодного разу регіони країни з туристичними цілями з початку великої війни (див. Додаток В).

Серед тих, хто подорожував всередині країни за останні півтора року:

- 26% зробили поїздки 1-2 рази;
- 12% — 3-5 разів;
- 7,3% — більше 5 разів.

Щодо виду туризму, опитувані розподілилися таким чином:

- 54% віддають перевагу міському туризму та пішим прогулянкам;
- 28,4% обирають екскурсії до історичних пам’яток та музеїв;
- 23,1% займаються відпочинком на пляжі;
- 22,8% цікавляться подієвим туризмом (заходи, фестивалі);
- 21,8% — гастрономічним туризмом;
- 16% — активним відпочинком;
- 11% — екотуризмом;
- майже 9% займаються рекреаційним туризмом.

Ставлення до подорожей під час повномасштабної війни змінилося у 23,4% українців, у той час як 23,2% припинили подорожувати через фінансові труднощі. 21,1% вважають, що їхні поїздки сприяють підтримці економіки країни, а 20,7% не подорожують через небезпеку в Україні. 11,7% респондентів не вважають подорожі доцільними під час воєнного стану.

Найбільше українців подорожують влітку — 47,6% опитаних. Навесні подорожують лише 4,3%, восени — 2,8%, а взимку — 2,2%. Для 43,2% респондентів пори року не мають значення для вибору часу поїздки.

56% опитаних зазначили, що час їхніх подорожей залежить від відпустки або канікул. 22% вказали, що на вибір впливає ціна, ще 22% — погодні умови.

Опитування проводилося з 18 по 28 серпня 2023 року серед 5525 респондентів віком від 14 до 34 років. Деталі методології дослідження не уточнюються Державним агентством розвитку туризму(див. Додаток Г).

Очільниця ДАРТ Мар’яна Олеськів зазначила, що під час повномасштабної війни туристична галузь у цілому тримається саме на внутрішньому туризмі: "Мандрівки Україною сьогодні – це не тільки спосіб

відпочинку, але й засіб фізичного відновлення і психологічного розвантаження, як для наших захисників і їхніх родин, так і для цивільних. А ще це спосіб підтримати економіку країни, яка сьогодні працює лише на нашу оборону"[13].

Роль соціальних і культурних ініціатив у підтримці внутрішньо переміщених осіб. Значну роль у підтримці ВПО відіграють культурно-просвітницькі ініціативи, що реалізуються місцевими органами влади та громадами. Наприклад, культурно-просвітницький центр “Вільна Україна” в Верховині став важливим осередком для культурної та соціальної адаптації переселенців. Центр організовує безкоштовні курси української мови, майстер-класи з народних ремесел, екскурсії до місцевих музеїв та історичних пам'яток, а також культурні зустрічі з місцевими письменниками та митцями [8].

Участь у цих заходах дозволяє переселенцям не лише навчитися основам мовної та культурної адаптації, але й сприяє кращому розумінню традицій, звичаїв і соціальних цінностей гуцулів. Крім того, це допомагає місцевим жителям налагодити тісніші контакти з переселенцями, створюючи відчуття підтримки та взаємоповаги.

*Фінансова допомога та урядова підтримка***.** Для внутрішньо переміщених осіб уряд України запровадив ряд програм підтримки, зокрема компенсацію комунальних витрат та надання фінансової допомоги для покриття основних витрат на проживання. Сім'ї з дітьми та особи з інвалідністю отримують спеціальні виплати у розмірі 3000 гривень щомісяця, а інші переселенці - по 2000 гривень. Уряд також надає компенсацію тим громадам, які безкоштовно надають житло для переселенців.

Ці фінансові інструменти допомагають не лише забезпечити переселенців базовими потребами, але й підтримують місцеві громади, в яких приймають ВПО. Паралельно з цим, уряд працює над відновленням інфраструктури в зонах бойових дій, що є важливим кроком до повернення нормального туристичного та економічного життя в постраждалі регіони.

*Технології як підтримка сільського туризму та ВПО***.** В умовах війни інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) стали важливим інструментом як для підтримки переселенців, так і для розвитку сільського туризму. Багато внутрішньо переміщених осіб працюють віддалено, використовуючи Інтернет для забезпечення фінансової стабільності. Це дозволяє їм бути гнучкими у виборі місця проживання та працювати з будь-якої точки країни, не зважаючи на відсутність стабільного робочого місця в місцях їх тимчасового перебування.

Для місцевих підприємців це створює можливості для просування своїх послуг через Інтернет, організацію віртуальних турів, онлайн-екскурсій та рекламних кампаній, спрямованих на залучення нових клієнтів із внутрішнього ринку. Технології також використовуються для збору та обміну інформацією між ВПО, волонтерами та місцевою владою, що дозволяє оперативно реагувати на зміни в ситуації.

Працюючи віддалено, переселенці можуть займатися різними видами робіт, такими як:

1. Фріланс: Вони можуть працювати як незалежні фахівці, виконуючи різноманітні проекти або послуги для клієнтів через Інтернет. Це може включати письмову роботу, веб-дизайн, програмування, маркетинг, переклад, віртуальну асистенцію та багато іншого.

2. Дистанційна робота: Вони можуть працювати в компаніях або організаціях, які пропонують можливість працювати з віддалених місць. Це може бути робота в сфері інформаційних технологій, маркетингу, фінансів, кадрового управління та інші.

3. Власний бізнес: Деякі переселенці можуть розпочати свій власний бізнес, який можна управляти віддалено. Це може бути онлайн-магазин, блог, консалтингові послуги, фриланс-платформа тощо.

