

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Міністерство освіти і науки України

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ОКОЛОВИЧ ПРИНА ІГОРІВНА

УДК 332.1:334:338.48

ДИСЕРТАЦІЯ

КЛАСТЕРИЗАЦІЯ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

242 – Туризм

24 – Сфера обслуговування

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії з галузі знань 24 –
Сфера обслуговування

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

_____ І. І. Околович

Науковий керівник (консультант): Любіцева Ольга Олександрівна, доктор
географічних наук, професор

Київ – 2023

АНОТАЦІЯ

Околович І. І. Кластеризація сільського туризму в Україні. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 242 «Туризм». – Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, 2023.

Дисертаційне дослідження присвячено розробці моделі кластеризації туризму в сільській місцевості для ефективної організації туризму в громаді на основі різноманітності туристично-рекреаційних умов і ресурсів та з врахуванням принципів сталого розвитку.

У роботі систематизовано та обґрунтовано теоретичні положення дослідження сільського туризму і процесів його кластеризації, зокрема вдосконалено та розвинуто поняттєво-термінологічний апарат – набули подальшого розвитку такі терміни як «сільська гостинність» та «модель кластера сільського туризму», уперше запропоновано трактування поняття «смартспеціалізація туристичного кластера».

Подальшого розвитку отримали також низка теоретичних концепцій. Розвинуто концепцію смартспеціалізації туристичного кластера Домініка Форєя в частині визначення та розкриття туристичного потенціалу території для створення доданої вартості туристичного продукту, зокрема виділено три сценарії розвитку туристичних кластерів, зважаючи на рівень визначення спеціалізації та ступінь розвитку кластерних структур. На базі теорії спіралей (теорія потрійної спіралі Генрі Іцковіца та Лоєта Лейдесдорфа та теорії чотирикомпонентної та п'ятикомпонентної спіралей Еліаса Г. Караянніса та Девіда Ф. Дж. Кемпбелла) обґрунтовано учасників туристичного кластера, де в основі кластера знаходяться туристичні ресурси та атракції території, а структуру складають елементи індустрії, влади, академії та громадськості, що взаємодіють у визначеному середовищі.

Виявлено, що, порівнюючи з іншими туристичними кластерами, кластери сільського туризму мають свої особливості, зумовлені масштабом діяльності, рівнем залученості місцевої громади, підвищеною роллю органів місцевої влади у формуванні та розвитку кластера та його значенням як інструменту сталого розвитку громади. Аналіз досвіду формування та діяльності вітчизняних кластерів сільського туризму дав змогу виділити два основні їх типи за способом утворення: центрові та маршрутні.

Для всебічного вивчення аспектів кластеризації сільського туризму в Україні запропоновано та апробовано авторську методичку туристологічного дослідження кластерів сільського туризму, в основу якої покладено системно-процесуальний підхід, а основним дослідницьким методом для збору первинних даних обрано метод напівструктурованого інтерв'ю. На базі отриманих первинних матеріалів детально проаналізовано процес кластеризації сільського туризму в Україні з виявленням особливостей кластерної співпраці на різних рівнях. Показано, що основними напрямками діяльності кластерів сільського туризму в Україні є організаційний, навчальний, рекламно-маркетинговий, комунікаційний, створення спільного туристичного продукту, розвитку громади та її туристичного потенціалу та напрям співпраці. Виділено проблеми, з якими зіштовхуються кластери під час своєї діяльності, серед яких зовнішні, які характеризують загальний стан розвитку туризму в регіоні, та внутрішні, які стосуються безпосередньо діяльності кластера. Основні вигоди, які отримують учасники кластерів від спільної діяльності, включають соціальні, маркетингові, фінансові, доступ до знань та інформації, доступ до ресурсів та вигоди щодо створення туристичного продукту. Успішність кластерів сільського туризму найбільше зумовлюють такі чинники, як сильне лідерство, розвинений соціальний капітал, підтримка місцевої влади, активний внесок кожного учасника кластера, наявність спільної вигоди, територія із наявними ресурсами, єдина ідея туристичного продукту кластера (визначена спеціалізація), комплексність туристичного продукту кластера, дієвість і висвітлення діяльності кластера.

Підкреслено, що діяльність кластерів сільського туризму в Україні впливає на розвиток громад за трьома напрямками – економічним, суспільно-культурним та напрямом навколишнього середовища, та безпосередньо пов'язана зі сталим розвитком сільських територій. Виявлено, що розвиток сільського туризму має потенціал прямо чи опосередковано сприяти вирішенню більшості проблем, з якими сьогодні зіштовхуються українські села.

Аналіз світового досвіду кластеризації, зокрема Польщі та Естонії, показав, що за кордоном кластерний підхід до розвитку туристичної галузі давно й успішно реалізовується, а ефективність туристичних кластерів значною мірою залежить від їх лідерів та пов'язана із наявністю національних та регіональних політик та програм підтримки кластерів.

На основі опитування власників сільських гостинних садиб із 20 областей здійснено первинну оцінку впровадження засад сталого розвитку в сільську гостинність в Україні. Визначено, що на сьогодні наявне загальне розуміння власниками сільських гостинних садиб концепції сталості та її актуальності та здійснюються спроби імплементації певних аспектів сталості в діяльність із надання послуг сільської гостинності, але, крім цього, є значна потреба та зацікавленість (89,1%) у подальшому отриманні знань, інформації та підтримки в напрямі забезпечення більш сталої діяльності сільських гостинних садиб.

За результатами оцінювання запропоновано багаторівневий підхід до підвищення сталості сільського туризму в Україні, який передбачає цілеспрямовані дії одразу на трьох основних рівнях – рівні туристичної одиниці (сільська садиба), рівні громади та рівні держави. На державному рівні курс на забезпечення сталості сільського туризму може бути імплементований такими заходами як застосування фінансових механізмів, здійснення навчально-просвітницької діяльності, розробка та підтримання стандартів якості, впровадження системи комплексної туристичної статистики. На рівні територіальної громади сталість сільського туризму може досягатися різноманітними діями економічного, соціального, культурного чи екологічного спрямування залежно від потреб та можливостей розвитку громади на даному

етапі. Обґрунтування аспектів сталості на рівні сільських гостинних садиб враховує визначення ключових елементів сталого сільського туризму, напрямів підвищення сталості за конкретними цілями сталого розвитку, етапів розвитку компонентів сталості в сільських гостинних садибах та розробку алгоритму дій власника сільської гостинної садиби із впровадження принципів сталості в діяльність садиби.

На прикладі Камінь-Каширської територіальної громади Волинської області вдосконалено методикку визначення потреби запуску кластерної ініціативи, яка включає оцінювання рекреаційно-туристичних ресурсів громади та наявних туристичних пропозицій, розробку паспорта кластера сільського туризму та проведення SWOT- та PESTE-аналізу для обґрунтування потенціалу розвитку сільського туризму в громаді. На базі методики кластерного розвитку Іфора Ффоукс-Вільямса запропоновано алгоритм запуску кластерної ініціативи сталого сільського туризму, який включає: запуск кластерного бачення в громаді, визначення смартспеціалізації кластера, аналіз внутрішнього середовища діяльності, вибір моделі управління та фінансування, формування місії та візії, визначення первинної стратегії, реалізацію перших ініціатив, формалізацію кластерної ініціативи, бенчмаркінг, формування бренду кластера, налагодження зовнішніх зв'язків, оцінювання результатів діяльності кластера.

За результатами дослідження удосконалено багаторівневу модель кластеризації туризму в сільській місцевості на засадах сталості, яка враховує основні компоненти: туристично-рекреаційні ресурси території (в тому числі наявні туристичні атракції та туристичну інфраструктуру), елемент управління кластером (кластерну організацію, яка здійснює цілеспрямовані зусилля для підвищення конкурентоспроможності та сталого розвитку кластера), склад і структуру учасників (такі групи учасників, як засоби розміщення; заклади харчування; виробники сільськогосподарської та сувенірної продукції; надавачі транспортних, екскурсійних та додаткових послуг; природоохоронні установи; культурні установи; органи влади; освітні, навчальні та наукові установи; громадські організації; засоби масової інформації; сектор реалізації послуг;

надавачі супутніх послуг), рівні учасників (локальний, регіональний, національний, міжнародний), рівні взаємодії в кластері (базовий, рівень залучення, рівень підтримки та рівень впливу), взаємозв'язки між учасниками кластера (внутрішні та зовнішні; горизонтальні, вертикальні та діагональні; соціальні, інформаційні, організаційні, виробничі та фінансові) та середовище діяльності кластера (політико-правове, економічне, соціокультурне та природне). Підкреслено, що запропонована модель є універсальною та може бути адаптована до практичного застосування і для інших кластерів сільського туризму України.

За результатами аналізу сучасного стану сільського туризму визначено чинники, які впливають на його розвиток в Україні, та виділено основні напрями, за якими необхідно здійснювати регулятивні заходи для вдосконалення середовища його розвитку, серед яких інституційно-правове, наукове, кадрове, маркетингове, фінансове та інфраструктурне забезпечення.

Практичні результати дослідження можуть бути використані для формування державної та регіональних програм розвитку сільського туризму; розробки стратегій розвитку територіальних громад та програм розвитку сталого сільського туризму в громадах; розробки концепцій та впровадження кластерів сільського туризму, які сприяють ефективному й раціональному використанню наявних туристичних ресурсів громад та підвищенню їх конкурентоспроможності.

Результати дослідження використовуються Камінь-Каширською міською радою Волинської області в плануванні розвитку сільського туризму в громаді; громадською організацією «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» в напрямі реалізації проєктів взаємодії між громадами, бізнесом та громадянським суспільством у рамках діяльності організації; при викладанні дисциплін «Сільський туризм», «Основи регіонального розвитку туризму» та «Наукові основи сталого розвитку туризму» на географічному факультеті Київського національного університету імені Тараса Шевченка й «Сільський туризм» та «Актуальні проблеми сфери послуг і туризму» на географічному факультеті Львівського національного університету імені Івана Франка; Львівським центром сільського зеленого туризму для розробки концепції

та впровадження етнографічно-екологічного кластера «Бойківські газди» та реалізації освітніх проєктів для агротуристичного кластера «Горбогори». Додатково результати були впроваджені під час імплементації проєкту «Покращення малого бізнесу та розвиток системи університетської освіти через дослідження та просування туристичних кластерів у сільській місцевості в Україні» в рамках Програми співробітництва з розвитку Міністерства закордонних справ Естонії, що був ініційований Талліннським університетом та реалізовувався в співпраці з Київським національним університетом імені Тараса Шевченка, ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» та ГО «Естонський сільський туризм».

Ключові слова: туризм, сталий розвиток, цілі сталого розвитку, сталий розвиток туризму, сільський туризм, сільська гостинність, сільська гостинна садиба, кластеризація, кластеризація сільського туризму, туристичний кластер, кластер сільського туризму, кластерна модель, сільський розвиток, територіальна громада, туристична дестинація.

SUMMURY

Okolovych I. I. Rural tourism clustering in Ukraine. – Qualification scientific work on the rights of the manuscript.

Dissertation for the degree of Doctor of Philosophy in the field of Service Sector, specialty 242 “Tourism”. – Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, 2023.

The dissertation study concerns the development of a model of tourism clustering in rural areas for efficient tourism organization in the community based on the heterogeneity of tourist and recreational conditions and resources and considering the principles of sustainable development.

The work systematizes and substantiates the theoretical statements of the research of rural tourism and the processes of its clustering. In particular, the conceptual and terminological apparatus has been improved – such terms as “rural hospitality” and “model of rural tourism cluster” have gained further development, the interpretation of the concept of “smart specialization of tourism cluster” has been proposed. The concept of smart specialization of the tourism cluster by Dominique Foray has been further developed in terms of determining and revealing the tourist potential of the territory to create added value for the tourist product, in particular, three scenarios of the development of tourism clusters have been highlighted, considering the level of definition of specialization and the degree of development of cluster structures. Based on the helix theories (the Triple Helix theory by Henry Etzkowitz and Loet Leydesdorff and the Quadruple Helix and Quintuple Helix theories by Elias G. Carayannis and David F. J. Campbell), the participants of the tourism cluster have been substantiated, where tourist resources and attractions of the territory are at the core of the cluster, and the structure consists of elements of the industry, government, academia, and the public interacting in a defined environment.

It has been found that, compared with other tourism clusters, rural tourism clusters have their own characteristics, which are related to the scale of activity, the level of local community involvement, the increased role of the local government in the cluster

formation and development, and its importance as a tool for sustainable development of the community. The analysis of the experience of formation and activity of rural tourism clusters in Ukraine has made it possible to distinguish two main types of them according to the method of formation: central clusters and route clusters.

In order to ensure a comprehensive study of the aspects of rural tourism clustering in Ukraine, the author's methodology of tourismology research of rural tourism clusters has been proposed and tested. The methodology has been based on a system-processual approach, and the semi-structured interview method has been chosen as the main research method for collecting primary data. Based on the obtained primary materials, the process of rural tourism clustering in Ukraine has been analyzed in detail, with the identification of the peculiarities of cluster cooperation at different levels. It has been shown that the main directions of activity of rural tourism clusters in Ukraine are organizational, educational, advertising and marketing, communication, creation of a joint tourist product, development of the community and its tourist potential, and cooperation. The problems faced by the clusters during their activities have been highlighted, including external problems that characterize the general state of tourism development in the region, and internal problems that relate directly to the activities of the cluster. The main benefits that cluster participants receive from joint activities include social, marketing, financial, access to knowledge and information, access to resources, and benefits related to the creation of a tourism product. The success of rural tourism clusters has been most determined by such factors as strong leadership, developed social capital, support of local authorities, an active contribution from each participant of the cluster, presence of common benefit, the territory with resources available, a common idea of the tourist product of the cluster (defined specialization), the complexity of the tourist product of the cluster, effectiveness and informational coverage of the activities of the cluster.

It has been emphasized that the activity of rural tourism clusters in Ukraine affects the development of communities in three directions – economic, sociocultural and environmental, and is directly related to the sustainable development of rural areas. It

has been found that the development of rural tourism has the potential to contribute directly or indirectly to solving most of the problems faced today by Ukrainian villages.

The analysis of the foreign experience of clustering, in particular Poland and Estonia, has shown that the cluster approach to the development of the tourism industry has been successfully implemented abroad for a long time, and the effectiveness of tourism clusters largely depends on their leaders and is associated with the presence of national and regional policies and programs for cluster support.

Based on a survey of owners of rural hospitable estates from 20 regions, an initial assessment of the implementation of sustainability principles in rural hospitality in Ukraine has been conducted. It has been determined that today rural hospitable estates owners have a general understanding of the sustainability concept and its relevance and make attempts to implement certain aspects of sustainability in the provision of rural hospitality services, but, in addition, there is a significant need and interest (89,1%) in further obtaining of knowledge, information and support to ensure more sustainable operation of rural hospitable estates.

Based on the results of the assessment, a multi-level approach to increasing the sustainability of rural tourism in Ukraine has been proposed, which involves targeted actions at three main levels: the level of the tourist unit (rural hospitable estate), the community level, and the state level. At the state level, the course to ensure sustainability in rural tourism can be implemented through such tools as the use of financial mechanisms, educational activities, the creation and support of quality standards, and the introduction of a comprehensive tourism statistics system. At the level of the territorial community, the sustainability of rural tourism can be achieved by various economic, social, cultural, or ecological actions, depending on the needs and opportunities of the community development at the current stage. The justification of aspects of sustainability at the level of rural hospitable estates includes the definition of key elements of sustainable rural tourism, directions for increasing sustainability according to the specific sustainable development goals, stages of development of sustainability components in rural hospitable estates, and the development of an

algorithm of actions of the owner of a rural hospitable estate to introduce the sustainability principles into the estate activities.

In the example of the Kamin-Kashyrskiy territorial community of the Volyn region, the methodology for determining the need to launch a cluster initiative has been improved, which anticipates an assessment of the community's recreational and tourist resources and available tourist offers, the development of a rural tourism cluster passport, and conduction a SWOT- and PESTE-analysis to substantiate the potential for the development of rural tourism in the community. Based on the cluster development methodology of Ifor Ffowcs-Williams, an algorithm for launching a cluster initiative of sustainable rural tourism has been proposed, which includes: launching a cluster vision in the community, determining the smart specialization of the cluster, analyzing the internal environment of activity, choosing a management and financing model, forming a mission and vision, defining a primary strategy, implementation of the first initiatives, formalization of the cluster initiative, benchmarking, formation of the cluster brand, establishment of external relations, evaluation of the results of the cluster's activities.

According to the research results, a multi-level model of tourism clustering in rural areas on the basis of sustainability has been improved. The model considers the main components: tourist and recreational resources of the territory (including existing tourist attractions and tourist infrastructure), cluster management element (a cluster organization that makes targeted efforts to increase competitiveness and ensure the sustainable development of the cluster), composition and structure of participants (such groups of participants as accommodation facilities; food establishments; manufacturers of agricultural and souvenir products; providers of transport, excursion and additional services; nature protection institutions; cultural institutions; authorities; educational, training and scientific institutions; public organizations; mass media; sales sector; providers of related services), levels of participants (local, regional, national, international), levels of interaction in the cluster (basic, involvement level, support level and influence level), links between cluster participants (internal and external; horizontal, vertical and diagonal; social, informational, organizational, production and financial) and the environment of the cluster (legal and political, economic, sociocultural and

natural). It has been emphasized that the proposed model is universal and can be adapted to practical application for other rural tourism clusters in Ukraine.

Based on the results of the analysis of the current state of rural tourism, the factors that influence its development in Ukraine have been determined, and the main directions have been identified in which regulatory measures should be implemented to improve the environment for its development, including institutional and legal, scientific, personnel, marketing, financial and infrastructural.

The practical results of the research can be used for the formation of state and regional programs for rural tourism development; preparation of strategies for the development of territorial communities and programs for the development of sustainable rural tourism in communities; concept development and implementation of rural tourism clusters, which contribute to the effective and rational use of available tourist resources of communities and increase their competitiveness.

The results of the research have been used by the Kamin-Kashyrskyi city council of the Volyn region in planning the development of rural tourism in the community; by the public organization “Union for Promotion of Rural Green Tourism Development in Ukraine” in implementing projects of interaction between communities, business and civil society within the framework of the organization's activities; while teaching the disciplines “Rural Tourism”, “Fundamentals of Regional Tourism Development” and “Scientific Foundations of Sustainable Tourism Development” at the Faculty of Geography of Taras Shevchenko National University of Kyiv and “Rural Tourism” and “Actual Problems of the Service and Tourism Sector” at the Faculty of Geography of Ivan Franko Lviv National University; by Lviv center of Rural Green Tourism for the concept development and implementation of the ethnographic and ecological cluster “Boykivski Gazdy” and the implementation of educational projects for the agritourism cluster “Horbohory”. Additionally, the results have been applied during the implementation of the Development Cooperation Project “Improvement of small businesses and development of the university education system through research and promotion of tourism clusters in rural areas in Ukraine” under the Development Cooperation Program of the Estonian Ministry of Foreign Affairs, which was initiated

by Tallinn University and has been implemented in cooperation with Taras Shevchenko National University of Kyiv, NGO “Union for Promotion of Rural Green Tourism Development in Ukraine” and NGO “Estonian Rural Tourism”.

Key words: tourism, sustainable development, sustainable development goals, sustainable tourism development, rural tourism, rural hospitality, rural hospitality estate, clustering, rural tourism clustering, tourism cluster, rural tourism cluster, cluster model, rural development, territorial community, tourism destination.

Список публікацій здобувача

Статті у фахових наукових виданнях України, в яких опубліковано основні наукові результати дисертації

1. **Матвієнко, Н. М., Околович, І. І.** (2018). Сільський туризм: сутність та аспекти понятійно-термінологічного апарату. *Економічна та соціальна географія*, 80, 28–32. DOI:10.17721/2413-7154/2018.80.28-32 (Особистий внесок здобувача: проаналізовано наявні визначення та сутність поняття «сільський туризм» та суміжних понять «агротуризм» та «екологічний туризм»).

2. **Kiptenko, V., Okolovych, I.** (2022). Introduction of sustainable development aspects in the field of rural tourism in Ukraine. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Географія*, 1/2 (82/83), 39-46. DOI:10.17721/1728-2721.2022.82.6 (Особистий внесок здобувача: здійснено збір первинного матеріалу та проаналізовано результати опитування власників сільських гостинних садиб щодо впровадження аспектів сталого розвитку у сфері сільського туризму в Україні).

3. **Околович, І.** (2022). Напрями забезпечення сталості сільського туризму в Україні. *Journal of Innovatios and Sustainability*, 6(4), 01. DOI:10.51599/is.2022.06.04.01

4. **Околович, І.** (2022). Особливості кластеризації сільського туризму в Україні. *Географія та туризм*, 70, 37-49. DOI:10.17721/2308-135X.2022.70.37-49

Опубліковані наукові праці апробаційного характеру

1. **Матвієнко, Н. М., Матвієнко, В. М., Околович, І. І.** (2018). Сільський туризм у контексті сталого розвитку. «Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика» Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції, 288-291. Львів: ЛТЕУ. (Особистий внесок здобувача: визначено специфіку сільського туризму як інструменту забезпечення сталого

розвитку сільських територій, охарактеризовано принципи відповідності розвитку сільського туризму критеріям сталості).

2. **Зінько, Ю., Мальська, М., Дубіс, Л., Васильєв, В., Околович, І.** (2019). Кластери туризму як один з інструментів сталого сільського розвитку України. *IPSI Proceedings*, 12-15. Рим, Італія. (Особистий внесок здобувача: проаналізовано особливості туристичних кластерів, підходи до організації кластерів сільського туризму та їх складові елементи).