Переваги роботи віддалено включають гнучкість графіку, можливість працювати з будь-якої локації, економію часу і коштів на поїздках до роботи, а також широкий доступ до ринку праці. Це дає переселенцям можливість

знайти заняття, що відповідає їхнім навичкам і досвіду, незалежно від географічного розташування.

Також виділяється частка помірно забезпечених пенсіонерів-переселенців, їхня фінансова забезпеченість дає змогу як відпочити в садибах сільської місцевості, так і залучитися до процесу господарювання.

Крім цього, дивлячись на те, що через декілька років Україна фактично стане центром туризму, через те, що буде багато охочих приїхати і подивитися на післявоєнну землю і вцілому військовий стан може привернути увагу до регіону з боку людей, зацікавлених в воєнно-історичному туризмі та вивченні воєнної спадщини. Це може стимулювати розвиток нових форм туризму, таких як туристичні маршрути, пов'язані з воєнним минулим регіону, а також воєнно-тематичні екскурсії та події., цілком логічним є планування і розвиток сфери гостинності для прийому майбутніх гостей з різних частин світу. Переселенці, які мають фінанси та змогу інвестувати їх у землю, а згодом збудувати садибу чи котедж, сміливо це роблять. Навіть якщо після завершення війни вони захочуть повернутися додому, наприклад в Київ, то зможуть керувати своєю нерухомістю дистанційно отримуючи при цьому прибуток.

Також варто не забувати, що в ситуації воєнного стану, сільський туризм може бути спрямований на розвиток внутрішнього туризму, коли люди шукають можливості відпочинку в межах своєї країни.

Отже, воєнний стан впливає на сільський туризм в Україні, проте точний обсяг цього впливу залежить від багатьох факторів, включаючи саму тривалість введення воєнного стану, ступінь нестабільності в країні та інші фактори.

Висновки до розділу ІІІ

До пандемії COVID-19 індустрія гостинності перебувала на шляху стабільного розвитку, зокрема завдяки зростанню попиту на туристичні послуги, інноваціям у сфері обслуговування та інвестиціям у нову інфраструктуру. Однак галузь стикалася з проблемами перенасичення ринку,

конкуренцією, нестачею кваліфікованих кадрів, а також екологічними викликами.

Тим не менше, навіть на фоні цих проблем галузь залишалася важливою складовою економік багатьох країн, генеруючи значні доходи, створюючи робочі місця та сприяючи розвитку соціальної інфраструктури. У майбутньому, після пандемії, для галузі гостинності буде важливо знайти нові стратегії адаптації до змін в економічній і соціальній ситуації, щоб продовжити стійкий розвиток і задоволення потреб сучасних туристів.

Зростання внутрішнього туризму в Україні під час пандемії можна пояснити кількома факторами: обмеженнями на міжнародні поїздки, необхідністю відпочинку від стресу, а також економічними труднощами, які обмежили можливості для подорожей за кордон. Ці фактори спонукали туристів шукати альтернативу в рідній країні. І хоча внутрішній туризм не зміг повністю компенсувати втрати від міжнародних поїздок, він продемонстрував значне зростання і став важливою складовою економіки туристичної галузі України, зокрема в гірських і прибережних регіонах.

Адаптація сільського туризму в умовах військового стану є важливим етапом у відновленні економіки регіонів, які постраждали від війни. Косівський та Верховинський райони стали прикладом того, як можна зберегти соціальну стійкість та культурну спадщину, одночасно підтримуючи внутрішньо переміщених осіб та адаптуючи туризм до нових реалій. Уряди, місцеві громади та туристичні підприємці продовжують працювати над пошуком нових можливостей для розвитку цієї сфери, враховуючи потреби як місцевих жителів, так і переселенців.

РОЗДІЛ IV. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

4.1. Інновації в сільському туризмі: використання технологій для покращення якості обслуговування та зручності для туристів

Сільський туризм є важливою складовою економіки багатьох регіонів, особливо в країнах з розвиненим аграрним сектором. В Україні цей напрямок став особливо популярним в останні роки, коли туристи шукають не лише традиційний відпочинок, але й нові емоції від занурення в природне середовище, вивчення народних звичаїв та ремесел, а також відновлення психоемоційного стану далеко від міської метушні. Однак для того, щоб сільський туризм не залишався простою альтернативою масовому туризму, а став конкурентоспроможним, необхідно впроваджувати інноваційні технології, які значно покращують якість обслуговування та створюють комфорт для туристів [10].

1. Інтернет-платформи для бронювання та організації турів. Однією з основних інновацій в сільському туризмі є використання онлайн-платформ для бронювання житла, організації екскурсій, а також планування відпочинку. Туристи, плануючи поїздку в сільську місцевість, можуть знайти житло за допомогою таких платформ, як Airbnb, Booking.com, а також локальних спеціалізованих сервісів для сільського туризму. Завдяки цим технологіям власники садиб та готелів можуть самостійно розміщувати свої оголошення, вказуючи наявність послуг, цінову політику та доступність номерів.

Інтернет-платформи для сільського туризму, такі як Dopomagai.org, дозволяють також інтегрувати нові форми житла, наприклад, екологічні будинки або садиби, де можна не лише відпочити, а й активно брати участь в господарських роботах. Це важливо не тільки для розвитку туризму, а й для надання можливості туристам взаємодіяти з місцевими традиціями, що створює додаткову цінність.

Переваги для туристів:

- Легкість у пошуку та бронюванні житла.
- Можливість порівняти ціни, відгуки, фото і вибрати оптимальний варіант.
- Більш доступний доступ до специфічних пропозицій, таких як сільські господарства або екологічні садиби.

Переваги для власників:

- Безкоштовне або дешеве просування своїх послуг.
- Можливість досягти глобальної аудиторії.
- Простота управління бронюванням та виплатами через платформу.

2. Мобільні додатки для сільського туризму

Мобільні додатки для сільського туризму - це ще один важливий інструмент для полегшення подорожей. Додатки можуть пропонувати широкий спектр послуг: від планування подорожі до пошуку та бронювання місць для ночівлі, до рекомендацій щодо місцевих ресторанів, культурних подій та туристичних маршрутів. Такі додатки можуть включати інтерактивні карти з інформацією про місцеві визначні пам'ятки, маршрути для пішохідних та велосипедних прогулянок, готелі, кафе та багато іншого.

Один із таких прикладів — мобільний додаток **Tripadvisor**, який пропонує туристам на місці актуальні рекомендації, відгуки інших користувачів та спеціальні пропозиції для відвідувачів сільських районів.

Переваги для туристів:

- Миттєвий доступ до всіх необхідних даних для подорожі.
- Покращена навігація завдяки інтерактивним картам.
- Можливість планувати маршрути та екскурсії безпосередньо через додаток.

Переваги для підприємців:

- Легкість у просуванні своїх послуг серед туристів.
- Збір зворотного зв'язку від клієнтів для покращення сервісу.
- Простота у управлінні відгуками та рейтингами.

3. Віртуальні тури та онлайн-екскурсії

Для сільського туризму вкрай важливою інновацією є використання віртуальних турів та онлайн-екскурсій. Віртуальний туризм дає можливість показати туристам чудеса сільських регіонів через цифрові технології, навіть якщо вони фізично не можуть відвідати ці місця. Такі ініціативи можуть бути особливо корисними в умовах кризових ситуацій (наприклад, пандемії чи війни), коли фізичні поїздки обмежені.

Приклад: Використання технологій доповненої реальності (AR) і віртуальної реальності (VR) дозволяє створювати інтерактивні екскурсії, де туристи можуть буквально "побувати" на місці, не залишаючи своїх домівок. Власники сільських садиб та фермерських господарств можуть організувати онлайн-тури, де покажуть господарство, процес виготовлення традиційних виробів, таких як сир чи мед, або проведуть віртуальні прогулянки по природних територіях.

Переваги для туристів:

- Можливість відвідати віддалені локації, не залишаючи дому.
- Залучення до культурних та освітніх програм, не фізично перебуваючи в місці.

Переваги для підприємців:

- Розширення аудиторії за рахунок цифрових відвідувачів.
- Можливість залучення нових клієнтів через інноваційні форми презентації.

4. Інтернет-реклама та соціальні мережі для промоції сільського туризму

Однією з важливих складових інновацій у сільському туризмі є активне використання соціальних мереж та цифрових каналів для реклами. Facebook, Instagram, TikTok та інші платформи дозволяють швидко донести інформацію до потенційних туристів, показуючи живі фото, відео та відгуки гостей. Відеоконтент, наприклад, може знімати в реальному часі сільські фестивалі, народні свята, процеси роботи в сільському господарстві або

навіть життя в селі, що дозволяє створити емоційний зв'язок з потенційним клієнтом.

Переваги для туристів:

- Можливість отримати реальні відгуки від інших туристів.
- Зручність пошуку та планування відпочинку через популярні соціальні платформи.

Переваги для підприємців:

- Швидкий доступ до великих аудиторій.
- Можливість створювати та просувати брендові кампанії з акцентом на унікальність сільського туризму.

5. Інновації у сфері сталого туризму: екологічні технології та «зелені» ініціативи

Сільський туризм також все більше інтегрує ідеї сталого розвитку і екологічних технологій. Власники фермерських господарств та сільських садиб активно використовують пермакультуру, сонячні панелі, гідротурбінки для генерації енергії та інші екологічно чисті технології. Це дозволяє не лише зберігати навколишнє середовище, а й залучати туристів, які зацікавлені в екологічному відпочинку.

Враховуючи зростаючу популярність екологічного способу життя, багато сільських туристичних об'єктів вводять нові пропозиції для туристів, як от еко-садиби, готелі з використанням «зелених» технологій, органічні ферми та екологічно чисті атракції [22].

6. Загальні переваги використання технологій для сільського туризму

- Зручність для туристів: швидкий доступ до інформації, можливість онлайн-бронювання та планування подорожі.
- Покращення якості обслуговування: завдяки інтеграції нових технологій власники садиб можуть пропонувати більш персоналізовані та комфортні послуги.
- Розвиток нових форм туризму: використання віртуальних турів, сталих ініціатив та інтерактивних додатків.

4.2. Екологічний туризм в Карпатах: сталий розвиток як основа для майбутнього

Карпати, зокрема регіони Верховини та Косова в Івано-Франківській області, мають величезний потенціал для розвитку екологічного туризму. Ці райони відомі своєю природною красою, багатим біорізноманіттям та збереженими культурними традиціями. В умовах глобальних екологічних викликів і зростаючого попиту на екологічно чисті туристичні напрямки, важливим стає питання сталого розвитку туризму, який може стати не лише економічним чинником, але й важливою складовою збереження природних ресурсів. Тому сталий розвиток екологічного туризму в Верховині та Косові є ключовим для забезпечення довгострокових економічних вигод та збереження екологічної рівноваги.