3. **Околович, І.** (2020). Сільський туризм і виклики COVID-19: європейський досвід реагування. «Туризм у XXI столітті: виклики та реагування» *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції*, 86-90. Київ.

4. **Околович, І. І.** (2021). Кластеризація сільського туризму як інструмент розвитку сільських територій. *Матеріали зимової сесії Міжнародної Карпатської Школи «Захист вразливих екосистем в умовах пандемії та зміни клімату»*, 79-81. Косів: Наукове товариство імені Шевченка.

5. **Зінько, Ю., Мальська, М., Околович, І.** (2021). Сільський і водний туризм в умовах коронавірусної пандемії. «Водний туризм: національний та міжнародний досвід» *Матеріали наукової конференції з міжнародною участю*, 29-34. Львів: ФОП Корпан Б. І. (Особистий внесок здобувача: проаналізовано вітчизняний та закордонний досвід реагування сільського туризму до кризових ситуацій).

6. **Околович, І. І.** (2022). Естонський досвід формування та діяльності кластерів сільського туризму. *Інтеграція освіти, науки і бізнесу: монографія*, 11, 124-130. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика».

7. **Матвієнко, Н., Матвієнко, В., Околович, І.** (2023). Розвиток територіальних громад через сільський туризм. *Міста та регіони в епіцентрі просторових змін: збірник наукових праць*, 77-78. Київ: ВПЦ «Київський університет». (Особистий внесок здобувача: описано діяльність ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» в напрямі допомоги територіальним громадам у вирішенні актуальних питань сільського розвитку).

8. *Околович, І. І.* (2023). Багаторівневий підхід до підвищення сталості сільського туризму в Україні. *Матеріали зимової сесії Міжнародної Карпатської Школи «Сталий розвиток Карпатського регіону: виклики та перспективи».*

Брала участь в українських та міжнародних конференціях, а саме:

1. I міжнародна науково-практична конференція «Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика», 31 жовтня – 1 листопада 2018 р., Львів, Україна (доповідь).

2. Міжнародна громадсько-наукова ініціатива «Громада: здоров'я, людський потенціал, соціально-економічні інновації», 30 травня 2019 р., Київ, Україна (доповідь).

3. Міжнародна науково-практична конференція «Туризм у XXI столітті: виклики та реагування», 27 листопада 2020 р., Київ, Україна (доповідь).

4. Міжнародна Карпатська Школа «Захист вразливих екосистем в умовах пандемії та зміни клімату», 25–27 лютого 2021 р., онлайн, Україна (доповідь).

5. Наукова конференція з міжнародною участю присвячена 360-річчю Львівського національного університету імені Івана Франка «Водний туризм: національний та міжнародний досвід», 16 квітня 2021 р., Львів, Україна (доповідь).

6. XI Міжнародний круглий стіл «Інтеграція освіти, науки і бізнесу», 23 вересня 2022 р., Запоріжжя, Україна (доповідь).

7. Міжнародна науково-практична конференція «Регіон-2022: стратегія оптимального розвитку», 24 листопада 2022 р., онлайн, Україна (доповідь).

8. Міжнародна Карпатська Школа «Сталий розвиток Карпатського регіону: виклики та перспективи», 15 лютого 2023 р., онлайн, Україна (доповідь).

ЗМІСТ

ВСТУП	19
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСІВ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ	28
1.1. Зміст та суспільно-економічне значення сільського туризму	28
1.2. Теоретичні основи дослідження процесів формування туристичних кластерів.....	45
1.3. Сільський туризм у контексті сталого розвитку	65
1.4. Методика туризмологічного дослідження кластерів сільського туризму	81
Висновки до 1 розділу	88
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ	90
2.1. Аналіз кластеризації сільського туризму в Україні	90
2.1.1. Рівень та особливості кластерної співпраці учасників.....	90
2.1.2. Переваги кластерної співпраці для учасників кластера	114
2.1.3. Вплив кластерної співпраці на розвиток сільських територій	119
2.2. Закордонний досвід кластеризації сільського туризму	123
Висновки до 2 розділу	137
РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ АСПЕКТІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ	139
3.1. Оцінка впровадження засад сталого розвитку у сільській гостинності в Україні	139
3.2. Багаторівневий підхід до підвищення сталості сільського туризму	151
Висновки до 3 розділу	167
РОЗДІЛ 4. МОЖЛИВОСТІ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	169
4.1. Впровадження кластерних моделей з врахуванням принципів	

сталого туризму	169
4.2. Стратегічні перспективи сільського туризму як інструменту сільського розвитку	185
Висновки до 4 розділу	198
ВИСНОВКИ	199
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	205
ДОДАТКИ	220

ВСТУП

Актуальність теми. Сталий розвиток сільської місцевості в Україні став важливим напрямом державної політики ще після підписання Угоди про асоціацію України з Європейським Союзом у 2014 році, як відповідь на вимоги та цінності ЄС щодо життя сільського населення, та лише посилювався після затвердження євроінтеграційного курсу та отримання Україною статусу кандидата на членство в ЄС. У цьому контексті, специфіка сільського туризму полягає в тому, що, окрім первинної ролі – задоволення актуальних потреб споживачів, він є важливим чинником стабілізації села та інструментом забезпечення сталого суспільно-економічного розвитку сільських територій, зокрема завдяки його впливу на формування доходу та диверсифікацію господарської діяльності сільського населення, створення нових робочих місць, розвиток інфраструктури, збереження та відродження традиційної культурної та природної спадщини тощо.

Закордонний досвід засвідчує, що саме кластеризація, як форма самоорганізації сільського туризму є однією з найбільш ефективних, оскільки в сільському туризмі, де туристичні послуги надаються невеликими роздрібними виробниками з обмеженими можливостями та залежать від багатьох чинників, консолідація спільних зусиль та ресурсів дозволяє подолати ключові недоліки у фрагментованому секторі та підвищити його конкурентоспроможність. У результаті кластерна модель дає змогу об'єднати в одне ціле ресурси та спеціалізацію місцевості й на цій основі досягти стратегічних орієнтирів сталого розвитку.

Проте, попри наявність значної кількості кластерних ініціатив у різних регіонах України, потенціал кластеризації сільського туризму у вітчизняному науковому полі досить мало вивчений, що посилює необхідність подальшого теоретичного та практичного дослідження. Комплексність, багатоаспектність кластерних систем та наявність численних чинників, які впливають на створення та розвиток кластерів, разом із недосконалістю системи вітчизняної туристичної

статистики, зумовлюють необхідність розробки нової методики туризмологічного дослідження кластерів сільського туризму.

Теоретико-методологічну основу дисертаційної роботи склали праці вітчизняних науковців, які досліджують питання сільського туризму та туристичних кластерів, зокрема це Д. Басюк, В. Биркович, В. Васильєв, П. Горішевський, Д. Дармостук, В. Дарчук, Ю. Зінько, В. Кіптенко, Н. Кудла, В. Кужель, О. Любіцева, М. Мальська, Н. Матвієнко, М. Рутинський, І. Смирнов та інші. Також були використані наукові напрацювання закордонних учених – G. Ayazlar, R. A. Ayazlar, M. Borkowska-Niszczoła, K. Dashper, L. Gibson, T. Güzel, C. M. Hall, D. Hall, I. Kirkpatrick, E. Michael, M. Mitchell, I. Moric, K. Raju, L. Roberts, M. Sahakyan, A. Suvaryan, T. Yalçınkaya та інших.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження пов'язане з науково-дослідними роботами кафедри країнознавства і туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка, зокрема з науковою темою 19КП050–01 «Індикаторний аналіз сталого розвитку в Україні» (реєстраційний номер УкрІНТЕІ 0119U103875) у складі комплексної наукової програми «Регіональні проблеми раціонального природокористування» (довідка № 050/993–30 від 24.10.2022 р.), під час виконання якої автором було проведене пілотне опитування власників сільських гостинних садиб із метою первинної оцінки впровадження засад сталого розвитку у сільську гостинність в Україні та виявлення за його результатами шляхів забезпечення більш сталої діяльності сільських гостинних садиб.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є розробка моделі кластеризації туризму в сільській місцевості для ефективної організації туризму в громаді на основі різноманітності туристично-рекреаційних умов і ресурсів та з врахуванням принципів сталого розвитку. Для досягнення мети дослідження було визначено та виконано комплекс взаємопов'язаних завдань:

- систематизувати та обґрунтувати теоретико-методологічні аспекти дослідження кластеризації сільського туризму;

- розробити та апробувати методику туризмологічного аналізу кластеризації сільського туризму;

- проаналізувати сучасний стан та особливості функціонування кластерів сільського туризму в Україні та у світі;

- виявити тренди впровадження засад сталого розвитку у сільську гостинність;

- запропонувати уніфіковану кластерну модель ефективної організації сільського туризму на засадах сталості та пропозиції до її практичного впровадження.

Об'єктом дослідження є сільський туризм в Україні. **Предмет дослідження** – кластеризація сільського туризму на засадах сталого розвитку.

Методи дослідження. Для виконання завдань дослідження та всебічного вивчення аспектів кластеризації сільського туризму в Україні, автором було розроблено та апробовано власну методику туризмологічного аналізу кластерів сільського туризму. В основу дослідження було покладено системно-процесуальний підхід, який дав змогу комплексно підійти до дослідження кластерів сільського туризму як до суспільно-просторових систем, виявити та дослідити особливості їх структури, взаємозв'язків між елементами та синергетичних ефектів їхньої взаємодії, що стимулюють їх просторово-часовий розвиток. У процесі роботи були використані різноманітні загальнонаукові та спеціальнонаукові методи: метод дослідницького напівструктурованого інтерв'ю – для збору первинної інформації щодо стану кластеризації сільського туризму в Україні та за кордоном; метод опитування – для збору первинної інформації щодо рівня впровадження засад сталого розвитку у сільській гостинності в Україні; метод якісного контент-аналізу – для аналізу даних інтерв'ю щодо стану кластеризації сільського туризму в Україні та за кордоном (Естонія); статистичний, табличний, графічний та метод якісного аналізу – для обробки результатів опитування власників сільських гостинних садиб; методи аналізу та синтезу, порівняння, систематизації та узагальнення – для опрацювання наявної інформації, обґрунтування теоретичних аспектів дослідження

кластеризації сільського туризму та формулювання проміжних висновків за напрямками дослідження; методи SWOT- та варіації PEST/STEP-аналізу з додаванням екологічного чинника (PESTE) – для обґрунтування потенціалу розвитку сільського туризму та потреби запуску кластерної ініціативи в Камінь-Каширській територіальній громаді; метод моделювання – для обґрунтування теоретико-концептуальної моделі кластера сільського туризму з врахуванням принципів сталого розвитку; абстрактно-логічний метод – для обґрунтування пропозицій та заходів щодо реалізації стратегічних перспектив розвитку сільського туризму в Україні.

Інформаційною базою дисертаційного дослідження стали наукові напрацювання вітчизняних та закордонних вчених із тематики дослідження, матеріали Всесвітньої туристичної організації, законодавчі та нормативні акти, аналітичні матеріали органів державної влади та місцевого самоврядування, первинна інформація з ресурсів Співки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні та результати особистих досліджень автора.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у тому, що:

вперше:

- розроблено та апробовано методіку туризмологічного дослідження кластерів сільського туризму для всебічного вивчення аспектів кластеризації сільського туризму в Україні;

- проаналізовано процес кластеризації в сільському туризмі в Україні, виявлено особливості кластерної співпраці на різних рівнях та її вплив на розвиток сільських територій;

- здійснено первинну оцінку впровадження засад сталого розвитку у сільську гостинність в Україні та запропоновано за її результатами багаторівневий підхід до підвищення сталості сільського туризму;

- запропоновано трактування поняття «смартспеціалізація туристичного кластера»;

удосконалено:

- типізацію кластерів сільського туризму з виділенням двох основних їх типів за способом утворення – маршрутних та центрових;

- методику та алгоритм визначення туристичного кластера та запуску кластерної ініціативи;

- адаптивну багаторівневу модель кластеризації туризму в сільській місцевості на засадах сталості, яка враховує різноманітність туристично-рекреаційних умов і ресурсів та основні структурні компоненти системи кластера (продукти, види діяльності, структуру та склад учасників, характер взаємозв'язків та взаємодії, управління), а також фундаментальні елементи, які визначають особливості середовища функціонування кластера;

- організаційні аспекти розвитку сільського туризму для реалізації стратегічних перспектив сільського туризму як інструменту сільського розвитку;

набуло подальшого розвитку:

- поняттєво-термінологічний та категоріальний апарат дослідження сільського туризму, зокрема такі поняття, як «сільська гостинність», «модель кластера сільського туризму»;

- концепція смартспеціалізації Д. Форей в частині визначення та розкриття туристичного потенціалу території для створення доданої вартості туристичного продукту, зокрема виділено сценарії розвитку туристичних кластерів із врахуванням рівня визначення спеціалізації та ступеня розвитку кластерних структур;

- теорії спіралей (теорія потрійної спіралі Г. Іцковіца та Л. Лейдесдорфа та теорії чотирикомпонентної та п'ятикомпонентної спіралей Е. Г. Караянніса та Д. Ф. Дж. Кемпбелла) у частині визначення учасників кластера сільського туризму, де в основі кластера знаходяться туристичні ресурси та атракції, а структуру складають елементи бізнесу, влади, академії та громадськості, що взаємодіють у визначеному середовищі;

- концепція мікрокластерів у туризмі І. Дж. Майкла в частині визначення особливостей кластерів сільського туризму порівнюючи з іншими туристичними кластерами, які зумовлені масштабом діяльності, рівнем залученості місцевої

громади, підвищеною роллю органів місцевої влади у формуванні та розвитку кластера, та його значенням як інструменту сталого розвитку громади.

Практичне значення одержаних результатів полягає у виявленні особливостей формування та функціонування кластерів сільського туризму за кордоном та в Україні, зокрема рівня кластерної співпраці, переваг кластерної співпраці для учасників кластера та її впливу на розвиток сільських територій, оцінці впровадження засад сталого розвитку у сільській гостинності в Україні, розробці рекомендацій щодо підвищення сталості сільського туризму на рівні туристичної одиниці, громади та держави, аналізі стратегічних перспектив та пріоритетних напрямів сільського туризму як інструменту сільського розвитку та розробці уніфікованої кластерної моделі сільського туризму на засадах сталості і практичних рекомендацій щодо її впровадження на прикладі Камінь-Каширської територіальної громади Волинської області. Матеріали дисертаційного дослідження можуть бути використані:

- органами державної влади для удосконалення законодавчої та нормативно-правової бази щодо розвитку сільського туризму та туристичних кластерів, а також для формування державної та регіональних програм розвитку сільського туризму;

- органами місцевого самоврядування для планування сталого розвитку громади та розробки стратегій розвитку громади загалом та сільського туризму зокрема;

- у роботі громадських об'єднань, ініціативних груп та інших суб'єктів для розробки концепцій формування та діяльності кластерів сільського туризму, які враховують принципи сталого розвитку та сприяють ефективному й раціональному використанню наявних туристичних ресурсів і умов громади та підвищенню її конкурентоспроможності;

- власниками сільських гостинних садиб для підвищення сталості своєї діяльності.

Наукові результати, висновки й рекомендації дисертаційного дослідження пройшли апробацію та прийняті до використання і впровадження Камінь-

Каширською міською радою Волинської області (довідка № 716/01–30/2–23 від 13.02.2023 р.) під час підготовки Програми розвитку туризму та рекреації в Камінь-Каширській територіальній громаді на 2022–2025 роки та проєктних конкурсних заявок, а також у розробці концепції кластера сільського туризму «Водні плеса Камінь-Каширщини»; громадською організацією «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» (довідка № 4 від 20.08.2022 р.) у розробці та реалізації Стратегії Спілки на 2022–2025 роки в напрямі організації роботи з об'єднаними територіальними громадами та реалізації проєктів взаємодії між громадами, бізнесом та громадянським суспільством у рамках діяльності організації.

Додатково результати дисертаційної роботи впроваджено в рамках держбюджетної науково-дослідної роботи 19КП050–01 «Індикаторний аналіз сталого розвитку в Україні» (реєстраційний номер УкрІНТЕІ 0119U103875) у складі комплексної наукової програми «Регіональні проблеми раціонального природокористування», що виконувалася на географічному факультеті Київського національного університету імені Тараса Шевченка (довідка № 050/993–30 від 24.10.2022 р.), а також впроваджено в навчальний процес Київського національного університету імені Тараса Шевченка при викладанні дисциплін «Сільський туризм», «Основи регіонального розвитку туризму», «Наукові основи сталого розвитку туризму» на географічному факультеті (довідка № 050/995–30 від 18.11.2022 р.), в освітній процес кафедри туризму географічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка при викладанні дисциплін «Сільський туризм» та «Актуальні проблеми сфери послуг і туризму» та в практику сільського туризму Львівської області під час розробки концепції та впровадження етнографічно-екологічного кластера «Бойківські газди» та реалізації освітніх проєктів для агротуристичного кластера «Горбогори» (довідка № 90/12 від 21.02.2023 р.).

Запропонована авторська методика туризмологічного дослідження кластерів сільського туризму має міжнародне впровадження у ході імплементації проєкту «Покращення малого бізнесу та розвиток системи університетської освіти

через дослідження та просування туристичних кластерів у сільській місцевості в Україні» в рамках Програми співробітництва з розвитку Міністерства закордонних справ Естонії, що був ініційований Талліннським університетом та реалізовувався в співпраці з Київським національним університетом імені Тараса Шевченка, ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» та ГО «Естонський сільський туризм» (довідка № 08/02/23 від 08.02.2023 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є самостійною науковою працею, у якій викладено результати власних досліджень кластеризації сільського туризму в Україні на засадах сталості. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, у роботі використані лише ті ідеї та положення, які належать здобувачеві особисто.

Апробація результатів дисертації. Основні положення та результати дисертаційного дослідження були апробовані на всеукраїнських та міжнародних науково-практичних конференціях, зокрема: «Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика» (Львів, 2018); Міжнародна громадсько-наукова ініціатива «Громада: здоров'я, людський потенціал, соціально-економічні інновації» (Рим, 2019); «Туризм у XXI столітті: виклики та реагування» (Київ, 2020); Міжнародна Карпатська Школа «Захист вразливих екосистем в умовах пандемії та зміни клімату» (Косів, 2021); «Водний туризм: національний та міжнародний досвід» (Львів, 2021); «Інтеграція освіти, науки і бізнесу» (Запоріжжя, 2022); «Регіон-2022: стратегія оптимального розвитку» (Київ, 2022); Міжнародна Карпатська Школа «Сталий розвиток Карпатського регіону: виклики та перспективи» (онлайн, 2023).

Публікації. Основні положення і результати дослідження опубліковані у 12 наукових працях загальним обсягом 5,2 д.а., з яких 4 статті у наукових фахових виданнях України загальним обсягом 3,3 д.а. (з них 2,5 належать особисто автору) та 8 тез доповідей за матеріалами конференцій обсягом 1,9 д.а. (з них 1,3 належать особисто автору).

Обсяг і структура роботи. Дисертація складається із анотації, вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний

обсяг дисертації становить 301 сторінка, з них основного тексту – 186 сторінок (7,5 д.а). Список використаних джерел включає 158 найменувань на 15 сторінках. Робота містить 15 таблиць (6 із них в основному тексті) та 42 рисунки (21 із них в основному тексті), 12 додатків загальним обсягом 82 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСІВ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

1.1. Зміст та суспільно-економічне значення сільського туризму

Сьогодні сільський туризм активно розвивається в більшості країнах світу та спирається на велику базу напрацьованих теоретичних та прикладних досліджень із різних напрямів – економічного, соціального, культурологічного, історичного, природничого, правового тощо, проте в науковому та практично-організаційному полі все ще немає єдності щодо самого визначення поняття «сільський туризм», що пояснюється декількома причинами. По-перше, у різних країнах світу наявні різні підходи до сільського туризму як різновиду діяльності в сільській місцевості. По-друге, у різних країнах різняться законодавчі підходи й до визначення поняття «сільська місцевість». По-третє, відмінні за засадами організації форми сільського туризму історично розвиваються в різних країнах і навіть у різних регіонах у межах однієї країни [84].

Це створює безліч колізій у спробах виявити сутність сільського туризму, що дало б змогу краще здійснювати його організацію та визначати його реальний і вимірюваний вплив на розвиток сільських територій у локальних та глобальних масштабах. Так, Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) визначає сільський туризм як різновид туристичної діяльності, у котрій досвід відвідувача стосується широкого спектру продуктів, що, як правило, пов'язані з природою, сільським господарством, сільським способом життя та культурою, риболовлею та визначними пам'ятками. Діяльність сільського туризму відбувається в неміських (сільських) районах із такими характеристиками: мала щільність населення; ландшафт та землекористування, де переважають сільське та лісове господарство; традиційна соціальна структура та спосіб життя [152].

Биркович В. І. пропонує таке визначення цього поняття: 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 [6].

З точки зору відносин між споживачем послуг сільського туризму та тим, хто їх надає, Фарйон О. О. визначає сільський зелений туризм як вид підприємницької діяльності щодо надання послуг відпочинку в сільській місцевості з використанням приватної власності мешканців села та природно-культурно-історичних ресурсів місцевості [99].

Ми погоджуємося із трактуванням визначення сільського туризму Васильєва В. П., який стверджує, що «сільський зелений туризм – це специфічна форма відпочинку в селі з використанням природного, матеріального та культурного потенціалу даної місцевості, при цьому проживання, харчування та обслуговування туристів забезпечує сільська родина» [8], оскільки воно лаконічно та всеохопно відображає основну сутність діяльності з організації сільського туризму. Водночас вважаємо за потрібне уточнити його формулювання, щоб підкреслити ключову роль сільської громади в наданні послуг сільського туризму: «...при цьому проживання, харчування та обслуговування туристів забезпечує сільська громада, в тому числі сільська родина».