1. *Природний потенціал Карпат для екологічного туризму*

Карпати, і зокрема Верховина та Косів, володіють великим природним багатством, яке є основою для розвитку екологічного туризму. Верховина відома своєю унікальною флорою та фауною, наявністю численних національних парків і заповідників, таких як Національний природний парк «Гуцульщина», який розташований в межах цих районів. Це забезпечує високий рівень біорізноманіття та сприяє розвитку видів туризму, які не завдають шкоди навколишньому середовищу [16].

Верховина та Косів розташовані в серці Карпат, з їхніми горами, лісами та річками. Це є важливим фактором для розвитку різних видів екологічного туризму, зокрема пішохідного туризму, альпінізму, гірських велосипедних маршрутів і екологічних турів. У цих регіонах можна зустріти рідкісні види тварин та рослин, такі як карпатські чорні ведмеді, рисі, олені та численні види птахів, що створює умови для розвитку дикої природи туризму. Карпатські ліси, гори та річки є ідеальними місцями для спостереження за дикою природою. Крім природних ресурсів, Верховина та Косів мають багатий культурний контекст. Традиційне сільське господарство, гуцульські ремесла, фольклор і гастрономія - усе це стає важливою складовою

екологічного туризму. Культурний туризм, спрямований на ознайомлення з традиціями місцевих громад, може стати важливим елементом сталого розвитку цієї галузі.

2. Проблеми та виклики розвитку екологічного туризму

Попри великі можливості для розвитку екологічного туризму в цих регіонах, існують кілька важливих викликів, які потребують вирішення для забезпечення сталого розвитку.

Одним з основних ризиків є перевантаження природних і культурних ресурсів. Зростаючий попит на екологічні маршрути та гірський туризм може призвести до деградації природних ландшафтів, забруднення водних ресурсів та пошкодження флори і фауни. Для вирішення цієї проблеми необхідно впроваджувати системи контролю за кількістю туристів, обмежуючи їхню кількість в найбільш уразливих природних зонах.

Низький рівень екологічної освіти серед туристів і місцевих жителів. Багато туристів не мають достатньо знань про принципи сталого туризму і негативний вплив на навколишнє середовище. Потрібно активно впроваджувати екологічну освіту як серед туристів, так і серед місцевих громад. Для цього можна проводити інформаційні кампанії, створювати екологічні інформаційні центри, проводити майстер-класи та екологічні екскурсії [28].

Також для розвитку екологічного туризму необхідно розвивати інфраструктуру, але це має відбуватися з урахуванням принципів сталості. Зараз в деяких місцях є проблеми з відсутністю належних дорожніх умов, браком еко-готелів і відповідних умов для зберігання природних територій.

Великим ризиком є невідповідність між екологічними та економічними інтересами. Місцеві громади часто мають потребу в додаткових доходах і можуть вдаватися до діяльності, що суперечить принципам сталого розвитку (наприклад, незаконне вирубування лісів або будівництво на природоохоронних територіях). Це потребує кращої координації між державними органами, місцевими громадами та туристичними компаніями.

3. Шляхи сталого розвитку екологічного туризму в Верховині та Косові

Для забезпечення сталого розвитку екологічного туризму в цих районах необхідно реалізувати низку стратегічних ініціатив. Важливо розвивати інфраструктуру, яка мінімізує негативний вплив на природу, зокрема будувати еко-готелі, ресторани та санаторії з використанням екологічних матеріалів, встановлювати системи енергозбереження та очищення води, підтримувати органічне фермерство.

Створення маршрутів, які дозволяють туристам знайомитись з природною красою Карпат без шкоди для екосистем, може стати основою для сталого туризму. Важливо розробляти такі маршрути, де туристи можуть насолоджуватись природою, не порушуючи її цілісності. Наприклад, пішохідні та велосипедні маршрути, що включають природні об'єкти, але не вимагають втручання у природні ландшафти.

Необхідно організовувати екологічні курси, тренінги, майстер-класи для туристів та місцевих жителів, що допоможе підвищити рівень екологічної свідомості. Це також може включати розробку інформаційних матеріалів, що роз'яснюють важливість збереження природи та культурної спадщини регіону.

Важливо заохочувати місцеві громади до активної участі в розвитку сталого туризму, підтримуючи їх ініціативи щодо збереження культурних традицій і ремесел, а також сприяти розвитку фермерських господарств, які працюють за принципами сталості.

4.3. Співпраця з міжнародними організаціями та донорськими програмами для розвитку сільського туризму

Міжнародні організації, як урядові, так і неурядові, мають суттєвий вплив на розвиток сільського туризму в Україні. Вони здійснюють підтримку в декількох важливих напрямках:

- **фінансова підтримка:** міжнародні донори надають фінансування для розвитку інфраструктури сільських районів, включаючи покращення транспортної мережі, створення нових туристичних об'єктів і розширення доступу до екологічних та культурних ресурсів;
- **технічна допомога та консалтинг:** міжнародні організації надають технічну допомогу, консалтингові послуги та експертні оцінки для вдосконалення управління туристичними процесами на місцях. Це включає розробку стандартів обслуговування, туристичних маршрутів, оцінку потенціалу рекреаційних ресурсів, а також вдосконалення методів збереження природної спадщини;
- **навчання та розвиток людського капіталу:** за допомогою програм підвищення кваліфікації для місцевих підприємців, гідів, менеджерів і організаторів туризму, міжнародні організації сприяють підвищенню рівня професіоналізму і конкурентоспроможності місцевих кадрів. Це включає також створення академічних і практичних програм навчання для молоді, що хоче працювати в туристичному бізнесі;
- **маркетинг та промоція:** міжнародні донори також підтримують місцеві ініціативи у сфері просування сільського туризму. Це включає участь у міжнародних туристичних виставках, онлайн-просування через глобальні платформи, а також створення рекламних матеріалів, що підвищують впізнаваність українських сільських регіонів як туристичних напрямків.