Різноманітними є також підходи до визначення сільського туризму за кордоном. Так, литовське туристичне законодавство формулює положення, що сільський туризм – це послуги тимчасового проживання у сільській садибі. В Угорщині, як і в Україні, немає визначення сільського туризму на законодавчому рівні – традиційно вживаються словосполучення «сільська хутірська гостинність», «сільський туризм», «сільський аграрний туризм», які окреслюють різновиди робіт і послуг, що виконуються чи надаються сільськими мешканцями у процесі господарювання у власних садибах. У Швеції поширене поняття «сільська гостинність», коли гості можуть займати частину будинку господаря, мати окремі кімнати, проживати в окремому будинку або у наметах на території господарства, а у Данії зазначена категорія характеризується як обслуговування

туристів, які приїхали у село, завдяки чому місцеві жителі отримують додатковий дохід [29]. Отже, і на світовому рівні термінологічна єдність поки відсутня.

Бажання чіткіше окреслити суть такого складного явища як сільський туризм призвело до поширення насамперед в зарубіжній науковій літературі системних концептуальних підходів, коли сільський туризм визначають як складну цілісну систему із сукупністю взаємопов'язаних елементів та характеристик. Так, згідно з одним дослідженням, виділяють п'ять вимірів сільського туризму: характеристики місцезнаходження, мета відвідування, види діяльності, масштаби діяльності та рівень сталості. Характеристики місцезнаходження стосуються сільської місцевості чи сільського середовища, мета відвідування визначає індивідуальні причини мандрівки в сільську місцевість, види діяльності відображають багатогранність сільського туризму, масштаби діяльності вказують на сільські місця з низькою щільністю населення, а рівень сталості характеризує довгострокове використання ресурсів [105].

Пітер Мак Налті, експерт Всесвітньої туристичної організації, представляє іншу перспективу сільського туризму – як концептуальну модель, що складається з низки взаємопов'язаних елементів: сільської місцевості, сільської спадщини, сільського життя та сільської діяльності (рис. 1.1.). В основі цієї моделі лежить сільська громада як основний елемент, що пов'язує всі складники в цілісну систему [149].

Отже, узагальнюючи специфічні риси сільського туризму, що відрізняють його від інших видів, можна виділити такі: місцем відпочинку є сільська місцевість з великим відкритим простором та низькою щільністю населення; відпочинок супроводжується ознайомленням з сільською місцевістю, традиціями, обрядами, побутом, історичною спадщиною; постачальником туристичних послуг є сільська громада, в тому числі окреме селянське господарство; основна послуга – це проживання в сільській місцевості та участь у діяльності селян [19].



Рис. 1.1. Концептуальна модель сільського туризму за Пітером Мак Налті

Джерело: [149]

Зауважимо, що термін «сільський зелений туризм» використовується виключно в українській практиці [49]. Він був уведений у вітчизняне правове поле в 1996 році з реєстрацією всеукраїнської громадської організації «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» [67]. Планувалося, що доповнення терміну «сільський туризм» означенням «зелений» буде підкреслювати його екологічну спрямованість, визнавати своєрідну «зеленість» українського села. Проте, на нашу думку, на практиці це призвело до значних суперечностей, насамперед на законодавчому рівні. Так, Закон України «Про туризм» [23] до основних пріоритетних напрямів державної політики в галузі туризму відносить, серед інших, сільський туризм, а Закон України «Про особисте селянське господарство» [21] дає право членам таких господарств надавати послуги з використанням власного майна, в тому числі й у сфері сільського зеленого туризму. Поняття «сільський туризм» як пріоритетний напрям згадується також і в Стратегії розвитку туризму та курортів на період до

2026 року [96], а поняття «сільський зелений туризм» – в Законі України «Про сільськогосподарську дорадчу діяльність» [22]. Ускладнює цю невідповідність також те, що в Україні до сьогодні законодавчо не закріплений понятійний апарат сільського туризму та не визначено саме поняття.

В останні роки, як і серед вітчизняних дослідників, так і серед практиків та представників громадськості, спостерігається поступовий перехід від терміну «сільський зелений туризм» до терміну «сільський туризм», що дає змогу краще погоджувати цю сферу діяльності з європейським та світовим досвідом. Тому надалі в цій роботі використовуватимемо здебільшого термін «сільський туризм».

Так само, останнім часом із метою підтримання економічної діяльності сільських жителів здійснюються спроби розмежувати категорії «сільський туризм» як вид підсобної діяльності та «туризм на сільських територіях» як вид малого підприємництва за допомогою введення у вітчизняне законодавчо-правове поле поняття «сільська гостинність». Для цього експертами Інституту економіки та прогнозування НАН України та ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» було розроблено проєкт Закону України «Про стимулювання розвитку сільської гостинності в Україні», який визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади регулювання діяльності громадян у сфері сільської гостинності. Законопроєкт визначає сільську гостинність як один із видів диверсифікованої діяльності сільських домогосподарств, які займаються виробництвом сільськогосподарської продукції [93].

Тобто, у вітчизняному контексті, сільська гостинність – це маломасштабна невідприємницька діяльність сільських домогосподарств, яка передбачає надання сільськими господарями послуг проживання, харчування та організації дозвілля особам, які відвідують сільську місцевість із метою відпочинку, оздоровлення, освітньою метою, для ознайомлення з природою, історичною спадщиною, традиціями, особливостями сільського способу життя та праці в сільському господарстві, на базі власних ресурсів сільського домогосподарства. Надалі в цій роботі широко використовуватимемо термін «сільська гостинність» із метою

наголосу на сільському туризмі як виді додаткової діяльності сільських домогосподарств.

Зважаючи на багатоаспектність сільського туризму, варто зазначити, що важливе місце у визначенні сутності цього виду туризму займає встановлення співвідношень між поняттями «сільський» та «зелений», «екологічний», «аграрний», «фермерський» туризм, які нерідко науковцями ототожнюються.

Часто цитований у вітчизняних публікаціях британський словник з подорожей, туризму та гостинності С. Медліка зазначає, що сільський туризм – це відпочинковий вид туризму, сконцентрований на сільських територіях. Його часто ототожнюють із фермерським туризмом, проте сільський туризм є більш широким поняттям і включає також такі специфічні особливості як розвиток природних стежок, місць для пікніків, центрів інтерпретації (музеїв нового типу, спрямованих на збереження і поширення знань про місцеву культурну спадщину) та сільськогосподарських і народних музеїв. За тим же словником, фермерський туризм – це відпочинковий туризм, що здійснюється на діючому фермерському господарстві та набуває різноманітних форм, але незмінно включає розміщення та часто інші послуги для туристів. Фермерський туризм можна розглядати як форму сільського туризму і його ще називають агротуризмом [132].

Ми частково погоджуємось із цим та дотримуємось думки вітчизняних дослідників Рутинського М. Й. та Зінька Ю. В., що поняття «сільський туризм» за змістом є значно ширшим, ніж поняття «агротуризм», а агротуризм є однією з найпоширеніших форм сільського туризму. Метою агротуризму є заняття сільськогосподарськими роботами та аграрною діяльністю, а індивідуальне селянське господарство становить одночасно й нічліжну базу, і головний предмет інтересу туриста. Зі свого боку, фермерський туризм є складовою частиною агротуризму, пов'язаною із прийманням туристів безпосередньо в помешканнях фермерського господарства, часто з мінімальними вимогами щодо зручностей (особливо щодо умов проживання) [84]. Н. Кудла виділяє також окремий вид туризму – агроекотуризм, що визначається як відпочинок у селянській родині, яка займається сільським господарством органічними (біологічними) методами (у

господарствах, які мають необхідні сертифікати чи перебувають у процесі екологічного перепрофілювання) [40].

Повертаючись до поняття «екологічний туризм», бачимо, що за ЮНВТО екотуризм – це різновид туристичної діяльності, яка здійснюється на базі природних екосистем, у якій основною мотивацією відвідувача є спостерігати, вивчати, відкривати, відчувати та оцінювати біологічне та культурне різноманіття з відповідальним ставленням до захисту цілісності екосистеми та підвищення добробуту місцевих громад [152].

Між екотуризмом та сільським туризмом також часто проводять паралелі. На думку Рутинського М. Й. та Зінька Ю. В., обидва види відповідають критеріям сталого туризму і націлені на збереження природного середовища, розвиток традиційної культури, сприяння традиційним формам агрогосподарювання й ремеслам місцевих громад, проте сільський туризм і екотуризм відрізняються основними цілями використання вільного часу. Згідно з дослідниками, сільський туризм передбачає проведення вільного часу у формі стаціонарно-радіальних виїздів чи походів, а екотуризм – це вид проведення вільного часу у формі невинного руху, відкриття дикої природи, маршрутного ознайомлення з природними й історичними атракціями території, похідного пізнання традицій і місцевої культури [84].

Ми погоджуємось із частиною, що поняття «зелений туризм» та «природничий туризм» є синонімами екотуризму, проте хочемо наголосити, що в сучасних реаліях екологічний туризм – це не обов'язково рух та похідне пізнання, оскільки туристи можуть проживати в національному парку, мати радіальні виходи та спостерігати за природою та її елементами (тваринами, птахами, пейзажами тощо). Швидше, основна відмінність полягає в меті подорожі та головному об'єкті туристського зацікавлення. Так, якщо сільський туризм має на меті ознайомлення із сільським способом життя, то екотуризм спрямований на підвищення обізнаності щодо збереження біорізноманіття, природного середовища та культурних цінностей і вимагає спеціальних процесів управління

для мінімізації негативного впливу на екосистему [152]. Найчастіше такий вид туризму організовується на території заповідних природних комплексів.

На противагу, вищезгаданий словник С. Медліка ототожнює екотуризм із природничим туризмом, а зелений відносить до іншої категорії як синонім альтернативного туризму – терміну, що позначає форми туризму, які прагнуть уникнути несприятливих наслідків та посилити позитивні соціальні, культурні та екологічні впливи, та сприймаються як альтернатива масовому туризму [132].

Отже, поняття «сільський туризм», «агротуризм» та «екотуризм» мають різне змістовне наповнення та передбачають різну мету діяльності. Але більшість вітчизняних дослідників під сільським зеленим туризмом розуміють своєрідний синтез трьох різновидів туризму – екотуризму (зеленого), агротуризму (в тому числі фермерського) та сільського туризму. Тому часто в науковій літературі зустрічається твердження, що сільський зелений, агротуризм та екотуризм є організаційними формами сільського туризму як такого [51].

Беззаперечним залишається те, що сільський туризм є складною й багатогранною діяльністю. Залежно від мети подорожі чи характеру послуг, що надаються, він може бути тісно пов'язаний із багатьма іншими видами туризму, такими як гастрономічний, етнічний та етнографічний, пригодницький, кінний тощо. Відобразимо структуру та взаємозв'язки сільського туризму з іншими видами туризму за допомогою схеми (рис. 1.2.):

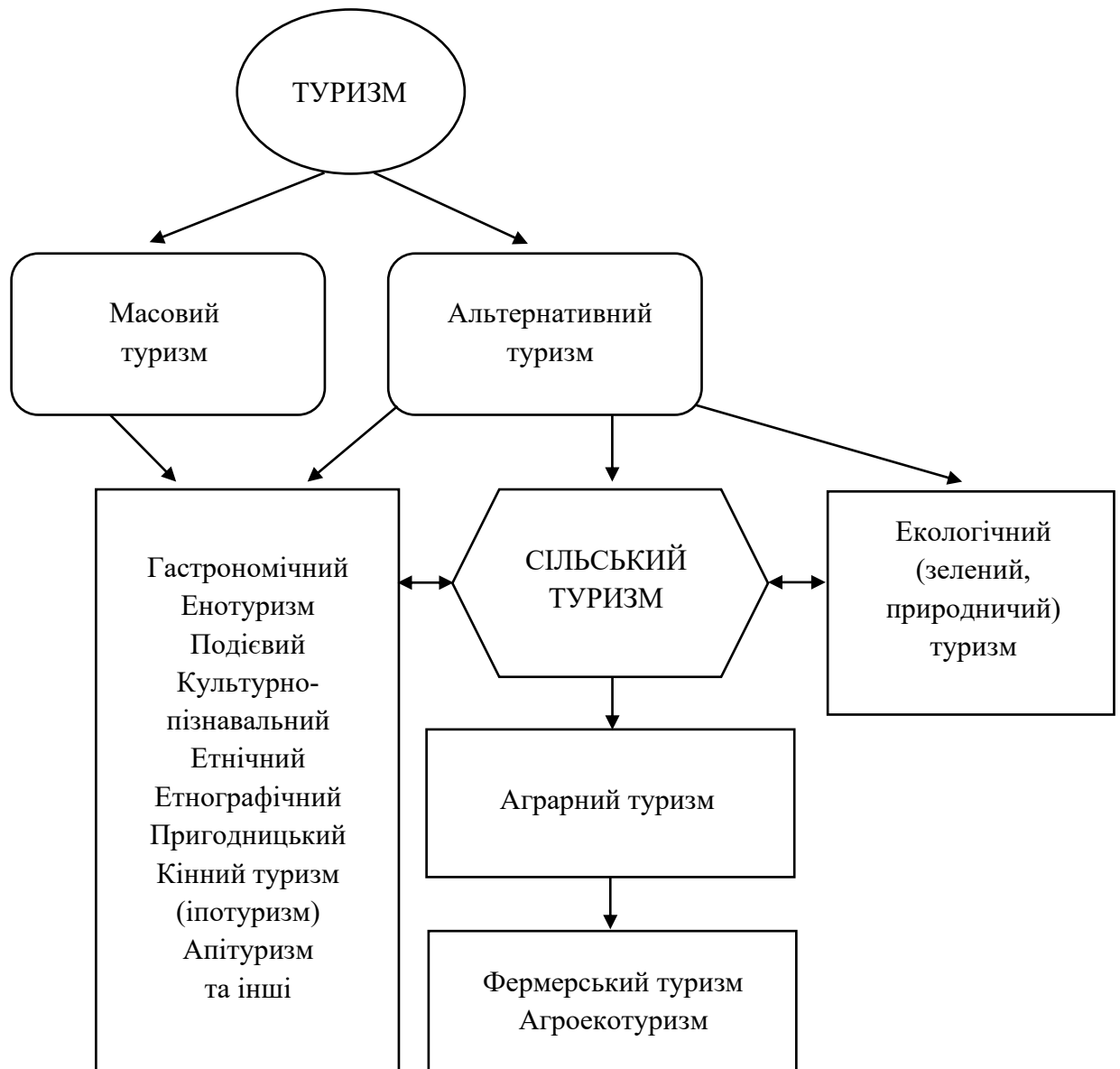


Рис. 1.2. Взаємозв'язок сільського туризму з іншими видами туризму

Джерело: розроблено автором

Отже, основними критеріями визначення сільського туризму серед інших видів можна вважати територію (сільська місцевість) та характер послуг, що надаються. Аналіз вітчизняного та закордонного досвіду дозволив окреслити загальний спектр туристсько-рекреаційних послуг та видів діяльності в сільській місцевості (рис. 1.3.).

Спектр туристсько-рекреаційних послуг та видів діяльності в сільській місцевості

Проживання

- умебльовані кімнати або апартаменти;
- гостьові будинки, котеджі;
- агрокемпінги;
- спеціальне агроготелярство (розміщення в спеціальних агроготелях).

Харчування

- туристи споживають їжу власного приготування;
- туристи харчуються разом із родиною господаря;
- туристи харчуються у їдальні, кафе, таверні, ресторани;
- туристи харчуються на ділянках для пікніку;
- агротуристичний ресторан, власником якого є селянин, який пропонує місцеві страви, що часто готують із продуктів, вироблених у власному господарстві;
- участь у приготуванні та дегустація місцевих страв;
- споживання страв з органічних продуктів, вирощених із застосуванням екологічно чистих технологій.

Дозвілля

Сільськогосподарські види діяльності

- залучення до сільськогосподарських робіт (робота на фермі, городі, у саду, на сіновалі);
- догляд за домашніми тваринами;
- ознайомлення з виробництвом рослинної і тваринної продукції та їх переробкою;
- безпосередній контакт із домашніми тваринами і природою в господарстві;
- збір урожаю;
- відвідування фруктових садів;
- мандрювання кукурудзяними й соєвими лабіринтами;
- польові ігри на території, забудованій солом'яними конструкціями;
- агротуристичні ферми для дітей із контактними зоопарками;
- агротуристичні господарства з відгодівлі диких тварин (оленів, страусів, крокодилів, змії, ведмедів тощо);
- майстер-класи з виробництва сирів, меду, вина тощо.

Культурні види діяльності

- археологія;
- дослідження сільської спадщини;
- навчання народним ремеслам;
- культурні ворк-шопи та майстер-класи;
- художні майстерні;
- споглядання діяльності народних колективів, участь у народних обрядах і культових діях;
- відвідування старовинних сільських будинків, музеїв, історичних місць.

Гастрольні види діяльності

- піші прогулянки та походи (пішохідні доріжки, природні парки, фітнес-траси, екологічні стежки);
- верхова їзда;
- прогулянки в караванах та фургонах;
- їзда на квадроциклах, багі, снігоходах;
- екскурсії по містечку/селу;
- прогулянки на велосипедах;
- бігові лижі;
- автоподорожі;
- сафарі.



Рис. 1.3. Спектр туристсько-рекреаційних послуг та видів діяльності в сільській місцевості

Джерело: розроблено автором за [11, 17, 25, 128, 141]

Зважаючи на широкий спектр послуг, що надаються в межах відпочинку в сільській місцевості, у вітчизняній та закордонній практиці виділяють багато різноманітних видів та форм сільського туризму. Горішевський П., Васильєв В. та Зінько Ю. зазначають, що в Україні сільський туризм історично охопив широкий спектр форм відпочинку на селі: від стаціонарного відпочинку в сільській місцевості (власне сільський туризм), відпочинку в туристичних центрах і на

курортах, що розташовані в селищах і малих містах (аналог Bed&Breakfast), до відпочинку в сільських садибах (агротуризм) [14].

В Україні за чинними господарсько-правовими нормами виділяють також дві організаційно-правові форми сільського туризму – як виду підсобної діяльності та як виду малого підприємництва. Як вид підсобної діяльності, сільський туризм можна розглядати як додатковий щодо основної сільськогосподарської діяльності, що забезпечує додатковий дохід. Така діяльність у сфері сільського туризму найчастіше є сезонною та практично завжди – маломасштабною, тому вона не має належати до підприємницької, а дохід, отриманий від такої діяльності, не має оподатковуватися. Сільський туризм як вид малого підприємництва передбачає будівництво сільськими підприємцями житлових будівель готельного типу, призначених для надання рекреаційних послуг у сільській місцевості [84].

Крім цього, виділяють три моделі організації сільського туризму:

1. Розвиток сільського туризму на базі домогосподарства, особистого селянського господарства, або малого сімейного готельного господарства;

2. Будівництво приватних туристичних об'єктів у сільській місцевості (спеціалізованих готелів, культурно-етнографічних центрів, агротуристичних хуторів);

3. Створення сільськогосподарських тематичних парків та центрів, які зазвичай популяризують нові технології в сільському господарстві, альтернативні джерела енергії, ознайомлення з традиційним сільськогосподарським виробництвом чи пов'язаними з ним святами та традиціями [42].

За кордоном, попри велику різноманітність видів діяльності в сільському туризмі, виділяють дві основні форми організації такого відпочинку – шляхом здачі в найм невеликих будиночків, квартир або кімнат у сільських готелях або котеджах, або шляхом організації проживання туристів у сільському будинку безпосередньо в сім'ї. Наприклад, в Італії сучасний сільський туризм – це розміщення в мініготелях рівня 3-4-х зірок з антикварними меблями, прекрасно обладнаними санвузлами, басейнами, тенісними кортами. Водночас з цією метою

часто реконструюються садиби XVI-XVIII століть або невеликі старі монастирі [14].

В Іспанії сільський туризм передбачає такі основні форми розміщення: на фермах і в садибах, в одному будинку на одній території з господарями, в окремих кімнатах, спеціально обладнаних для приймання туристів; у номерах сільських готелів, спеціально обладнаних для приймання туристів; в історичних будинках (замках, палацах, монастирях), розташованих у сільській місцевості або в невеликих містечках; оренда цілого будинку родиною чи групою туристів [14].

У Фінляндії найбільший попит мають будиночки без господарів, обладнані сучасною технікою, меблями. Вони переважно розташовані на берегах заповідних озер і річок, де туристи можуть займатись спортивною риболовлею [14]. На сьогодні всі перераховані форми та моделі сільського туризму вже успішно апробовані у світовій практиці, а їх практична реалізація залежить від особливостей конкретного регіону.

Найкраще зміст сільського туризму передають також його функції (табл. 1.1.).

Таблиця 1.1.

Функції сільського туризму

Функція	Зміст функції
Відпочинкова	можливість відпочинку, відновлення та покращення фізичного та емоційно-психологічного стану в спокійній затишній атмосфері, подалі від галасу та метушні міста
Оздоровча	оздоровлення організму та покращення імунітету шляхом безпосередньої взаємодії з природою, активної діяльності на свіжому повітрі, споживання натуральних продуктів
Економічна	розвиток сільських територій, створення нових робочих місць, збільшення доходу сільського населення шляхом диверсифікації господарської діяльності, покращення добробуту місцевих громад
Соціальна	налагодження контактів та знайомств, розширення кола спілкування, формування та розвиток соціальних зв'язків
Творча	створення автентичного та унікального туристичного продукту сільського туризму

Продовження таблиці 1.1.