Форми співпраці з міжнародними програмами.

- **Міжнародні фінансові установи:** такі організації, як Світовий банк, Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР), Європейська комісія та інші міжнародні фінансові установи, активно підтримують розвиток сільських територій через спеціалізовані програми фінансування. Це можуть бути як безповоротні гранти для розвитку інфраструктури, так і кредитні лінії з пільговими умовами для малого та середнього бізнесу в галузі туризму.

- **Проекти Європейського Союзу:** однією з важливих ініціатив для розвитку сільського туризму є програми ЄС для підтримки сільських регіонів. Наприклад, програма «Pural Development Program» сприяє інтеграції сільських територій у загальноєвропейський економічний простір. В рамках цієї програми фінансуються проекти, які сприяють розвитку сільського туризму, охороні довкілля та покращенню умов життя в селах.
- **Програми міжнародних неурядових організацій (НУО):** програми, що фінансуються міжнародними НУО, часто зосереджуються на сталому розвитку, екологічному туризмі, захисті біорізноманіття та розвитку місцевих ініціатив. Організації, такі як Всесвітній фонд природи (WWF), ООН, Британська Рада, мають численні програми, що передбачають надання грантів для проектів із розвитку сільського туризму, що базуються на принципах сталості та екологічності [33].

Переваги для сільського туризму від участі в міжнародних программах.

- **Фінансова підтримка та інвестиції:** участь у міжнародних донорських програмах дає можливість сільським підприємствам отримувати необхідні кошти для розвитку туристичної інфраструктури.
- **Підвищення кваліфікації місцевих підприємців і працівників:** міжнародні організації часто проводять навчання та семінари для місцевих підприємців, щоб вони могли покращити управління своїм бізнесом, підвищити рівень обслуговування клієнтів і зробити послуги більш конкурентоспроможними. Це також допомагає підвищити загальний рівень кваліфікації працівників у сфері туризму, що позитивно впливає на якість обслуговування.
- **Покращення інфраструктури:** міжнародні проекти часто передбачають створення або модернізацію туристичної інфраструктури в сільських регіонах: прокладення нових доріг, покращення доступу до туристичних об'єктів, створення умов для безпечного відпочинку. Також

важливими є проекти зі створення сучасних туристичних інформаційних центрів, розробка туристичних маршрутів і зон для відпочинку.

- **Маркетинг і міжнародна інтеграція:** залучення до міжнародних програм дає можливість для локальних операторів активно просувати свої послуги на міжнародному ринку.

Важливі міжнародні програми підтримки сільського туризму:

- **програма «Horizon 2020» Європейського Союзу:** ця програма підтримує проекти сталого розвитку, інновації та технології, що можуть бути адаптовані для розвитку сільського туризму. Вона надає фінансування для проектів, спрямованих на екологічність, ефективне використання ресурсів, сталий розвиток місцевих громад і інфраструктури;
- **програма «Фонд захисту природи» (Global Environmental Facility):** деякі програми цієї організації підтримують сталий розвиток сільського туризму, орієнтуючись на охорону довкілля, розвиток екотуризму, покращення ситуації з водними та енергетичними ресурсами в сільських районах;
- **програми розвитку сільських територій ФАО (Продовольча і сільськогосподарська організація ООН):** ці програми спрямовані на підтримку сільських громад, розвиток агротуризму, екологічних ініціатив та створення нових джерел доходу для місцевого населення через розвиток туризму.

Хоча співпраця з міжнародними організаціями приносить чимало переваг, існують і певні виклики:

- **адміністративні та юридичні бар'єри:** нерідко процес отримання грантів або фінансування з міжнародних фондів ускладнюється через складні бюрократичні процедури, вимоги щодо звітності та необхідність дотримання міжнародних стандартів;
- **відсутність чіткої координації між національними та міжнародними програмами:** існує потреба в кращій інтеграції національних програм розвитку сільського туризму з міжнародними ініціативами.

Недостатня координація може призвести до дублювання зусиль або неповного використання наданих ресурсів;

- **необхідність адаптації до місцевих умов:** проекти, розроблені міжнародними організаціями, часто потребують адаптації до специфічних умов сільських районів, що може потребувати додаткових витрат і часу для їхнього впровадження.

Висновки до розділу IV:

Інновації в сільському туризмі - це не лише про сучасні технології, але й про адаптацію старих практик до нових умов. Сучасний туризм на селі все більше інтегрується з цифровими інструментами, що дозволяє підвищувати якість обслуговування туристів, забезпечує зручність планування подорожей і створює нові можливості для економічного розвитку.

Згідно з проведеним аналізом можна сказати, що екологічний туризм у Верховинському та Косівському регіонах має величезний потенціал, і сталий розвиток цього напрямку може забезпечити економічну вигоду для місцевих громад, одночасно зберігаючи природні та культурні ресурси регіону. Проте для того, щоб забезпечити сталий розвиток, необхідно реалізувати низку стратегічних ініціатив, спрямованих на збереження природного середовища, розвиток екологічної освіти та підвищення екологічної свідомості туристів і місцевих жителів. Впровадження таких заходів допоможе зробити Верховину та Косів прикладом успішного сталого туризму, що поєднує економічні, екологічні та соціальні вигоди.

Отже, співпраця з міжнародними організаціями і донорськими програмами є важливим елементом розвитку сільського туризму в Україні. Вона дозволяє залучити необхідні фінансові ресурси, покращити інфраструктуру, підвищити кваліфікацію кадрів і сприяти збереженню природної спадщини. Водночас для ефективної реалізації таких ініціатив необхідно забезпечити кращу координацію між міжнародними та національними проектами, зменшити адміністративні бар'єри та адаптувати міжнародні стратегії до місцевих потреб.

ВИСНОВКИ

Івано-Франківська область є однією з найбільш привабливих та популярних туристичних дестинацій України. Завдяки своєму природному та культурному багатству вона привертає численні потоки туристів. Враховуючи, що понад 57,9% населення області проживає в сільській місцевості, розвиток сільського зеленого туризму має величезне значення для місцевої економіки та соціального розвитку. Це дає можливість не лише зберегти унікальні традиції та звичаї, але й створити нові робочі місця для місцевих жителів, сприяючи сталому розвитку сільських територій.

Карпатський регіон, до якого належить Івано-Франківська область, є найближчим до країн ЄС не тільки географічно, а й у культурному та історичному контексті. Він розташований на південному заході України і має зручні комунікаційні зв'язки з економічно розвиненими країнами, такими як Румунія, Угорщина, Словаччина та Польща. Це відкриває великі можливості для розвитку транснаціонального туризму та співпраці між прикордонними територіями.

Особливу цінність для розвитку туризму в цьому регіоні має Гуцульщина, яка завдяки своїй гірській ізоляції зберегла унікальну культурну спадщину. Тут зберігаються стародавні традиції, народні звичаї, фольклорні обряди, а також народні казки та легенди, які відображають дух цього регіону. Це надає величезний потенціал для розвитку культурного туризму та створення автентичних туристичних маршрутів, що приваблюють відвідувачів з України та з-за кордону.

У процесі еволюції ринку туристичних послуг, а також реагуючи на нові вимоги та очікування споживачів, відбулася значна диференціація туристичних послуг. Сфера сільського туризму в Україні переживає період модернізації, впроваджуючи нові концепції, такі як оздоровчий туризм, етнографічні та культурні програми, активний відпочинок на природі. Підвищення попиту на якісне та автентичне обслуговування стало результатом більшого інтересу до сільського туризму та еко-туризму.

До початку пандемії COVID-19 індустрія гостинності активно розвивалася і демонструвала стабільне зростання впродовж останніх десяти років. Ринок сільського туризму щорічно збільшував попит на рівні від 7% до 16%. Проте пандемія стала серйозним випробуванням для галузі, змусивши змінити стратегії та адаптуватися до нових умов. Попит на внутрішній туризм значно зріс через обмеження на міжнародні подорожі. Це відкриває нові можливості для розвитку внутрішнього туризму в Україні, включаючи сільські райони.

У майбутньому Україна має потенціал стати важливим центром для розвитку туристичних напрямів, зокрема у таких нішах, як воєнно-історичний туризм. Оскільки в Україні триває війна, спостерігається зростання інтересу до вивчення воєнної спадщини, що відкриває нові можливості для розвитку тематичних екскурсій та історичних маршрутів. Регіони, які стали свідками важливих подій під час війни, можуть стати важливими туристичними об'єктами, що привернуть увагу туристів, зацікавлених у вивченні історії та культури.

Це також може стати потужним стимулом для інвестицій у розвиток інфраструктури та сфери гостинності. Зокрема, це стосується переселенців, які мають фінансові ресурси та готові інвестувати в нерухомість, створюючи нові можливості для розвитку туризму в регіоні. Використання дистанційних технологій для управління нерухомістю та гостинністю також дозволяє знизити витрати і підвищити ефективність, а також залучити інвесторів з інших регіонів та країн.

У контексті воєнного стану внутрішній туризм набуває особливого значення. Люди шукають можливості відпочинку в межах країни, що сприяє популяризації сільських територій серед українських туристів. Це дає шанс для розвитку нових туристичних продуктів і створення інфраструктури для активного відпочинку, еко-туризму та культурного туризму.

Отже, сільський туризм Івано-Франківської області має значний потенціал для розвитку, що може бути стимульоване як внутрішнім попитом,

так і міжнародними інвестиціями. Виклики, пов'язані з військовим станом, можуть перетворитися на можливості для залучення нових туристів, створення нових туристичних маршрутів та інвестиційних проектів, що сприятимуть соціально-економічному розвитку регіону в майбутньому.

Розвиток воєнно-історичного туризму та активізація інвестицій в інфраструктуру можуть мати позитивний вплив на місцеву економіку, підтримуючи сталий розвиток сільських територій і покращуючи якість життя населення.

Список використаних джерел

1. Бейдик О.О. *Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування*: Монографія. - К.: ВПІЦ «Київський університет», 2001. - 395 с.

2. Биркович В.І. Сільський зелений туризм - пріоритет розвитку туристичної галузі України / В.І. Биркович // *Стратегічні пріоритети. Науково-аналітичний щоквартальний збірник*. - 2008. - № 1(6). - с. 138-142.