Культурно-пізнавальна	ознайомлення з культурним життям сільської громади, участь у побутово-обрядових подіях, пізнання народних звичаїв та ремесел
Виховна	формування відчуття патріотизму, розвиток моральних та етичних цінностей шляхом навчання поваги до своєї історії та традицій
Освітня (навчальна)	можливість набуття теоретичних знань та практичних навичок (з природознавства, краєзнавства, основ ведення домашнього господарства, ремесел та ін.)
Інформаційна	поширення інформації про ресурсний потенціал території, екологічні, суспільні, економічні проблеми, рівень розвитку людського потенціалу
Екологічна	раціональне споживання природних ресурсів, формування екологічної свідомості особистості, сприяння сталому розвитку сільських територій
Охоронна	захист та збереження природного середовища, історико-архітектурних пам'яток, культурно-етнографічної спадщини
Естетична	задоволення естетичних потреб шляхом спостереження за красою природи, витворів мистецтва, фольклорно-обрядових дійств
Емоційно-психологічна (афективна)	отримання позитивних емоцій та яскравих вражень від споживання туристичного продукту сільського туризму
Інноваційна*	використання інноваційних методів, форм, інструментів та моделей, інформаційних та комунікаційних технологій для створення туристичного продукту та забезпечення сталого розвитку туризму та сільських територій

Джерело: розроблено автором за [40, 68, 83]

** Запропоновано автором*

Основними драйверами, що сприяють стрімкому розвитку сільського туризму, є:

- попит на продукти й послуги сільського туризму генерують високорозвинені та урбанізовані регіони – постійні стреси, що супроводжують життя в мегаполісах, та віддаленість від природного середовища створюють бажання втекти від монокультури міського існування, у той час як сільські населені пункти пропонують можливість спокійного відпочинку та релаксації;

- попит підживлюється медіа, швидким та доступним поширенням інформації та пов'язаним із цим перенавантаженням традиційних туристичних курортів, підвищеним інтересом до альтернативних атракцій – з ненаситним потягом до нового контенту та наслідком надмірної експозиції багатьох

традиційних туристичних напрямків, засоби масової інформації шукають для висвітлення новий та цікавий туристичний досвід;

- підвищення екологічної свідомості та інтересу до взаємодії між людиною та довкіллям. Екологічні проблеми збільшують привабливість сільського досвіду як екологічно стійкого туризму;

- транспорт, зв'язок та усунення політичних та економічних бар'єрів для подорожей полегшують доступність сільських районів;

- зростання кількості FIT-туристів (з англ. FIT – Free Independent Travelers) – вільних незалежних мандрівників. У поєднанні зі збільшенням доходів, можливостями дистанційної роботи з будь-якого куточка світу, кращою поінформованістю про широкий спектр пропонованого досвіду та більшою мобільністю на приватному транспорті, доступність та привабливість сільських напрямків різко покращилися;

- перехід до короткотермінових відпусток – дохід та підходи до дозвілля змінилися, тому є попит на короткий відпочинок із більшим вибором варіантів дозвілля. Зміна режиму роботи збільшує популярність коротких відпусток, які мінімізують вплив відсутності на робочому місці на робочий процес;

- краще освічені мандрівники з високим рівнем особистої усвідомленості підвищують інтерес до відпочинку на природі, екотуризму та туризму з особливим інтересом – індивідуалізм зумовлює потребу в унікальному досвіді, а сільський туризм через свою фрагментованість та різноманітність пропозицій може задовольнити цю потребу;

- підвищений інтерес до культурно-історичної спадщини задовольняється за допомогою сільського туризму, оскільки саме сільські райони часто є центрами збереження традиційної спадщини;

- сільські райони серед широкої громадськості сприймаються як такі, що сприяють покращенню здоров'я, адже пропонують свіже повітря, чисту воду, екологічні місцеві продукти та можливість відпочинку на природі;

- зростання прагнення до справжніх вражень, включаючи взаємодію з місцевим населенням – сільський туризм трактується як реальний, тобто такий,

що винагороджує, збагачує дух, забезпечує пригоди та навчання (з англ. REAL – Rewarding, Enriches the spirit, provides Adventure and Learning) [127];

- у контексті пандемії COVID-19 туризм у сільській місцевості пропонує можливості для відновлення та оздоровлення в той час, коли туристи шукають менш населені, менш відомі та менш відвідувані дестинації, які можуть запропонувати їм відпочинок із мінімальним або обмеженим ризиком. Немасовий характер сільського туризму, використання здебільшого індивідуальних засобів транспорту, екологічність сільської місцевості, наявність пропозицій практично в будь-якому регіоні та в різних цінових категоріях (що також особливо актуально для населення, яке постраждало в тому числі й від проявів світової економічної кризи, спричиненої пандемією) стають важливими критеріями під час вибору цього виду відпочинку [153].

Розглянемо значення сільського туризму через його потенційний вплив на місцеву громаду в межах трьох основних вимірів – економічного, суспільно-культурного та екологічного (табл. 1.2.).

Таблиця 1.2.

Вплив сільського туризму на сільську громаду

Вимір	Позитивний вплив	Негативний вплив
Економічний вимір	<p>Збереження робочих місць (у таких сферах, як роздрібна торгівля, транспорт, гостинність та медичне обслуговування)</p> <p>Створення робочих місць (у готелях та сферах громадського харчування, але може також мати місце в транспорті, роздрібній торгівлі та в інтерпретації спадщини)</p> <p>Підтримання наявного бізнесу</p> <p>Нові можливості для бізнесу та підприємництва</p> <p>Збільшення доходів місцевого населення</p> <p>Диверсифікація джерел доходу та</p>	<p>Місцева інфляція цін</p> <p>Зростання вартості комунальних послуг для місцевого населення</p> <p>Підвищення цін на землю й житло</p> <p>Розбалансування ринку праці (з великою перевагою сезонної, погодинної) та місцевої структури зайнятості (люди вимушені залишати свою традиційну роботу в сільському господарстві або ремісництві)</p> <p>Виникнення автономних комерційних комплексів із неміцними зв'язками з місцевою економікою</p>

Продовження таблиці 1.2.

	<p>джерело додаткового доходу</p> <p>Відкриття нових ринків для місцевих виробів і послуг</p> <p>Вигоди для місцевого самоврядування через податки та збори</p> <p>Загальний мультиплікаційний ефект (хоча в сільській місцевості він, як правило, нижчий)</p>	<p>Розвиток сезонних моделей попиту</p>
Суспільно-культурний вимір	<p>Підтримання наявних місцевих сервісів та послуг і розвиток нових</p> <p>Нові зручності та інфраструктура для місцевої громади, створені для туристів</p> <p>Зменшення міграції населення</p> <p>Полегшення доступу до віддалених та неміських районів</p> <p>Нові можливості для молоді, зменшення відтоку молоді із села</p> <p>Налагодження соціальних контактів</p> <p>Посилення та відродження гордості та ідентичності громади (основа солідарності громади переходить від спільного культурного фону до спільного іміджу)</p> <p>Сприяння зменшенню гендерних та інших дисбалансів соціальної влади</p> <p>Культурний обмін</p> <p>Збереження сільської культури та спадщини, ревіталізація традицій, звичаїв та ремесел</p> <p>Збільшення продажу декоративно-прикладного мистецтва</p>	<p>Тиск на громадські сервіси</p> <p>Скупчення та перенаселення</p> <p>Конфлікти в процесі зіткнення культури місцевого населення та культур відвідувачів</p> <p>Втрата автентичності та спотворення місцевої спадщини й культури внаслідок масового «отоварення» їх як виробів туризму</p> <p>Знищення культури етнічних меншин та корінних народів</p> <p>Зростання злочинності та антисоціальної поведінки</p> <p>Посилення сприйняття жіночої зайнятості як низькооплачуваної та неповної зайнятості та продовження «домашньої ролі»</p>
Екологічний вимір	<p>Захист та збереження ландшафту</p> <p>Покращення довкілля</p> <p>Збереження, утримання та відновлення історичного забудованого середовища</p> <p>Сприяння відновленню та повторному використанню покинутих об'єктів нерухомості</p>	<p>Потенціал для неналежного або занадто великого розвитку та будівництва</p> <p>Забруднення і виснаження навколишнього середовища</p> <p>Руйнування та знищення звичного середовища існування</p>

Джерело: розроблено автором за [31, 67, 105, 127, 141]

Безперечно, сільський туризм не є панацеєю та інструментом розв'язання всіх проблем, з якими стикаються багато сільських районів, але він надає можливості для економічного зростання, суспільного та культурного розвитку та посилення згуртованості громад [111]. У процесі організації сільського туризму залучено велику кількість зацікавлених сторін – стейкхолдерів, кожен із яких отримує певні вигоди від результатів такої діяльності. Проте в центрі завжди знаходиться місцева громада та її потреби, і саме вона ризикує найбільше постраждати від негативних впливів, спричинених неправильною організацією. Для того, щоби мінімізувати загрози та якісно посилити вигоди для всіх учасників процесу, потрібно застосовувати відповідні принципи та інноваційні підходи до планування та управління розвитком, у тому числі принципи сталого розвитку сільського туризму.

1.2. Теоретичні основи дослідження процесів формування туристичних кластерів

Перші положення кластерної теорії були сформульовані Альфредом Маршаллом ще наприкінці XIX століття, проте основоположником її вважають Майкла Портера, який у 1990-х роках описав кластерний підхід у сучасному розумінні. За Портером, кластер визначається як група взаємопов'язаних фірм, постачальників, споріднених галузей та спеціалізованих установ у певних сферах, які концентруються на певній території [139]. Іншими словами, кластер – це територіально-галузеве добровільне об'єднання підприємств, які тісно співпрацюють із науковими установами й органами місцевої влади для підвищення конкурентоспроможності власної продукції та економічного зростання регіону [91].

Кластеризація ґрунтується на уявленні, що спільне географічне розташування подібних фірм призведе до низки синергетичних ефектів, які, якщо їх реалізувати, можуть посилити зростання розміру ринку, рівня зайнятості та виробництва [133]. Хоча початково кластерна теорія була сформульована для

промислового виробництва, з часом вона еволюціонувала до широкого застосування і в інших сферах діяльності, у тому числі й у туризмі.

Кластерам притаманні три обов'язкові характеристики:

- географічна концентрація (місце, локація) – близькість та множинність розміщення підприємств на одній території;

- мережа (взаємозв'язки та взаємодія) – основу кластерної системи складають одночасно конкуренція та співробітництво;

- спеціалізація (смагтспеціалізація, продукт, ідея) – концентрування всіх учасників навколо ланцюга створення вартості в певній сфері діяльності [36].

М. П. Войнаренко визначає необхідні умови виникнення та ефективного функціонування кластера концепцією «5І»:

1. Ініціатива – люди з числа підприємців, представників влади чи громадськості, які здатні об'єднати навколо себе інших учасників кластера;

2. Інновації – нові технології в організації виробництва, збуту, управлінні, фінансуванні тощо, здатні відкрити нові можливості в конкурентній боротьбі;

3. Інформація – доступність, відкритість, обмін знаннями, що дозволяє отримувати переваги в доступі до інших ресурсів;

4. Інтеграція – використання якісних та ефективних технологій співпраці на всіх рівнях взаємодії кластера;

5. Інтерес – основна умова життєдіяльності структури, яка передбачає наявність зацікавленості учасників кластерних об'єднань та отримання ними певних вигод від участі [12].

Туристичний кластер являє собою сконцентровану на певній території групу взаємопов'язаних підприємств та структур індустрії туризму й пов'язаних із нею галузей (охорона здоров'я, зв'язок, транспорт тощо), котрі у своїй взаємодії взаємодоповнюють одне одного в процесі створення комплексного туристського продукту регіону [16]. Результат діяльності туристичного кластера – збільшення тривалості перебування туристів у регіоні через розроблення та реалізацію комплексного туристичного продукту.

Особлива необхідність впровадження кластерних моделей в туризмі пов'язана із гетерогенністю туристичного продукту. На відміну від інших продуктів, що пропонуються виробничими або сервісними компаніями, він є неоднорідним і складається з великої кількості доповнювальних компонентів, що надаються постачальниками з різних державних та приватних секторів. Це становить хорошу базу для взаємодії та співпраці між всіма учасниками туристичної індустрії [157].

Ще однією особливістю, яка відрізняє туристичні кластери від інших видів (виробничих, агропромислових, сервісних тощо), є їх маршрутна територіальна організація. Туристичний маршрут та відповідний йому туристичний потік зв'язує об'єкти, перетворюючи їх із конкуруючих у взаємодіючі елементи системи. Туристичні кластери можуть організовуватися на базі об'єктів інфраструктури (засоби розміщення), об'єктів туристичного інтересу (гірськолижний комплекс) чи певних туристичних дестинацій, але в будь-якому випадку головна умова розвитку туристичного кластера – це наявність або поява маршрутів і туристичних потоків [41].

Основою розвитку туристичного кластера є туристично-рекреаційні ресурси території. Ідентифікація туристичних ресурсів дає можливість визначення необхідних елементів кластера. Унікальність туристичних ресурсів, місцеві традиції й культура відпочинку впливають на вибір специфіки туристичного кластера, процес його формування і визначення основних туристичних продуктів [41].

Найчастіше формування кластера відбувається природним шляхом, але процес прискорення його розвитку потребує цілеспрямованих зусиль, а саме – запуску і розвитку кластерної ініціативи [36]. Кластерна ініціатива – це організовані зусилля, спрямовані на підтримання конкурентоспроможності кластера, що складаються з практичних дій, пов'язаних зі здатністю цих кластерів самоорганізовуватися та дедалі активніше формувати майбутнє кластера. Зазвичай кластерні ініціативи дотримуються підходу знизу-вгору (від бізнесу до органів влади), реалізуються через конкурентний процес і часто ними керують

спеціалізовані посередники, такі як кластерні організації [116]. Кластерні організації – це офіційно зареєстровані організації, які підтримують зміцнення співпраці, створення мереж та навчання в кластерах та стають постачальниками інноваційної підтримки, надаючи або спрямовуючи спеціалізовані та спеціальні послуги з підтримання бізнесу для стимулювання інноваційної діяльності, особливо в малих та середніх підприємствах [116].

Кластери не є синонімом кластерних ініціатив – перші покликаються на концепцію, яка описує реальний економічний феномен концентрації економічної діяльності, а другі означають ініціативу чи політичні зусилля щодо створення, підтримання або модернізації кластера. Кластерні ініціативи можуть допомогти кластеру досягти більш високих рівнів ефективності, наприклад, через зміцнення зв'язків або сприяння колективним діям для поліпшення ділового середовища, характерного для кластера [116].

Варто зауважити, що у вітчизняних туристичних реаліях діяльність кластерних ініціатив не завжди є успішною й результативною з погляду створення продуктивного кластера. Налагодження ефективних зв'язків та формування організаційного та економічного механізмів взаємодії в кластері залежить у тому числі від соціальних чинників, таких як створення атмосфери довіри між учасниками та налагодження особистісних комунікацій. Оскільки це потребує тривалого часу, то розвиток у такому проєкті може бути експоненційним, тобто перші два-три роки (за оптимістичним сценарієм) більшість процесів не даватиме дуже очевидного результату, але потім може реалізуватись у вигляді «ядерної реакції» [2]. У зв'язку з цим багато кластерних ініціатив зневірюються ще до отримання видимих ефектів діяльності і припиняють свою роботу передчасно.

Важливе значення сьогодні в кластерній теорії відводять концепції смартспеціалізації, яку розробив професор Домінік Форей у 2005 році. Вона одразу стала центральним елементом європейської стратегії конкурентоспроможності, ціль якої – визначати й розвинути в європейських регіонах спеціалізації з високою доданою цінністю [36]. Смартспеціалізація – це

концепція та політика інноваційного регіонального розвитку, яка сприяє економічному зростанню через краще розкриття його потенціалу. Смартспеціалізація базується на партнерстві між представниками бізнесу, влади, науково-технічних установ та громадськості. Особливість цієї політики полягає в тому, що влада спонукає та стимулює підприємців, науку та розробників краще співпрацювати з підприємствами для розкриття головних напрямів та/або секторів спеціалізації регіону. Кластери є важливими в цій концепції і як головні «блоки» для будівництва такої спеціалізації, і як засоби впровадження цієї стратегії [82]. Згідно з цією концепцією, регіон проходить процес підприємницького пошуку та відкриття для з'ясування того, що він робить найкраще, своїх конкурентних переваг та пов'язаних із цим інноваційних можливостей, і працює над розробленням спільних дорожніх карт та погодженням інвестиційних програм, що забезпечує системне та стратегічне бачення, необхідне для сучасної кластерної політики [116].

Смартспеціалізація займає особливе місце в процесі створення туристичних кластерів. Якщо промислово-виробнича спеціалізація регіонів зазвичай формується тривалий час, часто залежить від конкретного типу наявних природних ресурсів та сировини і, у зв'язку з цим, рідко еволюціонує, то завдяки таким особливостям, як неоднорідність туристичного продукту та невідчутність, нематеріальність туристичних послуг, туристична спеціалізація є більш гнучкою й у деяких випадках може безпосередньо залежати від напряму цілеспрямованих дій кластерної ініціативи.

Отже, смартспеціалізація туристичного кластера – це концепція інноваційного розвитку туристичного кластера, яка описує процес та результат взаємодії учасників кластера щодо визначення його конкурентних переваг, базуючись на наявних та потенційних туристично-рекреаційних ресурсах території (природних, історико-культурних, інфраструктурних, подієвих тощо), які можуть бути використані для створення та реалізації комплексного туристичного продукту кластера та визначають напрям дій кластерної ініціативи щодо його майбутнього розвитку.

Зважаючи на рівень визначення спеціалізації, ступінь розвитку кластерних структур та наявність кластерних ініціатив, можемо визначити три сценарії розвитку туристичних кластерів:

1. У регіоні існують первинні кластерні структури, зв'язки та наявна спеціалізація, що сформувались історично на базі унікальних туристично-рекреаційних ресурсів та умов, але відсутня дієва кластерна ініціатива. Така ситуація часто спостерігається в гірськолижних та винних регіонах. Розвиток регіону в такому випадку відбувається лінійно, туристичні підприємства розрізнені та не мають можливості працювати максимально ефективно, кластер не розвивається й не може ефективно конкурувати з іншими більш потужними регіонами чи на міжнародному рівні.

2. У регіоні немає очевидних кластерних структур та зв'язків і розвиненої спеціалізації, але створена дієва кластерна ініціатива. Насамперед кластерній ініціативі необхідно спрямувати зусилля на визначення або створення місцевої туристичної смартспеціалізації, налагодження та розвиток ефективних взаємозв'язків та формування механізмів взаємодії. Розвиток кластера буде поступовим та відбуватиметься експоненційно – у перший час потрібно вкласти багато зусиль із не одразу відчутними результатами, проте вже за декілька років кластер може бути ефективним та конкурентоспроможним.

3. У регіоні існують первинні кластерні структури, зв'язки та наявна спеціалізація, що сформувались історично на базі унікальних туристично-рекреаційних ресурсів та умов, та створена дієва кластерна ініціатива. Кластерній ініціативі необхідно спрямувати ресурси на створення та розвиток бренду та іміджу регіону, поглиблення наявної спеціалізації, зміцнення наявних взаємозв'язків та залучення нових учасників кластера. При правильній організації активної діяльності кластер може розвиватися швидкими темпами та підвищувати свою конкурентоспроможність.

Одними із найважливіших компонентів розвитку кластера є його соціальні та нематеріальні складники. Дослідник туристичних кластерів та мереж Колін Майкл Холл зазначає, що активні соціальні канали є настільки ж важливими в

діяльності кластерів, як і географічна концентрація підприємств, адже без активних каналів навіть критична маса взаємопов'язаних фірм не є місцевою виробничою чи соціальною системою і, отже, не діє як кластер. Крім соціальних взаємозв'язків та довіри, необхідно створювати та розвивати такі елементи нематеріального капіталу, як інтелектуальна власність, бренд, талант [123].

Важливим є розуміння відмінності поняття «туристичний кластер» від понять «туристична дестинація», «мережа», «об'єднання», які дуже часто ототожнюють.

За ЮНВТО, туристична дестинація – це фізичний простір, у якому турист проводить принаймні одну ніч. Вона включає туристичні продукти, такі як допоміжні послуги та атракції, та туристичні ресурси, має фізичні та адміністративні межі, що визначають управління нею, а імідж та сприйняття визначають її ринкову конкурентоспроможність [150]. І туристичний кластер, і дестинація передбачають розміщення в межах одного фізичного простору продуктів, послуг та видів діяльності вздовж ланцюжка вартості туризму. Тобто, саме чинник географічної об'єднаності зближує поняття дестинації і кластера. Однак, у розумінні туристичної дестинації визначальним аспектом є територіальна ознака, тобто наявність туристичних ресурсів на конкретній території, а в розумінні туристичного кластера визначальним є характер економічної взаємодії підприємств туристичної індустрії між собою та з іншими господарюючими суб'єктами, а також системоутворювальна роль цих підприємств у формуванні територіально-виробничого комплексу [39]. Експерти всеукраїнського проекту «Туристичні кластери 300+» зазначають, що найбільш ефективним способом розвитку дестинацій є створення туристичних кластерів. Тобто, кластер – це лише інструмент створення дестинації, а не кінцева мета [81]. Об'єднання всіх зацікавлених сторін у конкурентоспроможному туристичному кластері забезпечить можливість функціонування регіону як ефективної та стійкої туристичної дестинації.

Часто створенню кластерів може передувати певна мережа локальних партнерів. Мережа стосується широкого кола співпраці між організаціями, що в

іншому випадку конкурують між собою, та між організаціями, пов'язаними економічними та соціальними відносинами та операціями [123]. Однак між мережею і кластерами також є різниця:

- на відміну від кластера, мережа може формуватися будь-де й може не бути прив'язана до певної географічної території;

- у мережі обмежене членство, а кластер – відкрита система;

- мережа ґрунтується на контрактних відносинах і зобов'язаннях, а кластер – на соціальних цінностях, довірі, взаєморозумінні;

- мережа спрощує для учасників складний виробничий процес, кластер створює попит і залучає компанії зі схожими та взаємодоповнювальними послугами;

- мережа заснована на кооперації, кластер – на кооперації та конкуренції;

- мережа має спільні бізнес-цілі, кластер – колективне бачення [145].

Що стосується кластерів та об'єднань (альянсів), то концепція кластера передбачає кооперативний обмін одночасно й між компаніями-учасниками, і між місцевою громадою, де він географічно розташований. Переваги кластеризації доступні всім учасникам кластера та розповсюджуються й на приймаючу громаду, керуючись економічною динамікою синергії, яку приносить близькість місця розташування та кооперативна практика, і тому кластер може бути проаналізованим у контексті регіонального та місцевого розвитку. У той же час переваги альянсів призначені для отримання лише тими фірмами, які роблять індивідуальний комерційний вибір належності до такого об'єднання, і тому стають частиною стратегічного процесу для власного зростання та комерційного прибутку фірми [133].

В науковій літературі зустрічаються багато різноманітних класифікацій туристичних кластерів за різними критеріями (табл. 1.3.).

Таблиця 1.3.

Класифікація туристичних кластерів

Критерій	Види туристичних кластерів
За географічним розташуванням	локальні; регіональні; міжрегіональні; національні; міждержавні; транскордонні
За силою конкурентних позицій	ті, що мають міжнародну конкурентоспроможність; ті, що виступають як національні лідери; ті, що мають середні або слабкі конкурентні позиції
Залежно від ініціатора формування	створені «зверху донизу» з ініціативи органів державного управління; формуються «знизу вгору» з ініціативи бізнесу
За формою управління	управляються бізнес-структурами; управляються органами державної влади; управляються на засадах державно-приватного партнерства
За способом формування	цільові (штучні); ті, що склалися історично (еволюційні)
За рівнем туристичного освоєння	кластери найбільшого туристичного освоєння; кластери великого туристичного освоєння; кластери середнього та перспективного туристичного освоєння; кластери малого туристичного освоєння
За стійкістю конкурентних позицій	сильні; стійкі; потенційні; латентні
За результатами діяльності	виробничо-туристичні; сервісно-туристичні
За рівнем організаційної оформленості	формальні; неформальні
За видами туристичних ресурсів	водні; лісові; гірські; змішані
За характером туристичної діяльності	культурно-пізнавальні; культурно-розважальні; санаторно-курортні; кластери сільського туризму; екологічні; еногастрономічні та інші
За рівнем інтеграції	горизонтальні; вертикальні; діагональні

Джерело: розроблено автором за [3, 38, 41, 45, 52, 133]

Структуру та склад учасників будь-якого кластера можна визначити за допомогою теорії потрійної спіралі. Теоретичні основи цієї моделі, яку ще називають «потрійна спіраль інновацій», були викладені Генрі Іцковіцем та Лоетом Лейдесдорфом у 1995 році. Згідно з концепцією потрійної спіралі, взаємодія між трьома ключовими елементами – академією (сюди входять наука та освіта), владою та бізнесом є фундаментальною основою інноваційного економічного та суспільного розвитку [114]. Кластери вважають одним із

практичних інструментів впровадження цієї моделі і практика показує важливість такого співробітництва для успішного розвитку кластера.

У 2009 році дослідники Еліас Г. Караянніс та Девід Ф. Дж. Кемпбелл запропонували у відповідь на сучасні суспільні виклики вдосконалити модель потрійної спіралі та додали четвертий компонент у рамках взаємодії академії, бізнесу та влади – громадськість, куди входять громадянське суспільство та засоби масової інформації. Пізніше було додано також п'ятий елемент – навколишнє середовище. П'ятикратна спіраль розглядає природне середовище суспільства як рушій для продукування знань та інновацій, у тому числі для розв'язання проблем сталого розвитку (рис. 1.4.). Усі ці теорії в подальшому знайшли широке прикладне застосування в практичній реалізації кластерних підходів [137].

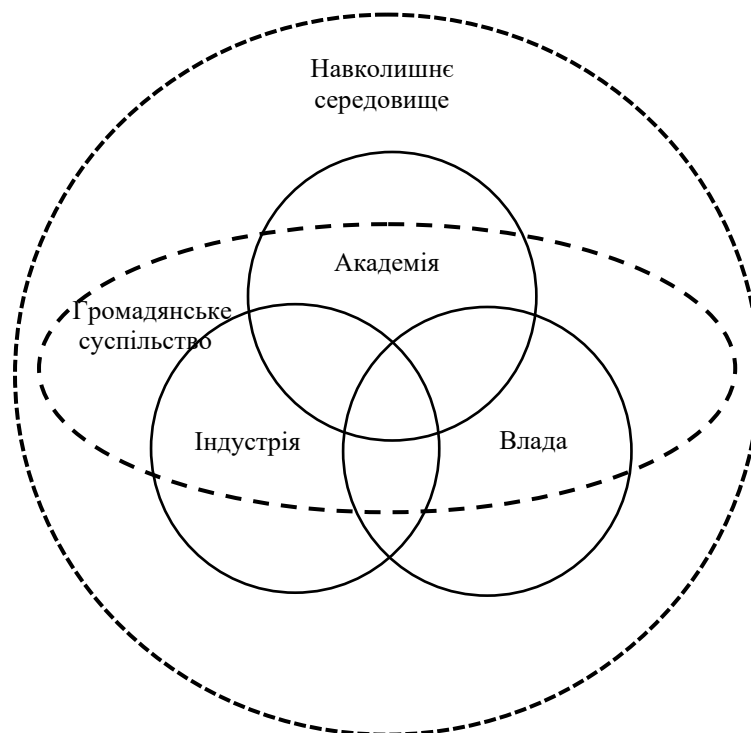


Рис. 1.4. Модель ефективної взаємодії учасників кластера за теорією п'ятикратної спіралі Еліаса Г. Караянніса та Девіда Ф. Дж. Кемпбелла

Джерело: [109]

Беручи за основу п'ятикратну спіраль взаємодії Еліаса Г. Караянніса та Девіда Ф. Дж. Кемпбелла, узагальнимо можливих учасників туристичного кластера, де в основі кластера знаходяться туристичні ресурси та атракції, а структуру складають елементи бізнесу, влади, академії та громадськості, що взаємодіють у визначеному середовищі (рис. 1.5.).

Варто зауважити, що у зв'язку з відмінними особливостями туристичного продукту, деякі елементи кластера, які вносимо в категорію «бізнес», інколи не є бізнесом у звичному розумінні – це можуть бути, наприклад, заклади охорони здоров'я чи музеї державної власності, тому зазначимо цю категорію як «Продукти та послуги». До неї входитимуть суб'єкти, які в кожному конкретному туристичному кластері можуть бути залучені до виробництва, просування та реалізації туристичного продукту. Серед них виділимо основних учасників – за основними компонентами індустрії туризму, та провайдерів допоміжних продуктів та послуг. Підкреслимо, що представлена схема має на меті зобразити лише узагальнений потенційний склад та структуру учасників туристичного кластера, а не характер взаємодії та зв'язків між ними, тому не позиціюється автором як повноцінна модель функціонування туристичного кластера.

Ключовими напрямками діяльності кластерної ініціативи туристичного кластера можуть бути [36, 37]:

1. Інформація та комунікації – створення бази даних стейкхолдерів кластера; створення вебсайту для представлення туристичного потенціалу та продуктів кластера; контактування зі ЗМІ; випуск інформаційних матеріалів – брошур, буклетів, публікацій, вісників; проведення зустрічей, заходів, навчальних турів, обмін досвідом; відвідування компаній та інших стейкхолдерів кластера; створення туристично-інформаційних центрів;

2. Навчання – аналіз навчальних потреб; забезпечення проведення професійно-технічного та управлінського навчання; систематичне проведення спеціальних заходів (практичного навчання, семінарів, тренінгів); співпраця з науковими інститутами та освітніми закладами; підвищення рівня кваліфікації та

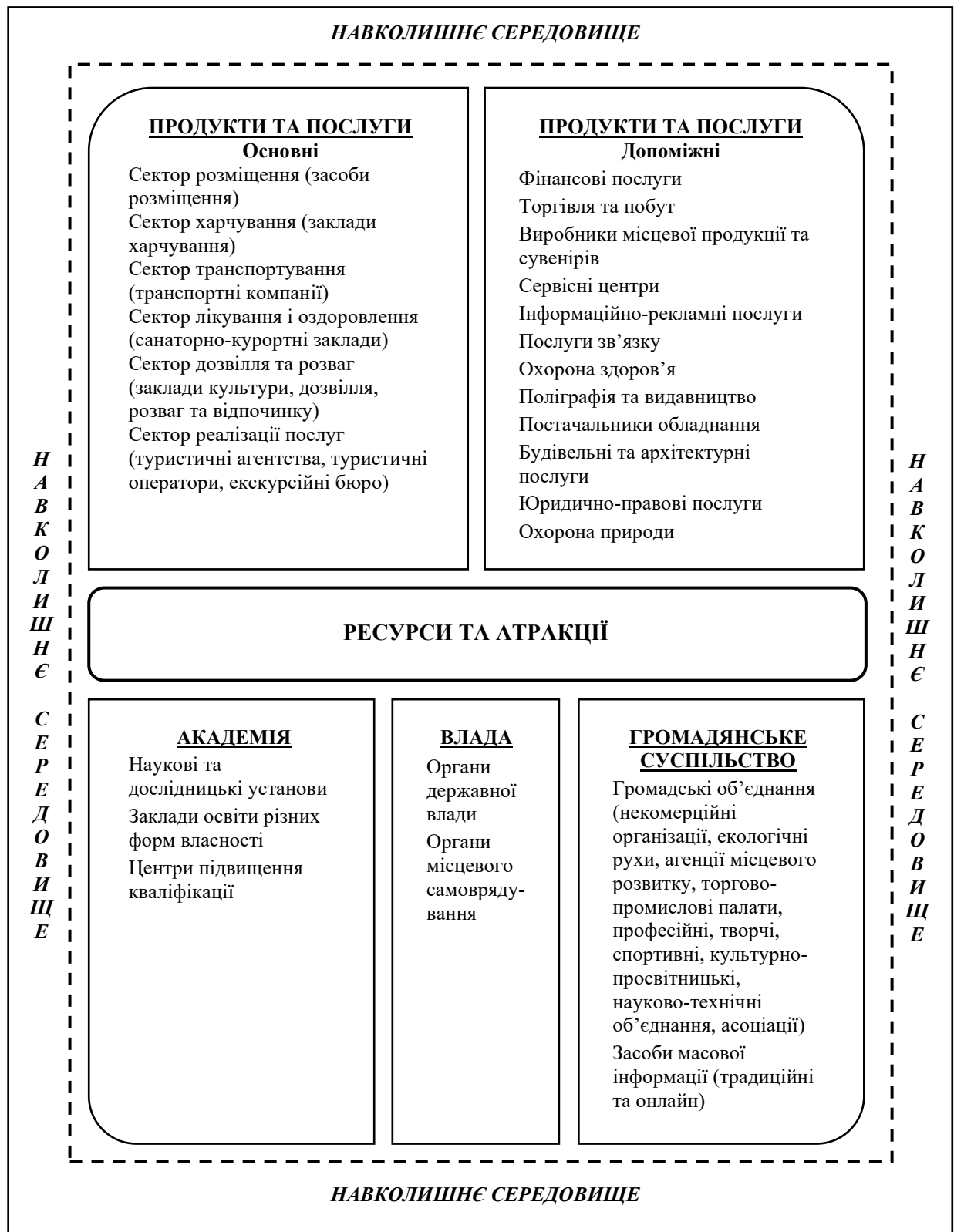


Рис. 1.5. Учасники туристичного кластера за концепцією п'ятикратної спіралі Еліаса Г. Караянніса та Девіда Ф. Дж. Кемпбелла

Джерело: розроблено автором

інтелектуального потенціалу працівників туристичної сфери; формування зв'язків бізнесів з університетами та бізнес-школами;

3. Співпраця – налагодження соціальних зв'язків, виконання ролі «мосту» між різними учасниками кластера, збагачення процесу взаємодії; співпраця між туристичним бізнесом, місцевою владою та громадськістю, науково-дослідними структурами, центрами знань та постачальниками спеціальних сервісів; ініціювання та підтримання реалізації спільних проєктів; спільне розроблення нових туристичних маршрутів та продуктів;

4. Маркетинг та промоція – підвищення активної участі наявних стейкхолдерів кластера, залучення до ініціативи нових компаній та організацій; створення, управління та зміцнення бренду кластера; формування та управління туристичним іміджем регіону; PR та рекламна діяльність, промоція туристичних можливостей регіону на регіональному, загальнонаціональному та міжнародному рівнях; спільна участь у виставках, ярмарках, проведення презентацій;

5. Інтернаціоналізація – доступ до міжнародних заходів, конференцій, тематик, відвідувачів та трендів; спільна діяльність із міжнародними кластерами; популяризація кластера серед відвідувачів з інших країн (в тому числі представників бізнесу, академії, державенцій, журналістів);

6. Інвестиції та фінансування – залучення приватних інвестицій; залучення фінансування на реалізацію спільних проєктів із місцевих та державного бюджетів, міжнародних фондів, донорів та програм;

7. Розвиток туристичної інфраструктури регіону – проведення інвентаризації туристично-рекреаційних ресурсів, створення реального реєстру об'єктів туристичної інфраструктури (наявної та потрібної); здійснення заходів щодо збереження та реконструкції історичних пам'яток; маркування туристичних маршрутів, встановлення вказівників, облаштування пунктів відпочинку; розвиток допоміжної соціальної інфраструктури.

Створення та функціонування туристичних кластерів має значні переваги як для їх учасників, так і для регіону. Для учасників – це зниження витрат завдяки близькості постачальників і наявності між ними конкуренції; полегшений доступ

до ресурсів завдяки спільності їх використання (в тому числі інформаційних, фінансових, кваліфікованих кадрів, технологічних рішень, ринків збуту); розроблення та впровадження сумісних маркетингових та рекламних заходів; можливість спільної участі в туристичних ярмарках, виставках; збільшення можливостей до запровадження та підвищення здатності до сприйняття інновацій; налагодження соціальних контактів у мережі та накопичення соціального капіталу, обмін досвідом; підвищення конкурентоспроможності підприємств та зростання продуктивності; підвищення якості послуг, що надаються. Переваги для регіону – активізація підприємницької діяльності, поява нових підприємств; підвищення інвестиційної привабливості регіону; ріст експортного потенціалу, забезпечення стійкого розвитку соціальних процесів; розвиток туристичної інфраструктури в регіоні; сприяння збереженню й раціональному використанню туристичних ресурсів; розширення асортименту туристичних послуг та підвищення їх якості; створення та просування туристичного бренду регіону, покращення іміджу; сприяння розвитку галузей господарства, що є суміжними до туристично-рекреаційної діяльності [15, 16, 38, 41, 65].

Кластер сільського туризму можна визначити як сконцентровану на певній території групу взаємопов'язаних підприємств, установ та організацій сфери туризму й гостинності (туроператори, турагенти, засоби розміщення, харчування) та інших пов'язаних із нею галузей (транспорту і зв'язку, освіти, культури, торгівлі, охорони здоров'я та ін.), місцевих органів влади та громадських об'єднань, які взаємодіють і взаємодоповнюють один одного для створення комплексного сільського туристичного продукту території [91].

Окреме господарство самостійно не здатне сформувати та реалізувати привабливий агорекреаційний продукт. Для створення туристичного продукту сільського туризму необхідні зусилля багатьох людей і представників багатьох галузей, об'єднаних спільною метою [43]. Основним завданням кластера сільського туризму є навчання, фінансування, маркетинг та всебічна підтримка розвитку сільського туризму в регіоні. Переваги створення кластера сільського туризму полягають у тому, що з різних підприємців (власників садиб,

представників сфери послуг, місцевих майстрів), державних органів та органів місцевого самоврядування, громадськості утворюються об'єднання, які завдяки координації спільних зусиль можуть ефективно створювати й реалізовувати туристичний продукт сільського туризму, наслідком чого буде всебічний розвиток сільських територій через ефективне використання ресурсів [16].

Порівняно з іншими видами туристичних кластерів, кластери сільського туризму мають свої особливості [62], які зумовлені, перш за все, масштабом їхньої діяльності. Зазвичай, кластери сільського туризму – це невеликі локальні об'єднання, що діють на території однієї чи декількох суміжних громад та використовують спільні туристично-рекреаційні ресурси території. Учасниками таких кластерів здебільшого стають роз'єднані суб'єкти мікро та малого бізнесу та власники домогосподарств. У науковій літературі для опису специфіки діяльності таких кластерів використовують поняття «мікрокластер». Мікрокластером називають географічну концентрацію невеликої кількості фірм у згуртованому місцевому середовищі, пов'язаних єдиною спільнотою соціальних та економічних інтересів, де взаємодоповнювальна взаємодія між цими суб'єктами сприяє підвищенню рівня місцевої спеціалізації [133].

У цьому контексті мікрокластери є механізмом розвитку, який сприяє утворенню спеціалізації на місцевому рівні та забезпечує конкурентні переваги для малих туристичних дестинацій. Вони допомагають створювати нові туристичні напрямки або розширювати існуючі, спрямовуючи отримані від діяльності вигоди для задоволення потреб місцевого населення [133].

Іншою особливістю кластерів сільського туризму є високий рівень залученості місцевої громади. У мікромасштабах кластерів сільського туризму саме місцева громада, яка створює такий кластер, може використовувати та спрямовувати спектр економічних та соціальних вигод від кластерної діяльності. Вона може контролювати рівень та характер зростання кластера, визначати форму його розвитку, приймати рішення та координувати управління зовнішніми ефектами, що виникають у результаті діяльності. У такий спосіб, мікрокластери дають змогу місцевим громадам брати участь у процесі зростання на прийнятних

для них умовах та забезпечують новий шлях розвитку регіонального туризму, який залишається цілком відповідним вимогам громади [133].

У мікрокластерах сільського туризму особливо важливою є роль органів місцевої влади у формуванні та розвитку кластера, без активної залученості яких він буде розвиватися дуже повільними темпами. Створення кластера – це не простий і спонтанний процес, кластери часто визначаються ззовні й мають досягти високого рівня співпраці через формування довіри та розвиток спільних інтересів. У цьому контексті їм потрібно сприяти спеціальною політикою та заходами, які допоможуть встановити професійне управління, довготерміновий бюджет, більшу залученість та активність підприємств сільського туризму. Роль місцевої влади в цьому процесі є особливо важливою з погляду створення і фінансування спеціальних програм, розповсюдження інформації про можливості, що створюються кластером, підтримання партнерства між учасниками кластера, створення сприятливого ділового середовища та інфраструктурної бази, забезпечення можливостей освіти та навчання [134].

Насамкінець, мікрокластери сільського туризму можуть стати ефективним інструментом на шляху до забезпечення сталого розвитку територіальної громади. Діяльність кластерів сільського туризму завдяки налагодженню співпраці, ефективному використанню місцевих туристичних ресурсів та активній залученості місцевої громади, спрямована на максимізацію позитивних наслідків розвитку туризму та мінімізацію негативних, у такий спосіб сприяючи стратегічному переходу громади до сталого розвитку [134].

Кластери і кластерні ініціативи у сільському туризмі України у більшості випадків знаходяться на початковій стадії свого розвитку [27]. Разом з тим, М. Мальська та Ю. Зінко на основі критеріїв, пов'язаних із їх смартспеціалізацією, виділяють три типи кластерів сільського туризму в Україні:

1. Нічліжно-гастрономічний (садибний) кластер сільського туризму, що базується на основі об'єднаної діяльності садиб та закладів нічліжно-гастрономічного типу. Основні послуги – це проживання, харчування, дозвілля.

2. Агротуристичний кластер сільського туризму, що базується на основі сільськогосподарських підприємств (фермерські, домогосподарства), виробництво продукції яких пов'язане з різноманітними продуктами харчування (тваринництво, садівництво). У цих господарствах рекреаційно-туристичні послуги є додатковими.

3. Краєзнавчо-екскурсійний кластер сільського туризму, який пов'язаний із пропозицією туристичного продукту на базі туристичних атракцій регіону. Об'єднує історичні об'єкти, заклади культури, заклади розміщення й репрезентує локальний туристичний продукт [47].

Окрім цього, досвід формування та діяльності вітчизняних кластерів сільського туризму дозволяє виділити два основні їх типи за способом утворення:

- центрові – кластер сільського туризму формується навколо певного центру туристичного інтересу (населеного пункту, регіону, атракції чи дестинації);

- маршрутні – кластерні зв'язки формуються вздовж наявного туристичного маршруту. До таких кластерів відносять, наприклад, туристичний кластер «Соляна дорога» в Херсонській області, кластерні ініціативи Доріг вина та смаку.

Питання побудови моделей туристичних кластерів та, зокрема, кластерів сільського туризму, часто піднімаються у вітчизняній науковій літературі [16, 43, 47, 53]. Модель кластера сільського туризму – це теоретико-концептуальне відображення системи кластера та основних її компонентів – ресурсів, продуктів, видів діяльності, структури та складу учасників, характеру взаємодій та взаємозв'язків між ними, а також основних фундаментальних елементів, які визначають середовище та умови функціонування кластера.

Насамперед варто зауважити, що немає жодної кластерної моделі, яка була б доречною до застосування в усіх можливих умовах. Кожен туристичний кластер є унікальним за своєю формою і кластерна модель у кожному окремому випадку залежить від багатьох чинників: розміру території та масштабу кластера, рівня розвитку галузі, характеру туристичних умов та ресурсів, особливостей туристичного продукту, структури та кількості учасників, рівня розвитку

взаємозв'язків та взаємодії, системи управління, стадії життєвого циклу кластера тощо.