3. Верховина - безліч можливостей для відпочинку в Карпатах [Електронний ресурс]: Режим доступу: https://verkhovyna.life/news/2018/09/19/335/view

4. Верховина туристично-інформаційний центр [Електронний ресурс]: Офіційний сайт. Режим доступу до сайту: http://www.verkhovyna.info

5. Верховинська селищна Рада: Режим доступу до сайту: https://verrada.gov.ua/verhovynshhyna/vizytivka

6. Внутрішньо переміщені особи: соціальна та економічна інтеграція в приймаючих громадах [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2016/10/

7. В Україні зафіксували 8 мільйонів внутрішніх переселенців – МОМ [Електронний ресурс]: Режим доступу: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3479969-v-ukraini-zafiksuvali-8-miljoniv-vnutrisnih-pereselenciv-mom

8. В Україні після початку вторгнення зареєструвалися понад два мільйони переселенців [Електронний ресурс]: Режим доступу: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3467359-v-ukraini-pisla-pocatku-vtorgnenna-rf-zareestruvalisa-ponad-dva-miljoni-pereselenciv.html

9. Горішевський П. В. Сільський зелений туризм: організація гостинності на селі: Підручник / П. В. Горішевський, Васильєв В. П., Зінько Ю. В. - Івано-Франківськ: Місто-Н, 2003. - 158 с.

10. Гринів Л., Мацола В. Розвиток рекреаційного підприємництва в Українських Карпатах // *Проблеми регіональної політики: 36. наук. пр.* / Ін-т регіональних досліджень. - Л., 1995. - С. 109-118.

11. Губені Ю.Е. Європейський досвід та теоретичні засади агротуризму / Ю.Е. Губені // *Вісник Львівського ін-ту економіки і туризму*. - 2007. - С. 23-31. Електронний науковий архів Науково-технічної бази. Офіційний сайт. [Електронний ресурс.] - Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua

12. Губені Ю.Е. Європейський досвід та теоретичні засади агротуризму / Ю.Е. Губені // *Вісник Львівського ін-ту економіки і туризму*. - 2007. - 186 с.

13. Державне агентство розвитку туризму[Електронний ресурс]: Режим доступу: https://suspilne.media/culture/570361-podorozi-pid-cas-vijni-ponad-50-ukrainciv-ne-izdili-v-insi-regioni-z-turisticnou-metou-opituvanna/

14. Євдокименко В. К. Регіональна політика розвитку туризму (Методологія формування, механізм реалізації) - Чернівці: Прут, 1996. -288 с.

15. Європейський досвід організації сільського зеленого туризму [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/siltur2.htm

16. Аналіз сучасного стану та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні // *Туризм сільський зелений*. - 2004. - № 1. - С. 8-13.

17. Зелений туризм. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://ruraltourism.com.ua

18. Карпатський центр розвитку туризму [Електронний ресурс]: Офіційний сайт. Режим доступу: http://ruralcarpathians.com/uk/silskyj_turyzm.html

19. Котлінський В. Роль агротуризму як фактора суспільно-економічного розвитку сільських районів Польщі // *Економіка: проблеми теорії та практики: 36. наук. праць*. - Дніпропетровськ: ДНУ, 2002. - Вип. 146. - С. 23-29.

20. Косенко В. М. Трансформація організаційної структури функціонування сільського зеленого туризму // *Матеріали конференції "Відпочинок в сільській місцевості в Україні в XXI столітті: проблеми та перспективи"*. - Переяслав-Хмельницький, 2000.

21. Косівська міська рада: Режим доступу до сайту: https://kosivmr.if.ua/tourism

22. Культурно-просвітницький центр «Вільна Україна» для внутрішньо переміщених осіб [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://uaprosvita.if.ua/культурно-просвітницький-центр-віл

23. Лужанська Т.Ю. Проблеми розвитку «сільського зеленого туризму». / Мукачівський технологічний інститут, 2009.

24. Левицький О. І. Садиби сільського зеленого туризму як об'єкти зайнятості населення в Івано-Франківській області. *Науковий вісник Чернівецького університету. Географія*. - 2013. Вип. 672-673. - С. 133-136. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvchnu_2013_672-673_32

25. Малік М.Й. Сільський аграрний туризм як чинник розвитку сільських територій / М.Й. Малік // *Економіка АПК*. - 2012. - № 5. - с. 35-40.

26. Мельниченко С. В., Єременко А. Ю. Київський національний торговельно-економічний університет [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/melnychenko.htm

27. Мальська М. Основи туристичного бізнесу: Навч. Посіб. / Мальська М., Худо В., Цибух В. - Л.: Вид. центр ЛНУ, 2003. - 153 с.

28. Науковий вісник НЛТУ України: Режим доступу до сайту: https://nv.nltu.edu.ua

29. Основи маркетингу сільського туризму // *Туризм сільський зелений* (спецвипуск) - 2002. - 155 с.

30. Пінчук Т.А. Основні форми та напрями надання послуг сільського туризму // *Перспективи становлення конкурентоспроможної регіональної економіки*. Матеріали VI Пленуму Спілки економістів України та міжнар. наук.–практ. конф. К.: Інститут економіки та прогнозування НАН України, 2010. - С. 25-32.