Серед наявних організаційно-функціональних моделей кластерів сільського туризму в Україні дослідники виділяють такі їх типи, як концептуальні, загальної структури учасників, кластерів різного ієрархічного рівня (місцевість, регіон) та функціонально-структурні. Ці моделі кластерів і кластерних ініціатив сільського туризму ґрунтуються на структурі учасників, конкретних видах їх взаємодії, визначених смартспеціалізаціях. До організаційно-функціональних недоліків цих типів моделей належать: відсутність диференціації учасників за їх функціями (провідні, партнери, допоміжні), недостатній акцент на ресурсно-інфраструктурній базі кластерів (туристичні атракції й матеріальна база), брак визначення основних векторів і конкретних учасників взаємодії [47, 158].

Особливого поширення сьогодні набувають багаторівневі моделі кластерів сільського туризму. Так, Мальська М. та Зінько Ю. пропонують багаторівневу універсальну структурно-функціональну модель кластера сільського туризму, яка передбачає виділення основних ієрархічних рівнів суб'єктів кластера (базовий, партнерський, супроводжуючий) з їх ресурсним забезпеченням та основні рівні взаємодії (міжрівневий, внутрішньо-рівневий) (рис. 1.6.). Базовий рівень цієї моделі визначає спеціалізацію кластера і включає основних його суб'єктів (власники агроосель, надавачі агротуристичних послуг, сільськогосподарські господарства) та туристичні атракції місцевості. Партнерський рівень у кластері представлений партнерськими структурами, які спрямовані на комплексне обслуговування туристів у сільській місцевості. Супроводжуючий рівень пов'язаний з організаціями і структурами, що сприяють розвитку кластера та просуванню його послуг на ринок (органи самоврядування й державні установи, наукові та освітні заклади, інформаційно-рекламні центри, інвестиційні кампанії). Ця модель була успішно апробована на практиці під час впровадження кластерних ініціатив у Карпатському регіоні [47, 158].

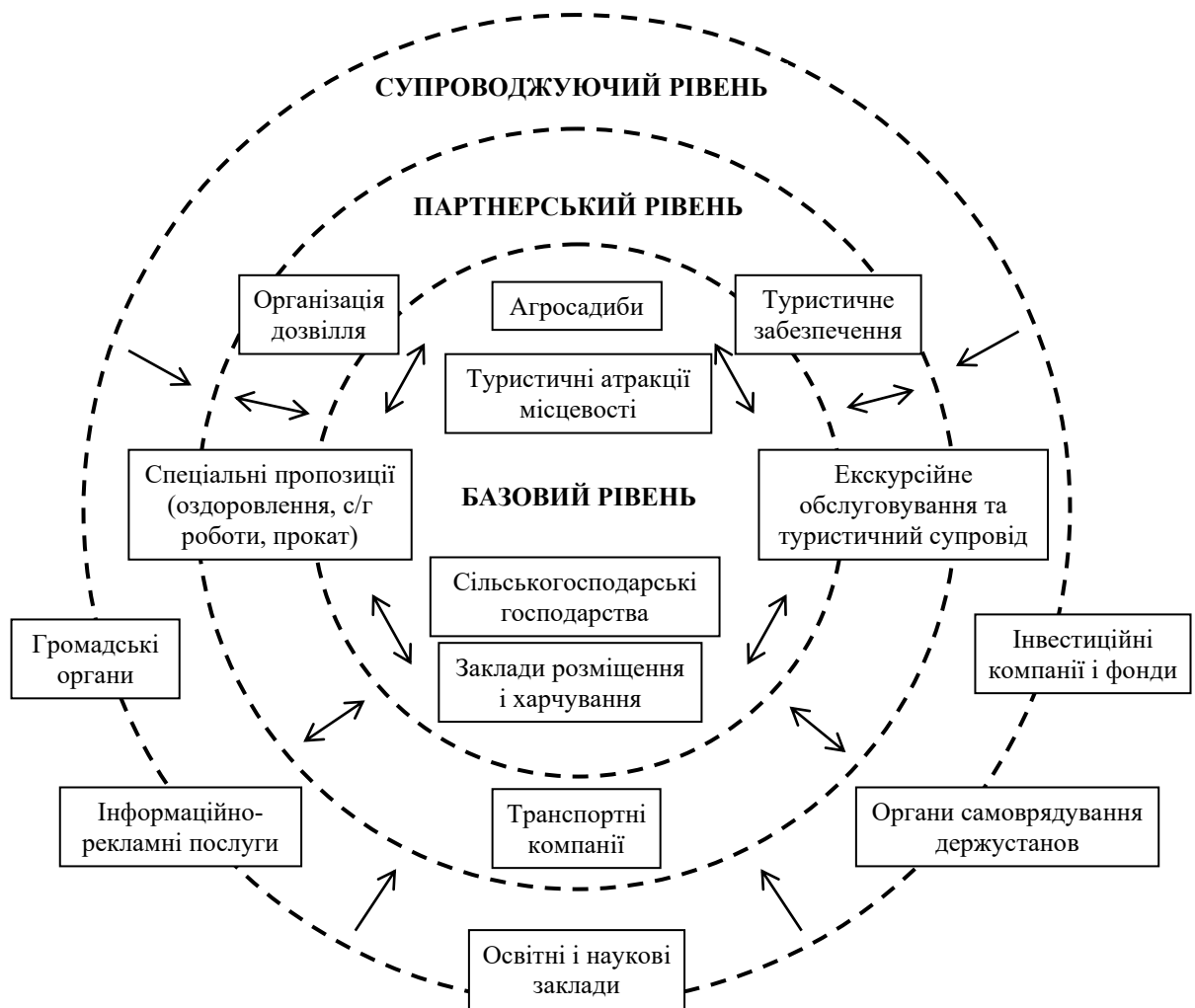


Рис. 1.6. Багаторівнева універсальна модель кластера сільського туризму за М. Мальською та Ю. Зіньком

Джерело: [47]

Розробки подібних моделей представлені також і за кордоном. Наприклад, І. Моріч пропонує багаторівневу кластерну модель сільського туризму, яка включає: основні галузі – атракції та види діяльності, які є основною метою відвідування дестинації; постачальників додаткових послуг, до яких входять заклади харчування, засоби розміщення, роздрібна торгівля та транспорт, в'їзні туроператори, будівельні компанії тощо; та фундаментальні елементи кластера, які складають основне середовище його функціонування – державна політика в галузі туризму, фізична інфраструктура, людські ресурси, навчальні заклади, фінансові установи та маркетингові зусилля [134].

Хоча такі багаторівневі моделі є більш універсальними та можуть бути адаптованими до використання в різних умовах, проте вони також мають свої недоліки – як і більшість наявних моделей, вони не завжди включають структурний компонент управління кластером, основні види туристичної діяльності, особливості середовища діяльності кластера та, особливо, компоненти забезпечення сталого розвитку.

Туристичні кластери, як і будь-які інші утворення, проходять через певні стадії життєвого циклу, які дещо відрізняються для еволюційних кластерів, що утворилися історичним шляхом на базі спеціальних природних умов та туристичних ресурсів, та для штучних кластерів, утворення яких є цілеспрямованим процесом об'єднання (рис. 1.7.).

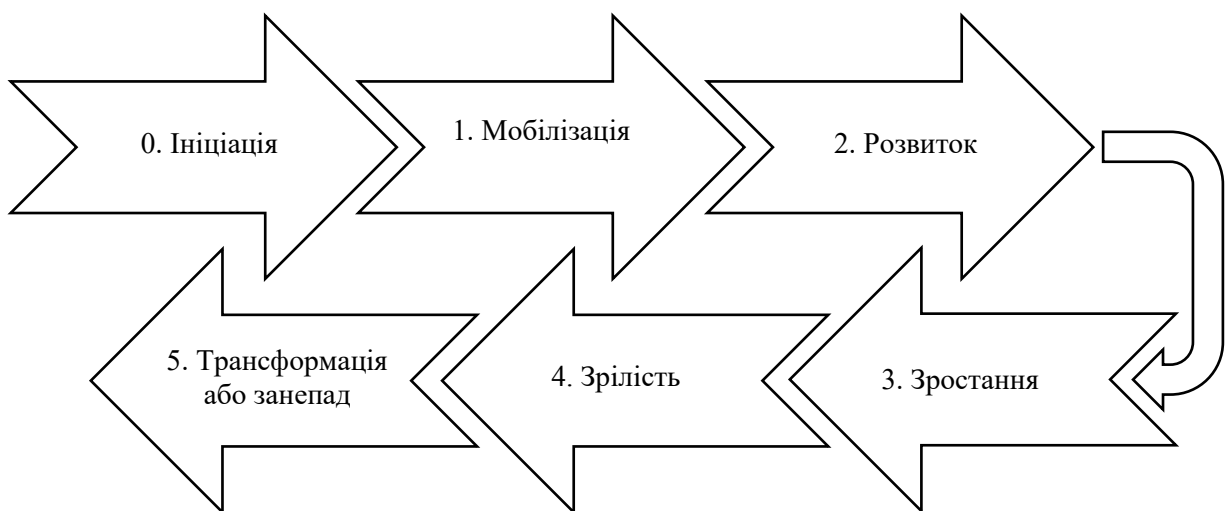


Рис. 1.7. Етапи життєвого циклу туристичних кластерів

Джерело: розроблено автором за [36, 102]

Для штучного (цільового) кластера найпершим етапом є етап підготовки, або ініціації, головна мета якого – довести доречність кластерної ініціативи [36], сформувати первинну команду кластерної ініціативи, визначити мотивацію кожного учасника потенційного кластера та виявити, чи достатньо наявних ресурсів та умов для повноцінного запуску кластерної ініціативи. На цьому етапі особливо важливо не створювати кластер «з нуля», тобто впроваджувати «бажане

мислення» тих, хто приймає рішення, а сприяти зростанню кластерів, з огляду на наявні переваги за принципом смартспеціалізації – впроваджувати політику, що ґрунтується на фактичних даних, спираючись на порівняльний аналіз регіональних сил та підприємницькі відкриття [116]. На етапі мобілізації і для штучного кластера, і для еволюційного (коли в регіоні вже наявна певна первинна мережа та взаємозв'язки, що сформувалися завдяки історичному розвитку господарської діяльності на основі природних, культурних та географічних особливостей місцевості) потрібно пройти точку неповернення у вигляді мобілізації ресурсів, формування керівних органів, інституційного оформлення кластера та реєстрації кластерної організації [36, 102].

Створення кластерів у сфері сільського туризму є одним із найважливіших інструментів інноваційного розвитку туристичної галузі, об'єднання традиційних і нових форм організації сільського туризму та раціонального використання природного потенціалу регіону [16]. Колін Майкл Холл стверджує, що для сільських регіонів найбільші вигоди від створення кластерів можна знайти не в межах туристичного сектору, а через заохочення розвитку міжгалузевих зв'язків та мереж між суб'єктами, які раніше вважали, що мають мало спільного. Через заохочення таких відносин розробляються інновації та генерується новий суспільно-економічний та нематеріальний капітал, що може призвести до поліпшення регіональних конкурентних переваг та підвищення стійкості [123].

Отже, кластерний підхід може подолати ключові недоліки у фрагментованому секторі сільського туризму, об'єднавши зусилля та підвищивши конкурентоспроможність. Кластер сприяє створенню іміджу та бренду в регіоні, інтегрує різні суб'єкти та атракції та створює більш складний, але цілісний та привабливий продукт сільського туризму [134].

1.3. Сільський туризм у контексті сталого розвитку

Сьогодні проблема сталості є одним із найбільш дискусійних питань, з яким стикається туристичний сектор у всьому світі. Сталість – це всеосяжний

парасольковий термін, який використовується для опису парадигми, що впливає на всі аспекти людської діяльності, з огляду на тривогу щодо довгострокового майбутнього ресурсів планети та здатність підтримувати діяльність населення, кількість якого швидко зростає [151]. Наприкінці ХХ ст. у світовому розвитку досить помітно почали проявлятися тенденції, пов'язані з загальним економічним зростанням і негативними наслідками його впливу на довкілля. Необхідність переходу до нової економічної парадигми життєдіяльності людини, яка ґрунтується на баченні економіки як підсистеми в межах глобальної екосистеми, зумовили обґрунтування основних положень концепції сталого розвитку [97].

Як широко дискусійне питання глобальної політики, суть сталого розвитку, спираючись на цілісні екологічні концепції, полягає в тому, що економічний розвиток залежить від стійкого добробуту фізичного та соціального середовища, на якому він базується [141], а основним принципом сталості є досягнення гармонійного балансу між збереженням та розвитком. Відповідно до цього, сталий розвиток має чотири виміри, які тісно пов'язані між собою: соціальний, що показує взаємозв'язок людей, зокрема рівність та повагу до прав інших; економічний, тісно пов'язаний із системами, що забезпечують виживання людини (робота та гроші); екологічний (природний), який фокусується на системах, що підтримують життя планети; політичний (інституційний), що означає демократичне правління і прийняття рішень із питань використання природного та створеного людиною середовища [26].

У вітчизняній науковій літературі ведуться палкі дискусії щодо точності та відповідності українського перекладу «сталий розвиток» загальноприйнятому у світі поняттю «sustainable development», тому часто можна зустріти його аналоги, такі як «збалансований розвиток», «гармонійний розвиток», «безупинний розвиток», «стійкий розвиток», «рівномірний розвиток» та інші. Тим не менше, фокус сталого розвитку залишається зосередженим навколо турботи про довгостроковий добробут та цілісність глобального середовища в його найширшому розумінні, задоволення поточних та майбутніх потреб і поліпшення якості життя нинішніх та майбутніх поколінь [141].

У такому контексті рівноважного та збалансованого на довгострокову перспективу розвитку суспільства трактується й концепція сталого розвитку туризму як інтегрованої системи в межах економічної системи, оскільки туризм визнано одним із чинників сталого розвитку суспільства. Теоретичне підґрунтя сталого туризму бере свій початок у 1970-х роках, де воно виникло як академічна реакція на критику, здавалося б, нестримного поширення «масового» європейського туризму [124]. Концепція сталого туризму з'явилась у відповідь на дві проблеми: з однієї сторони, потреби розвивати прибутковий туризм, а з іншої – враховувати обмеження щодо наявних природних ресурсів та їхнього збереження [26]. Згідно з Всесвітньою туристичною організацією, сталий розвиток туризму управляє наслідками туризму на навколишнє середовище, економіку та громаду дестинації, а також підтримує та збільшує ресурси дестинації для сучасних та майбутніх потреб як туристів, так і громад, які їх приймають [150].

У 2005 році ЮНВТО у співпраці з Програмою ООН з довкілля визначила 12 цілей сталого туризму: економічна життєздатність, місцевий добробут, якість зайнятості, соціальна справедливість, задоволення відвідувачів, місцевий контроль, добробут громади, культурне збагачення, фізична цілісність, біологічне різноманіття, ефективність використання ресурсів та екологічна чистота [151].

Отже, сталий розвиток туризму – це такий розвиток, який дає змогу задовольнити потреби туристів у теперішньому часі, враховуючи інтереси туристської дестинації щодо збереження цієї можливості в майбутньому. Водночас передбачається управління всіма видами ресурсів у такий спосіб, щоб економічні, соціальні й естетичні потреби задовольнялися з підтриманням культурних і екологічних цінностей, без заподіяння шкоди біологічному різноманіттю й системам життєзабезпечення [97].

У науці та на практиці сьогодні широко використовуються суміжні до сталого туризму поняття, які часто ототожнюють та вважають взаємозамінними – «м'який туризм», «туризм мінімального впливу», «відповідальний туризм», «екологічно свідомий туризм», «альтернативний туризм», «зелений туризм»

тощо. Проте, хоча вони деяким чином пов'язані, зазвичай вони описують різні аспекти концепції сталості та жодне з них не є синонімом сталого туризму.

Також дискусійним сьогодні є питання чи всі форми туризму можуть вважатися сталими. В науковій літературі часто зустрічаються висновки, що одні форми туризму (наприклад, зелений, екологічний, самодіяльний туризм) апріорі є більш сталими, ніж інші (масовий, організований відпочинок). Т. І. Ткаченко вдало зауважує, що відсутність аргументації, заснованої на конкретних фактах, не тільки ставить під сумнів такі висновки, але підкреслює недостатній рівень наукового підґрунтя щодо діагностики впливу туризму на кожен з компонентів біосфери та соціоекономічної системи. Малі форми туризму, тобто невеликі туристські потоки до певної дестинації (як правило, самодіяльний туризм), на перший погляд, мають здійснювати менший негативний вплив на екологію та соціально-побутовий уклад життя місцевих громад. Однак, це не завжди відповідає дійсності, оскільки цей процес майже не піддається контролю й управлінню, туристський рух недостатньо забезпечений необхідною інфраструктурою, а економічний ефект від нього незначний [97].

Так, згідно ЮНВТО, сталий туризм має:

1. Оптимально використовувати природні ресурси, які є ключовими для розвитку туризму, підтримуючи основні екологічні процеси та допомагаючи зберегти природну спадщину та біорозмаїття.

2. Поважати соціально-культурну автентичність приймаючих громад, зберігати їх набуту культурну спадщину і традиції та сприяти міжкультурному порозумінню та толерантності.

3. Забезпечити життєздатні, довготривалі економічні явища, що надають суспільно-економічні переваги всім зацікавленим сторонам та розподіляються справедливо, сприяючи подоланню бідності – наприклад, стабільне працевлаштування, можливості отримання доходу, соціальні послуги для приймаючих громад [151].

Отже, усі форми та види туризму можуть бути сталими за умови, що будуть дотримані вищеперераховані принципи та впроваджуватимуться практики управління сталим розвитком туризму.

Так, науковці вже давно звертають увагу на взаємозв'язок сільського туризму та його окремих форм з концепцією сталості. Сільський туризм, на відміну від масового, прямо пов'язаний із природним середовищем, сільськогосподарською діяльністю, місцевими продуктами, повсякденним життям громади, традиціями та культурною спадщиною, тому його вважають альтернативною формою туризму, спрямованою на підтримання місцевої економіки та сумісною з поняттями сталого розвитку [26].

У вересні 2015 року в рамках 70-ї сесії Генеральної Асамблеї ООН у Нью-Йорку було затверджено 17 цілей сталого розвитку. Україна також приєдналася до глобального процесу забезпечення сталого розвитку: для встановлення стратегічних рамок національного розвитку України на період до 2030 року було започатковано інклюзивний процес адаптації цілей сталого розвитку – кожен глобальну ціль було розглянуто з урахуванням національної специфіки. Як наслідок, розвиток сталого туризму було визначено Міністерством економічного розвитку й торгівлі України одним із пріоритетів національних цілей сталого розвитку, що слугуватимуть основою для інтеграції зусиль, спрямованих на забезпечення економічного зростання, соціальної справедливості та раціонального природокористування [56]. Сільський туризм так само можна розглядати в контексті його взаємозв'язку з цілями сталого розвитку, адже він здатен прямо чи опосередковано впливати на досягнення кожної з них (табл. 1.4.).

Таблиця 1.4.

Взаємозв'язок сільського туризму із цілями сталого розвитку

№	Ціль сталого розвитку	Взаємозв'язок з сільським туризмом
1	Подолання бідності	Прямий. Розвиток сільського туризму сприяє створенню нових робочих місць, диверсифікації сільськогосподарської діяльності сільського населення, збільшенню доходів тощо.

Продовження таблиці 1.4.

2	Подолання голоду, розвиток сільського господарства	Прямий. Сільський, особливо аграрний та фермерський туризм, популяризує розвиток інноваційного та екологічного сільського господарства.
3	Міцне здоров'я і благополуччя	Опосередкований. Сільський туризм забезпечує можливість відпочинку, відновлення та покращення фізичного й емоційно-психологічного стану через безпосередню взаємодію з природою, активну діяльність на свіжому повітрі, споживання натуральних продуктів.
4	Якісна освіта	Опосередкований. З однієї сторони, як і будь-яка інша галузь, сільський туризм вимагає підготовки фахівців та створює попит на якісну освіту, з іншої – впливає на отримання знань туристами через реалізацію виховної, освітньої, культурно-пізнавальної функцій.
5	Гендерна рівність	Опосередкований. Сільський туризм залучає жінок до ведення діяльності, у тому числі підприємницької, та надає їм можливості для розвитку, тим самим сприяючи досягненню гендерної рівності.
6	Чиста вода та належні санітарні умови	Опосередкований. Досягається впровадженням у зелених садибах та інших сільських засобах розміщення екологічних практик поводження з водою, відходами тощо.
7	Доступна та чиста енергія	Опосередкований. Сільський туризм може просувати доступну та чисту енергію та впроваджувати розумні енергоощадні практики.
8	Гідна праця та економічне зростання	Прямий. Сільський туризм сприяє диверсифікації сільськогосподарської діяльності сільського населення, створює нові робочі місця та сприяє суспільно-економічному розвитку регіону.
9	Промисловість, інновації та інфраструктура	Опосередкований. Сільський туризм сприяє розвитку інфраструктури в сільських громадах, зокрема, транспортної та соціальної.
10	Скорочення нерівності	Опосередкований. Сільський туризм стимулює розвиток мікро та малого бізнесу, вирівнюючи економіку в регіоні, а також надає можливості для працевлаштування молоді та людей із низьким рівнем освіти та створює середовище для участі та розширення можливостей для вразливих груп.
11	Сталий розвиток міст і громад	Прямий. Сільський туризм впливає на суспільно-економічний розвиток місцевих громад.

Продовження таблиці 1.4.

12	Відповідальне споживання та виробництво	Опосередкований. Сільський туризм може як провокувати надмірне споживання, так і впроваджувати відповідальні споживацькі та виробничі практики.
13	Пом'якшення наслідків зміни клімату	Опосередкований. Впровадження сталих та екологічних практик надання туристичних послуг може сприяти пом'якшенню наслідків зміни клімату та популяризувати їх серед туристів.
14	Збереження морських ресурсів	Опосередкований. Через екологічні практики надання туристичних послуг.
15	Захист та відновлення екосистем суші	Опосередкований. Через екологічні практики надання туристичних послуг.
16	Мир, справедливість та сильні інститути	Опосередкований. Сільський туризм впливає на становлення та розвиток інститутів громадянського суспільства та розвиток місцевих громад через їх активне залучення.
17	Партнерство заради сталого розвитку	Прямий. Успішний розвиток сільського туризму неможливий без створення партнерств на різних рівнях: розвиток кластерів та мереж, державно-приватного партнерства, культурного обміну тощо.

Джерело: розроблено автором за [71, 104, 130]

Відмінності сільських регіонів в одній країні говорять про неможливість створення уніфікованої моделі сільського туризму. Кожен регіон має власну мету, пріоритети та засоби досягнення поставлених цілей. Проте визначають деякі загальні принципи, які можуть бути використані для побудови моделі росту сільського туризму як альтернативної, привабливої й унікальної форми відпочинку: управління та контроль розвитку сільського туризму місцевою громадою, а не «чужими» підприємствами; розвиток сільського туризму на базі історії, економічної та соціальної структури, природного середовища; створення та просування автентичного та сталого турпродукту; широке представництво місцевого населення в сільському туризмі; надання гостям можливості брати участь у повсякденному житті приймаючої громади [26].

Розвиток сталого сільського туризму неможливий без застосування методів інтеграції, які ґрунтуються на участі всіх секторів (державного, приватного,

академічного та громадянського суспільства) і на місцевому партнерстві та співпраці [26]. Безумовно, партнерство між цими суб'єктами повинно бути пріоритетом, проте глобальне опитування щодо сталості та цілей сталого розвитку, яке охопило приблизно 27 тис. осіб у всьому світі, визначило, що саме державний сектор – уряди та місцева влада – мають відігравати провідну роль та брати на себе чітке керівництво у впровадженні аспектів сталого розвитку [121].

Важливо не розглядати туризм як ізольоване явище, а помістити його в той суспільний контекст, у рамках якого він здійснюється, тобто сталий розвиток сільського туризму має впроваджуватися ініціативами, що реалізуються під керівництвом місцевих громад, та які здатні об'єднуватися для формування ширшої мережі сталого туризму [124]. У такий спосіб, локалізація стає безумовною характеристикою сталого розвитку сільського туризму, коли такий розвиток в ідеалі має зосереджуватися на задоволенні потреб розвитку місцевих громад, наприклад, через просування місцевих ланцюгів постачання продуктів, заохочення місцевих ремесел та промисловості, оптимізацію збереження туристичних заробітків у дестинаціях та забезпечення того, щоби розвиток був у межах місцевих екологічних та соціальних можливостей. Досягнення такої локалізації зі свого боку залежить від місцевого планування та контролю розвитку туризму, хоча й має бути присутня координація на регіональному та національному рівнях для досягнення масштабніших цілей розвитку [142].

Одним із практичних інструментів місцевого управління сталим розвитком туризму є VICE-модель, яка представляє управління дестинацією (регіоном, територією кластера тощо) як взаємодію між відвідувачами, галуззю, яка їх обслуговує, громадою, яка їх приймає, та середовищем, де ця взаємодія відбувається (рис. 1.8). Останнє з них, навколишнє середовище, можна розуміти в його найширшому контексті, включно з природними та створеними людиною ресурсами, на яких базується багато туристичних продуктів [150].

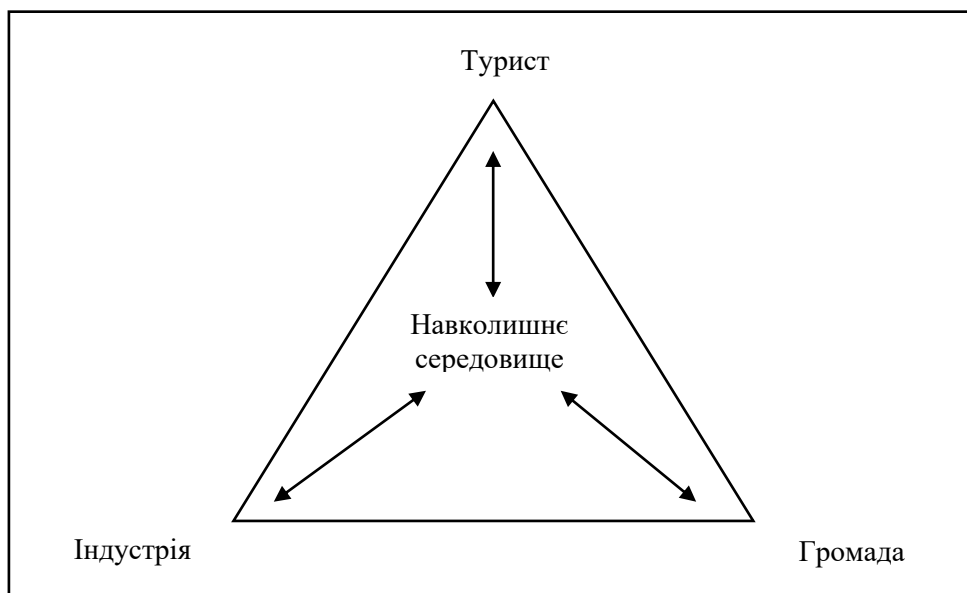


Рис. 1.8. VICE-модель управління сталим розвитком туризму

Джерело: [150]

Згідно з цією моделлю, роль менеджерів дестинацій полягає у прагненні через партнерські стосунки та спільні дії з управління дестинацією (1) залучати та задовольняти відвідувачів, (2) мати прибуткову та успішну галузь, (3) залучати та створювати вигоди приймаючій громаді, (4) захищати та покращувати навколишнє середовище та культуру. Модель може бути використана для швидкої перевірки сталості запропонованого плану або дії. Для цього потрібно визначити, як запропоноване рішення вплине на відвідувачів, які наслідки воно матиме для галузі, як впливає на громаду та яким буде вплив на навколишнє середовище та/або культуру дестинації. Якщо неможливо дати позитивні відповіді на кожен із перелічених аспектів, то правильного балансу не знайдено і пропозиція навряд чи буде сталою в довгостроковій перспективі [150].

Планування та управління сталим туризмом неможливе без постійного контролю й оцінювання впливу туризму на місцеві ресурси [26]. Питання розроблення індикаторів сталого туризму почали підійматися практично одночасно із появою першого теоретичного підґрунтя цієї концепції, проте найбільш активного впровадження набули з початку 1990-х років під егідою ЮНВТО. У контексті сталого розвитку туризму показниками (індикаторами) є

інформаційні набори, які формально відбираються для регулярного використання для вимірювання змін в активах та питаннях, що є важливими для розвитку туризму та управління заданою дестинацією [150]. Показники сталості використовуються для визначення змін в економіці, соціумі та навколишньому середовищі, перевірки успішності політики розвитку та покращення процесу планування, допомоги у виборі правильного рішення, визначенні пріоритетності завдань та порівнянні очікуваних результатів [26].

Керівництво з показників сталого розвитку туристичних дестинацій, розроблене ЮНВТО та опубліковане у 2004 р., стало першим найбільш вичерпним ресурсом із цієї теми як результат обширного дослідження ініціатив із визначення показників сталості у всьому світі [150]. Сьогодні є різноманітні глобальні системи, які пропонують готові рішення для моніторингу та контролю впровадження засад сталого туризму:

- Глобальна рада зі сталого туризму (GSTC) встановлює та управляє глобальними стандартами сталого туризму, відомими як Критерії GSTC. Серед інших, розроблені два набори критеріїв – Критерії дестинації для менеджерів туристичних дестинацій та осіб, що розробляють політики, та Критерії індустрії для готелів та туроператорів. Система GSTC ґрунтується на чотирьох групах показників, які оцінюються за 75 критеріями, та які в ідеалі мають бути досягнуті: стале управління дестинацією, суспільні вигоди, культура та громада, навколишнє середовище [122].

- Європейська система індикаторів туризму для сталого управління дестинаціями (ETIS) була розроблена Європейською комісією у 2013 р. ETIS – це система показників, що може застосовуватися для всіх туристичних дестинацій, заохочуючи їх впроваджувати розумні підходи до планування туризму. ETIS позиціонується як інструмент управління дестинацією, система моніторингу для збору даних та контролю ефективності, а також інформаційний інструмент для всіх зацікавлених сторін. Система містить 43 основні показники сталого туризму, а також орієнтовний набір додаткових показників, які розділені на чотири

категорії: менеджмент дестинації, економічна цінність, соціальний та культурний вплив та вплив на природне середовище [119].

- Міжнародна мережа обсерваторій сталого туризму ЮНВТО (INSTO) – це мережа туристичних обсерваторій, що здійснюють моніторинг економічного, екологічного та соціального впливу туризму на рівні дестинацій. Ініціатива базується на стійкому зростанні сектору за допомогою вимірювання та моніторингу, підтримуючи науково обґрунтоване управління туризмом [154].

Ці системи показників можуть використовуватись повністю як окремий практичний інструмент або інтегруватись у вже наявні системи моніторингу дестинацій. Важливо обирати такі індикатори сталого розвитку туризму, які відповідали б вимогам, потребам та особливостям конкретної дестинації. Їх відбір повинен здійснюватися за принципами релевантності, наявності статистичних даних, їх зрозумілості та можливості отримання (доступності), правдивості, порівнянності, можливості прогнозування [97].

Сталість у туристичному секторі має впроваджуватися комплексно, включно з елементами сталості в кожному із прямих та непрямих процесів, що становлять туристичну діяльність [107]. Потрібно прагнути впроваджувати сталі практики до кожного з основних елементів туристичного продукту сільського туризму:

- **Транспорт.** Найбільш сталим засобом транспорту для подорожі, окрім ходьби пішки та пересування на велосипеді, є автобуси та поїзди. Залежно від обставин, може бути запропоновано використання велосипеда або громадського транспорту. Важливими є промоція використання біопалива, пристосування інфраструктури для розміщення сталих транспортних засобів: облаштування пунктів зарядки електромобілів та електровелосипедів, велосипедних доріжок та стоянок.

- **Проживання.** Споживання води, електроенергії, користування каналізацією, вивіз сміття, використання побутової хімії, сприяння збереженню біорізноманіття, розвитку суспільства, забезпечення приросту робочих місць – це

все аспекти, які необхідно брати до уваги власникам садиб, готелів, пансіонатів та інших закладів розміщення.

- Харчування. Найкраще запропонувати місцеву кухню та продукти, вирощені або виготовлені в цьому регіоні, екологічно чисті чи органічні продукти. З економічної точки зору, купівля їжі та напоїв для туристів у місцевих виробників підтримує регіональну мережу постачання, а також зменшує витрати на транспорт для їх перевезення.

- Дозвілля. Відпочинок на природі часто визначається як «екотуристичний», «сталий», «екологічний», проте в багатьох випадках той факт, що туристична діяльність проводиться в природному середовищі, зовсім не означає, що екосистема не зазнає негативного впливу. Для того, щоби забезпечити баланс між вимогами щодо захисту навколишнього середовища та привабливими туристичними розвагами, необхідно розробити відповідні процедури. Якщо територія та інша інфраструктура буде підтримана в належному стані, негативні впливи на природу можуть бути зменшені [26]. Як зауважують І. Смирнов та Ю. Бенч, цього можна досягнути за допомогою застосування логістично-географічних концепцій потужності (ємності) та зонінгу.

Концепція потужності в туризмі означає певний обсяг туристичної активності, що може бути здійснений у певному місці без заподіювання йому шкоди. Як правило, ємність у туризмі асоціюється з певним пороговим значенням – мінімальною чи максимальною кількістю відвідувачів за день, місяць, сезон, рік тощо. Перший показник передбачає визначення точки беззбитковості та відповідної мінімальної кількості туристів, що забезпечить бізнесову прибутковість підприємницької діяльності в сільському туризмі, а другий визначає максимальні порогові значення ємності ресурсної бази, які є підставою для формування політики сталого розвитку в сільському туризмі на регіональному чи національному рівнях. Зонінг – це система, що допомагає ідентифікувати та захищати вразливі території. Зонінг може впроваджуватися у формах просторової та часової диференціації та визначає території (зони), ресурсний, природний, економічний, соціальний потенціал яких дає змогу

активно розвивати туризм та витримувати відповідне туристичне навантаження, і ті чутливі території, яким неконтрольований розвиток туризму може зашкодити [86].

В контексті сталості сільський туризм не можна розглядати як відокремлене явище, а лише як один зі складників сталого розвитку села. Розвиток села – це зважений процес сталих і стійких економічних, соціальних, політичних, культурних та природних змін, спрямованих на поліпшення якості життя місцевого населення в сільських регіонах. Необхідність задоволення національних потреб в Україні (наприклад, тих, що пов'язані з постачанням електроенергії, води чи поповненням бюджету внесками від туризму) часто спонукає до політичних рішень, спрямованих на регіональний (територіальний) розвиток, не зважаючи на потреби власне сільського населення [67]. Проте стимули до економічного зростання, які часто застосовує короткотерміновий, споживацький і більш галузевий підхід, інколи несумісні з цілями сталого розвитку та їх вимогами до цілісності, справедливості та довгострокової спрямованості [141].

Виникнення й поширення концепції сільського розвитку стало адекватною відповіддю на виклики об'єктивного ходу розвитку суспільства, у тому числі на поширення теорій сталості. Еволюційний перехід від концепції соціально-економічного розвитку сільських територій до концепції сільського розвитку, що спостерігається протягом останніх десятиліть, полягає в поступовому зміщенні акцентів із проблематики забезпечення економічної самодостатності певних просторових ареалів (територій), пов'язаних із сільськогосподарським виробництвом, та відмові від постулатів агроцентризму. Відбувається перехід від територіальних акцентів на домінантній ролі сільського господарства до моделі розвитку, яка спрямована на підвищення якості життя селян, що передбачає синергетичну взаємодію економічних, соціальних та екологічних чинників. Новою парадигмою сільського розвитку стає людиноцентризм, який ініціює перегляд і кардинальне збільшення цілей соціально-економічного розвитку, відкриття нових перспектив і диверсифікацію джерел їх досягнення,

альтернативний вибір для індивідів способу життя з урахуванням наростальних культурно-освітніх, духовних та інших потреб сучасної людини. Це досягається не лише завдяки сільськогосподарському виробництву як домінуючому виду економічної діяльності, а на передній план висуваються сільське підприємництво, сфера послуг, освіта й культура, туризм, соціальна та фізична інфраструктура, природозахисна та ресурсовідновлювальна діяльність [70].

Член-кореспондент НАН України О. М. Бородіна пропонує вважати сільським розвитком такий процес, за якого забезпечується гармонійний соціоекономічний прогрес сільської місцевості на основі самоорганізації сільських громад із максимально можливим використанням чинників ендогенного розвитку (місцевих активів) у їх поєднанні із зовнішніми можливостями [100]. Місцеві ресурси, згідно О. М. Бородіної, у таких умовах набувають ознак капіталів локального розвитку, на основі яких можна продукувати основні й додаткові (нетрадиційні) ресурси розвитку, у тому числі і для розвитку сталого сільського туризму:

- людський капітал – накопичений у результаті цілеспрямованих інвестицій потенціал членів громади у вигляді сукупності продуктивних здібностей, які під час використання сприяють підвищенню рівня та якості життя селян;

- соціальний капітал – соціальні взаємозв'язки, довіра, взаєморозуміння й повага між людьми, формальні та неформальні правила поведінки в громаді, що в сукупності дають змогу ефективніше досягати спільних цілей розвитку;

- політичний капітал – повноваження сільських громад щодо локального розвитку: підтримка громадських організацій на сільських територіях, створення умов для того, щоби сільські жителі більш активно брали участь у розв'язанні локальних проблем, прийнятті та реалізації рішень щодо свого майбутнього та майбутнього села;

- фізичний капітал – належна інфраструктура в сільській місцевості та її ефективне функціонування, що безпосередньо впливає на конкурентоспроможність конкретної сільської території та якість життя в сільській місцевості;

- культурний капітал – широкий спектр культурних активів сільської місцевості: мистецькі та музичні фестивалі, ярмарки творів народних майстрів, театральні заходи, танцювальні конкурси та багато інших культурних подій, які, фактично, сприяють економічному зростанню села;

- фінансовий капітал – система забезпечення стабільного багатоканального (з різних джерел) фінансування розвитку села та зростання фінансової участі місцевого населення в програмах локального розвитку;

- природний капітал – природні ресурси села: земля, ліси, водні ресурси, повітря, біорозмаїття, рослинний і тваринний світ тощо, які найчастіше є базою для розвитку сфери рекреаційних послуг на селі [100].

Отже, сталий розвиток сільського туризму – це не просто питання поваги до навколишнього середовища, він стосується всіх головних аспектів сільського розвитку (населення, економіка, навколишнє середовище, інституційне середовище). Для того, щоби бути сталим, розвиток сільського туризму має:

1) щодо населення: сприяти демократії та безпеці; сприяти справедливості та рівності, включно з особливою допомогою бідним та турботою про жінок, дітей та етнічні меншини; сприяти підвищенню якості життя для всіх людей; сприяти провідній ролі населення в партнерстві з урядом; сприяти повазі до пам'яті предків та прав людей, що ще не народилися;

2) щодо економіки: сприяти зміцненню та диверсифікації економіки сільських районів; забезпечувати місцеве населення сталим доходом від своєї діяльності; розраховувати на довготривалу перспективу сільських районів, а не короточасну вигоду; не допускати шкідливих побічних ефектів будь-де в національній, регіональній або місцевій економіці;

3) щодо навколишнього середовища: поважати природні системи, культурну спадщину та цілісність навколишнього середовища; мінімізувати використання ресурсів, що не відновлюються; споживати відновлювальні ресурси не швидше, ніж природа здатна їх відновити; забезпечити максимально ефективне використання всіх ресурсів, що використовуються; уникати забруднення та інших несприятливих впливів на довкілля;

4) щодо інституційного середовища: бути в рамках компетенції громадських установ, аби контролювати й управляти ним у такий спосіб, щоби задовольняти інші критерії, зазначені вище; не бути причиною невинуватених втрат у майбутньому [67].

Хоча в Україні сільські території традиційно пов'язуються з агровиробництвом, розвинені країни вже давно спрямовують свої зусилля й ресурси на інтегрований сільський розвиток, який відображає комплексні зв'язки та взаємодії сільської економіки. Стратегія досягнення Європейським Союзом цілей сталого розвитку до 2030 року ще раз підтвердила пріоритет сталих систем туризму та гастрономії для розвитку фермерського сектору та сільських територій ЄС, що мають вирішальне значення для добробуту європейців [115]. Крім цього, в ЄС зростає загальна тенденція діяльності, спрямованої на розвиток туристичних кластерів в сільській місцевості, адже вони сприяють процесам сталого розвитку.

До основних факторів, що визначають потенціал кластерів для впровадження сталого розвитку, належать: здатність органів місцевого самоврядування впливати на стратегічні цілі підприємств та бізнесів, що входять до складу кластера; формування соціальної довіри та, як наслідок, створення сприятливих умов соціальної прийнятності для зовнішніх наслідків розвитку підприємств, що підвищує інтерес до інноваційної діяльності, включаючи екоінновації; створення синергії та зміцнення взаємозв'язків між бізнесом та науково-освітніми установами, що сприяє дослідженню, виявленню та використанню наявних сильних сторін та можливостей; швидкий потік інформації та ефективна передача знань між членами кластера та іншими інститутами ділового середовища. Також сталому розвитку сприяють кластерні підходи, які впроваджуються за принципами смартспеціалізації для підвищення ефективності та результативності наявних економічних систем [113]. Отже, кластери можуть сприяти сталому розвитку різними прямими або непрямими способами (популяризація діяльності та освіти) [113], а в контексті сільського туризму вважаються елементом стратегічного переходу до сталого розвитку, який максимізує позитивні ефекти розвитку туризму, мінімізуючи негативні [134].

Беззаперечно, сталий сільський туризм є частиною не лише сталого розвитку туризму, а й невіддільним елементом сталого розвитку села. Саме по собі існування сільського туризму не гарантує його сталість та забезпечення збалансованого розвитку сільської місцевості. Це може бути досягнуто тільки при використанні інтегрованих методів розвитку села, тобто увага повинна приділятися всім основним аспектам – населенню, економіці, природному та інституційному середовищам, він повинен базуватися на партнерстві, співробітництві та активній участі місцевої громади та реалізовуватися на рівні підприємств, громад та держави [48].

1.4. Методика туризмологічного дослідження кластерів сільського туризму

Попри наявність значної кількості кластерних ініціатив у різних регіонах України, питання кластеризації сільського туризму у вітчизняному науковому полі є досить мало дослідженими. Специфіка кластерів сільського туризму полягає в тому, що вони є комплексними системами, які поєднують географічні, економічні, соціальні, управлінські, екологічні та інші елементи, що вимагає необхідності застосування нетрадиційних для вітчизняних туристичних досліджень методів. Для виконання завдань дослідження та всебічного вивчення аспектів кластеризації сільського туризму в Україні, автором було розроблено та апробовано власну методику туризмологічного аналізу кластерів сільського туризму, яка включає шість етапів (рис. 1.9.).