Додатки

Додаток А

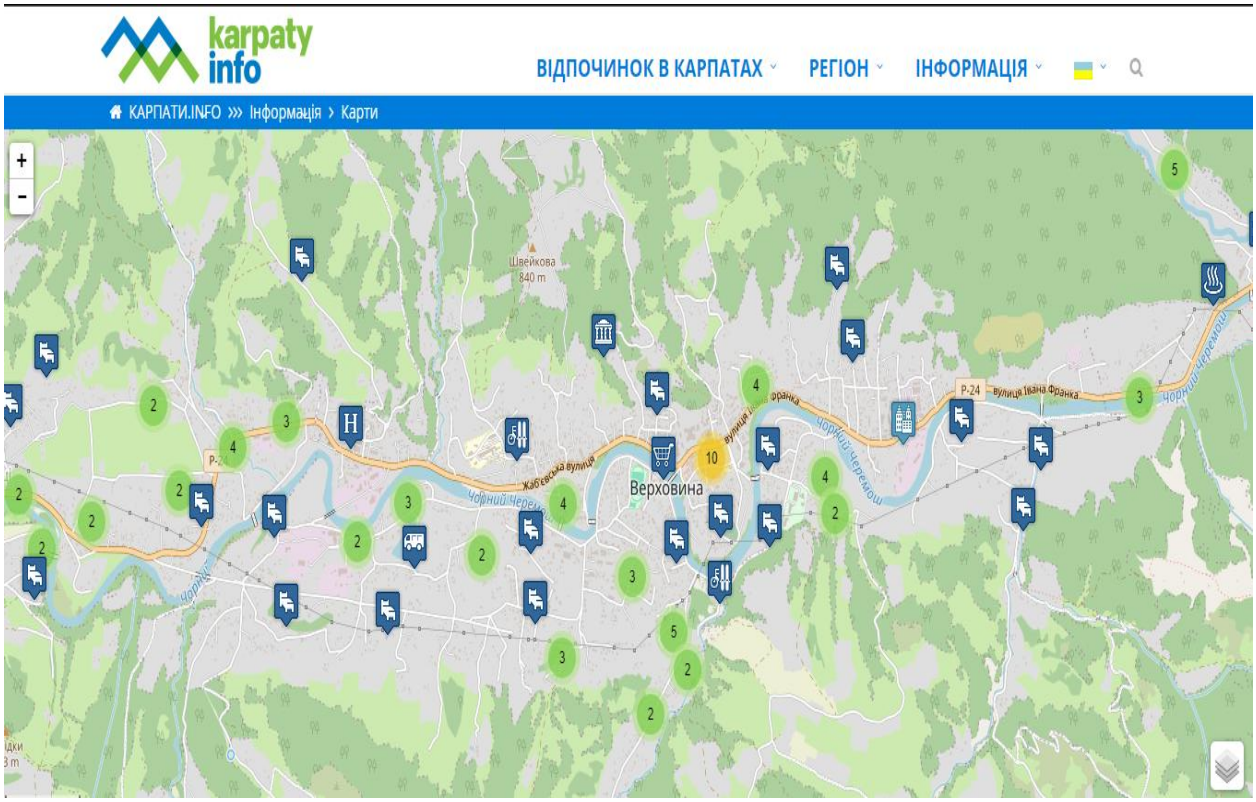

Рис. Заклади розміщення у Верховинському районі

Додаток Б

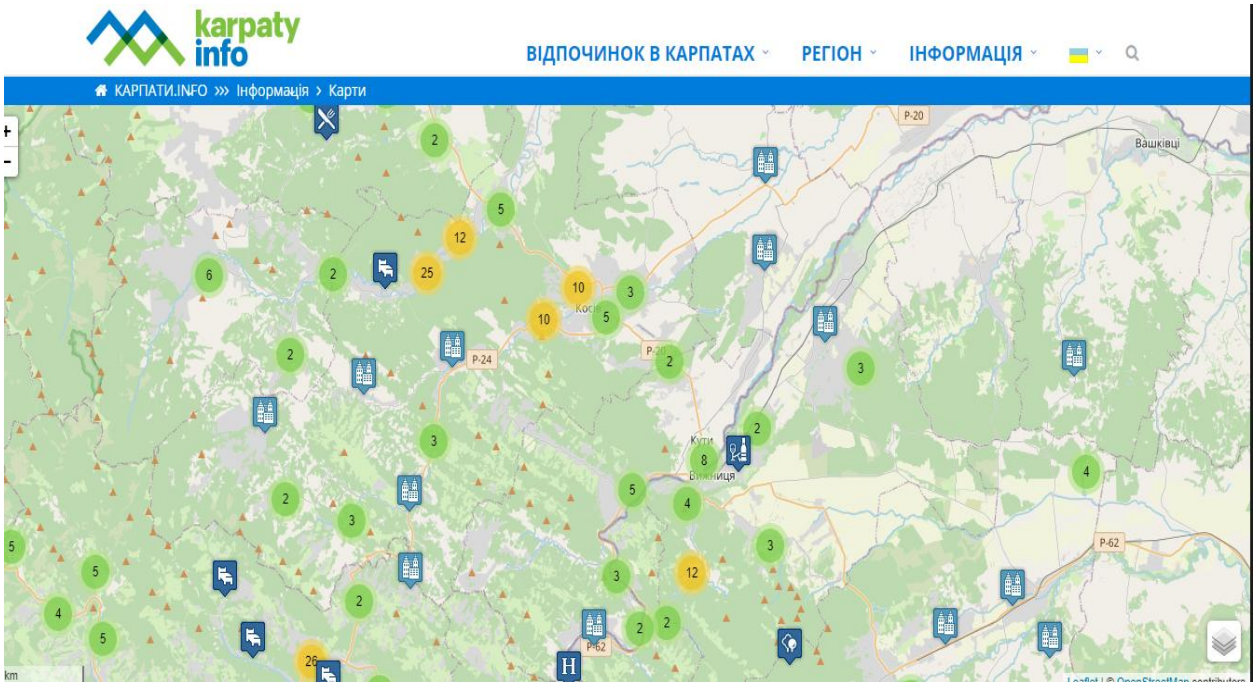

Рис. Заклади розміщення у Косівському районі

Додаток В

Рис. Внутрішній туризм в Україні під час війни

Додаток Г

Рис. . Ставлення людей до подорожей в Україні під час воєнного стану