Перший етап полягає в оцінюванні ступеня дослідженості питання через опрацювання наявних теоретико-методологічних праць у галузі туризму з метою виявлення положень, які можуть бути використані для обґрунтування теоретичних аспектів дослідження сільського туризму і процесів його кластеризації. Варто зауважити, що якщо питання сутності та суспільно-економічного значення сільського туризму досить широко опрацьовані у вітчизняній науковій літературі (зокрема, це роботи вітчизняних дослідників

Ю. Зінька, В. Васильєва, М. Рутинського, П. Горішевського, Н. Кудли, В. Бирковича, В. Дарчук та багатьох інших), то теоретичні основи дослідження туристичних кластерів і особливо кластерів сільського туризму вивчені недостатньо (деякі напрями досліджень представлені в роботах В. Кужеля, Ю. Зінька, М. Мальської, Д. Дармостук, І. Литвин, О. Нек та ін.). У зв'язку із цим, значна увага автором приділялася наявним закордонним розробкам, зокрема основам кластерної теорії Майкла Портера (1998); концепції смартспеціалізації Домініка Форєя (2005); теорії потрійної спіралі Генрі Іцковіца та Лоєта Лейдесдорфа (1995) та теоріям чотирикомпонентної (2009) та п'ятикомпонентної (2010) спіралей Еліаса Г. Караянніса та Девіда Ф. Дж. Кемпбелла; концепції мікрокластерів у туризмі Івена Дж. Майкла (2007); основам кластеризації сільського туризму (Колін Майкл Холл) та сталого розвитку сільського туризму (Д. Холл, Л. Робертс, М. Мітчелл та ін.); методиці кластерного розвитку Іфора Ффоукс-Вільямса; офіційним кластерним політикам Європейського Союзу.

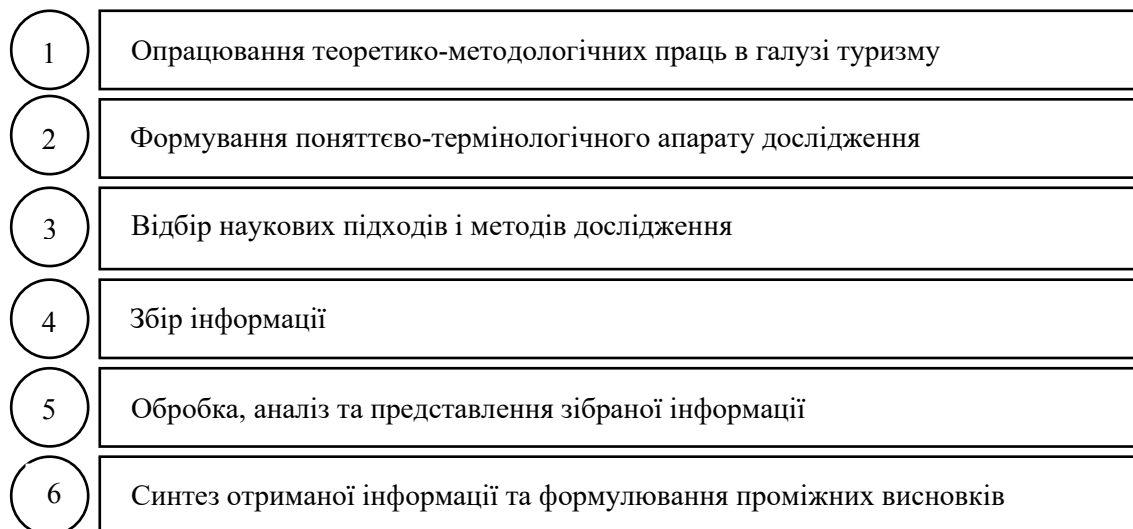


Рис. 1.9. Методика туризмологічного аналізу кластерів сільського туризму

Джерело: розроблено автором

На другому етапі відбулося формулювання поняттєво-термінологічного й категоріального апарату дослідження за трьома напрямками:

- зміст та суспільно-економічне значення сільського туризму: сільський туризм, сільська гостинність, агротуризм, фермерський туризм;

- теоретичні основи дослідження туристичних кластерів: кластер, кластерна ініціатива, кластерна організація, туристичний кластер, кластер сільського туризму, смартспеціалізація туристичного кластера, мікрокластер у туризмі, модель кластера сільського туризму, життєвий цикл кластера сільського туризму;

- сільський туризм у контексті сталого розвитку: сталий розвиток, сталий розвиток туризму, принципи сталого розвитку сільського туризму, індикатори сталого розвитку сільського туризму, сільський розвиток.

Якщо деякі із цих термінів уже є достатньо сформованими в науковій літературі, то такі поняття як сільська гостинність, смартспеціалізація туристичного кластера та модель кластера сільського туризму в процесі роботи над дисертаційним дослідженням здобули подальшого розвитку.

Третій етап полягав у пошуку наукових підходів і відповідних їм методів дослідження. В основу дослідження кластеризації сільського туризму було покладено системно-процесуальний підхід (підхід до туристсько-географічних досліджень, розроблений О. О. Любіцевою), який дав змогу комплексно підійти до дослідження кластерів сільського туризму як до суспільно-просторових систем, виявити та дослідити особливості їх структури, взаємозв'язків між елементами та синергетичних ефектів їхньої взаємодії, що стимулюють їх просторово-часовий розвиток.

У зв'язку з тим, що система збору туристичної статистики в Україні є недосконалою, а на законодавчому рівні відсутні обов'язкова реєстрація і централізований облік садиб сільського туризму, у вітчизняному інформаційному полі практично немає вторинних кількісних даних та статистичної інформації із цього напрямку, що спричинило також і брак ґрунтовних попередніх досліджень із даної тематики. Тому для збору первинних даних та подальшого аналізу сучасного стану кластеризації сільського туризму автором було обрано основний метод дослідницького напівструктурованого інтерв'ю. Для дослідження

кластеризації сільського туризму в Україні цей метод обрано як найбільш доречний, оскільки:

- одночасно наявна відпрацьована методологія аналогічних досліджень за кордоном (Естонія, Польща);

- метод є більш відповідним меті та завданням дослідження, які передбачають розуміння сучасного стану та контексту феномену, а не статистичне узагальнення;

- кількість об'єктів дослідження є порівняно невеликою та інтерес представляє взаємодія між членами певної групи – учасниками кластера сільського туризму;

- зважаючи на особливості кластерів сільського туризму очікується, що інформація, отримана від кожного респондента, значно відрізнятиметься, а обраний метод дає змогу визначити повний спектр проблем, поглядів та ставлень [112, 147, 155].

Під час використання якісних методів дослідження зібрана інформація зазвичай не піддається статистичному аналізу і висновки не базуються на такому аналізі. Як наслідок, якісні методи передбачають збір великої кількості порівняно детальної інформації про порівняно невелику кількість випадків (в цій ситуації – кластерів сільського туризму) [112, 147, 155].

Для напівструктурованого інтерв'ю перелік запитань для розмови готується заздалегідь, проте їх використання може варіюватися відповідно до ситуації. Залежно від перебігу інтерв'ю, деякі запитання можуть пропускатися з огляду на конкретний організаційний контекст, який виникає щодо теми дослідження, порядок запитань може змінюватися залежно від потоку розмови, дослідник може ставити додаткові та уточнювальні запитання [112, 147, 155].

Цей метод має певні переваги в застосуванні:

- він є гнучким і дає змогу інтерв'юєру реагувати на відповіді співрозмовника, щоб зібрати якомога більше цінної інформації за допомогою дослідницьких питань;

- для нього характерна вища якість вибірки порівнюючи з деякими іншими методами за правильного підходу до формування вибірки та організації процесу збору даних;

- інтерв'ю можуть досягти високого рівня валідності/вірогідності, якщо їх проводити ретельно, використовуючи уточнювальні запитання та техніки зондування і досліджуючи відповіді з різних сторін [112, 147, 155].

Збір інформації здійснювався за такими напрямками: наявна первинна інформація з ресурсів Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні; наявна вторинна інформація; проведення опитування власників сільських гостинних садиб для оцінювання впровадження засад сталого розвитку у сфері сільського туризму в Україні; основний метод – проведення дослідницьких напівструктурованих інтерв'ю з представниками кластерів сільського туризму в Україні та за кордоном.

Інтерв'ю з представниками кластерів сільського туризму в Україні проводилися із ключовими людьми, залученими до управління кластерами, та учасниками цих кластерів, тому для дослідження було сформовано дві вибірки: перша – представників менеджменту туристичних кластерів, та друга – учасників кластерів, здебільшого власників сільських гостинних садиб та фермерських господарств. Формування вибірки відбувалося на основі багатоступеневого відбору одиниць аналізу. На першому етапі було сформовано список кластерів та кластерних ініціатив сільського туризму в Україні, до якого увійшли 25 об'єктів (додаток А). Перелік формувався на основі матеріалів наявних вітчизняних досліджень сільського туризму, проектів Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, Міністерства аграрної політики та продовольства України, міжнародних програм та донорів, а також проектів обласних державних адміністрацій. На наступному етапі кластери були поділені на групи згідно критеріїв їх смартспеціалізації, географічного розташування, масштабу діяльності, етапу життєвого циклу кластера.

З огляду на ціль та напрями дослідження, відбір об'єктів аналізу було проведено методом наймовірнішої цілеспрямованої неоднорідної вибірки. Відбір

у неймовірнісній вибірці здійснюється не за принципами випадковості, а за суб'єктивними критеріями. У разі цілеспрямованої вибірки, дослідник використовує власне судження, щоб вибрати випадки, які найкращим чином дадуть змогу виконати завдання та досягти цілей дослідження. Цілеспрямована вибірка доречна в застосуванні під час роботи з невеликою кількістю досліджуваних одиниць, наприклад, коли необхідно обрати випадки, які є особливо інформативними. Неоднорідна, або гетерогенна варіація вибірки використовує судження дослідника для вибору учасників із достатньо різноманітними характеристиками, щоб забезпечити максимально можливу варіацію зібраних даних. У такий спосіб, у випадку невеликої кількості досліджуваних одиниць будь-які закономірності, що виникають, можуть представляти особливий інтерес та цінність для дослідження. Застосування цього методу є виправданим у даному дослідженні, оскільки метою є не узагальнення всіх туристичних кластерів та їх учасників, а з'ясування проблем, поглядів, взаємозв'язків та ставлень респондентів [112, 147, 155].

У результаті для інтерв'ювання було обрано шість туристичних кластерів (додаток Б): кластер сільського туризму «Оберіг» (Хмельницька область), агро-екотуристичний кластер «Гостинна бойківська Долинщина» (Івано-Франківська область), агротуристичний кластер «ГорбоГори» (Львівська область), агро-еколого-рекреаційний кластер «Фрумушика-Нова» (Одеська область), туристичний кластер «Чигирин» (Черкаська область), туристичний кластер «Мальовнича Бережанщина» (Тернопільська область).

Вибірка учасників кластерів складалася з дванадцяти респондентів, які були обрані серед членів туристичних кластерів, включених до першої вибірки – по два члени від кожного кластера. Разом було проведено 18 інтерв'ю – 6 з представниками менеджменту туристичних кластерів та 12 з їх учасниками (додаток В). Згідно із Сандерсом [147], для забезпечення репрезентативності даних мінімальний неімовірний обсяг вибірки для напівструктурованих інтерв'ю має складати 5–25 одиниць і в даному випадку цього критерію було повністю дотримано.

Запитання для інтерв'ю були підготовлені базуючись на концептуальній основі та завданнях дослідження, а також зважаючи на наявні закордонні дослідження подібної тематики. Для максимального дослідження процесів взаємодії та повного спектра проблем та поглядів було розроблено два варіанти опитувальника – для менеджменту та учасників туристичного кластера. Кожен опитувальник містив чотири блоки запитань за темами. Темі всіх блоків були однаковими, але питання та їх формулювання дещо відрізнялися у двох анкетах. В результаті анкета для менеджменту туристичного кластера містила 27 запитань, а анкета для учасників – 22 (додаток Г). Перший блок містив загальні запитання щодо регіону діяльності кластера. Наступні блоки охоплювали аспекти сучасного стану та особливостей кластерної співпраці (другий блок), переваг кластерної співпраці для учасників кластера (третій блок) та для сільських територій (четвертий блок).

Додатково були проведені три інтерв'ю із представниками менеджменту туристичних кластерів в Естонії – кластерів Іда-Вірумаа, Лахемаа та Гіюмаа – для аналізу закордонного досвіду кластеризації сільського туризму.

Наступним став етап обробки, аналізу та представлення інформації. На основі аудіозаписів інтерв'ю були підготовлені їх транскрипції, які були надалі використані як основа для аналізу інтерв'ю. Аналіз даних інтерв'ю базувався на методології якісного контент-аналізу – на основі отриманих відповідей були сформовані коди та подібні коди розподілені за категоріями. Для обробки та представлення результатів опитування власників сільських гостинних садиб було використано статистичний, табличний, графічний методи та метод якісного аналізу.

На кінцевому етапі було здійснено синтез отриманої інформації для формулювання проміжних висновків. У такий спосіб, аналіз кластеризації сільського туризму в Україні, аналіз наявного закордонного досвіду та оцінювання впровадження засад сталого розвитку у сільську гостинність в Україні стали основою для розробки кластерної моделі організації сільського туризму з врахуванням принципів сталого розвитку.

Кластерна модель була запропонована на прикладі Камінь-Каширської громади Волинської області. Розробка кластерної моделі з врахуванням принципів сталого розвитку включала:

1) оцінювання рекреаційно-туристичних ресурсів Камінь-Каширської громади та наявних туристичних пропозицій через аналіз офіційних інформаційних ресурсів громади, аналітичних та звітних матеріалів Камінь-Каширської міської ради, проведення інтерв'ю з представниками Камінь-Каширської міської ради та власниками сільських гостинних садиб у громаді;

2) розробку паспорта кластера сільського туризму Камінь-Каширської територіальної громади;

3) проведення SWOT- та PESTE-аналізу для обґрунтування потенціалу розвитку сільського туризму та потреби запуску кластерної ініціативи в Камінь-Каширській громаді;

4) обґрунтування етапів запуску кластерної ініціативи сталого сільського туризму в громаді на базі методики кластерного розвитку Іфора Ффоукс-Вільямса;

5) обґрунтування моделі кластера сільського туризму в громаді з врахуванням принципів сталого розвитку.

Висновки до 1 розділу

1. На сьогодні немає єдиного бачення щодо визначення сутності сільського туризму як в Україні, так і за кордоном. Вітчизняні особливості розвитку сільського туризму викликають необхідність розмежування категорій «сільський туризм» як вид підсобної діяльності та «туризм на сільських територіях» як вид малого підприємництва за допомогою введення у наукове, інформаційне та законодавчо-правове поле поняття «сільська гостинність» із метою наголосу на сільському туризмі як виді додаткової діяльності сільських домогосподарств.

2. Сучасний стан теоретичних досліджень сільського туризму зумовлює необхідність розвитку поняттєво-термінологічного та категоріального апарату

кластеризації сільського туризму, зокрема таких понять як «смартспеціалізація туристичного кластера» та «модель кластера сільського туризму». Зважаючи на ступінь розвитку кластерних структур та наявність кластерних ініціатив, можна визначити три сценарії розвитку туристичних кластерів: 1) перший сценарій, коли у регіоні існують первинні кластерні структури, зв'язки та наявна спеціалізація, але відсутня дієва кластерна ініціатива; 2) другий сценарій, коли у регіоні немає очевидних кластерних структур та зв'язків і розвиненої спеціалізації, але створена дієва кластерна ініціатива; 3) та третій сценарій, коли у регіоні існують первинні кластерні структури і зв'язки, наявна спеціалізація та створена дієва кластерна ініціатива. Порівняно з іншими видами туристичних кластерів, кластери сільського туризму мають свої особливості, зумовлені масштабом діяльності, рівнем залученості місцевої громади, підвищеною роллю органів державної влади у формуванні та розвитку кластера та його значенням як інструменту сталого розвитку громади. Досвід формування та діяльності вітчизняних кластерів сільського туризму дозволяє виділити два основні їх типи за способом утворення: центрові та маршрутні.

3. Виявлено, що сільський туризм тісно пов'язаний з концепцією сталості, адже він здатен прямо чи опосередковано впливати на досягнення кожної з цілей сталого розвитку. Разом з тим, в контексті сталості сільський туризм не можна розглядати як відокремлене явище, а лише як один зі складників сталого розвитку села.

4. Недостатній рівень вивчення кластеризації сільського туризму в Україні та специфіка кластерів сільського туризму як комплексних систем зумовлює необхідність розробки та апробації нової методики туризмологічного аналізу кластерів сільського туризму. В її основі покладено системно-процесуальний підхід, а основним дослідницьким методом для збору первинних даних обрано метод напівструктурованого інтерв'ю.

5. Основні результати, представлені у цьому розділі, опубліковано у працях автора [27, 48, 49, 62].

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

2.1. Аналіз кластеризації сільського туризму в Україні

2.1.1. Рівень та особливості кластерної співпраці учасників

Аналіз сучасного стану процесів кластеризації сільського туризму в Україні базувався на дослідженні шести кластерів сільського туризму в різних регіонах.

Краєзнавчо-екскурсійний туристичний кластер «Мальовнича Бережанщина» був створений на території колишнього Бережанського району Тернопільської області, який тепер охоплює Бережанську, Саранчуківську та Нараївську територіальні громади. Основу туристичних ресурсів регіону складають природні та історико-культурні. Територія Бережанщини розташовується в межах Подільського горбогір'я, завдяки чому місцевість гориста та лісиста, багата на об'єкти природно-заповідного фонду – на території колишнього району налічується 45 заповідних зон державного й місцевого значення.

Серед історико-культурної спадщини найважливіше місце займає місто Бережани, яке визнано Державним історико-архітектурним заповідником. У районі діють багато музеїв, проводяться свята та фестивалі. Найбільш перспективними для розвитку вважаються рекреаційний, сільський, екологічний, історичний, культурно-пізнавальний, пригодницький, фестивальний та паломницький туризм [5]. Окрім цього, місцевість здавна була полікультурною, що зумовлює наявність значної польської, німецької, єврейської, вірменської, турецької спадщини, яка є основою для розвитку етнічного (ностальгійного) туризму.

Туристичний кластер у регіоні було засновано у 2007 році з ініціативи громадських активістів та власників сільських гостинних садиб. Тоді ж було

zareєстровано відповідну громадську організацію «Кластер туризму “Мальовнича Бережанщина”». Сьогодні кластер об’єднує приблизно 35 учасників, які входять до складу громадської організації. Кластер створено з метою комплексного розвитку сільського туризму в регіоні та розвитку сільської місцевості. Основними напрямками своєї діяльності кластер виділяє розробку проєктів та стратегій розвитку сільського туризму, проведення заходів для популяризації Бережанщини (у 2013 р. відкрито туристично-інформаційний центр), участь у туристичних виставках та ярмарках [66].

Кластер пропонує туристам послуги з розміщення в сільських садибах, харчування та дозвілля – екскурсії історико-культурними та природними об’єктами регіону, рибальство, збирання грибів, трав та ягід, відпочинок у чанах, відвідування музеїв та мистецьких галерей, фестивалів, ферм, майстер-класи із сироваріння, гри на кобзі та бандурі, а також дегустації та гастрономічний туризм. Цільовою аудиторією кластера є здебільшого сімейні пари з дітьми – жителі ближніх Тернопільської, Львівської, Івано-Франківської областей, проте вказують і такі специфічні напрями діяльності, як робота з діловими туристами та відпочинок діаспори (приймають туристів з Італії, Польщі, Німеччини). Також у рамках кластера виготовляють та реалізують сувенірну продукцію.

Чигиринський краєзнавчо-екскурсійний туристичний кластер охоплює територію колишнього Чигиринського району Черкаської області, сьогодні – Чигиринської та Медведівської територіальних громад. Туристичний потенціал Чигиринщини – це насамперед значна історико-культурна спадщина українського козацтва та становлення української державності, пов’язана з іменами Богдана Хмельницького, Максима Залізняка. Основним об’єктом туристичного інтересу в регіоні є національний історико-культурний заповідник «Чигирин», куди входять 35 пам’яток археології, історії, архітектури, етнографії, мистецтва та природи в м. Чигирин та селах Суботів, Медведівка, Стецівка, а також урочище Холодний Яр.

Громадська організація «Туристичний рух Чигиринщини» була створена з метою комплексного розвитку туризму в регіоні у 2015 році за ініціативи місцевих власників туристичних бізнесів. Вона об’єднала більшість гостинних

садиб, готелів, ресторанів, музеїв та інших туристичних закладів у регіоні. На сьогодні організація налічує орієнтовно 30 учасників.

Основний напрям роботи кластера – створення пізнавального культурно-історичного патріотичного туристичного продукту в регіоні. Зусиллями кластера організовуються щорічні фестивалі «Вшанування героїв Холодного Яру» та «Нескорена нація», які відвідують приблизно 5 тис. туристів. Важливим напрямом є гастрономія та популяризація традиційної української кухні. На території кластера розташовується також етнографічний просвітницько-розважальний комплекс «Зерноленд», де туристам пропонують катання на конях, стрільбу з луків та арбалетів, різноманітні майстер-класи, відвідання музею українського побуту, догляд за вівцями, а також катання на санках та безліч зимових розваг. Основна цільова аудиторія кластера – сім'ї з дітьми та великі організовані екскурсійні групи, у тому числі шкільні. Здебільшого кластер відвідують із ближніх регіонів до 200 км – з міст Черкаси, Чигирин, Канів, Сміла, Кропивницький, Кривий Ріг, Світловодськ, проте щороку збільшується кількість туристів із великих міст – Києва, Львова, Одеси, Харкова.

Нічліжно-гастрономічний кластер «Оберіг» є першим кластером сільського туризму в Україні. Його історія веде свій початок ще з 1998 року, коли представники місцевої влади та активісти вирішили розвивати сільський туризм у смт Гриців Хмельницької області. У 2002 році було офіційно зареєстровано однойменну громадську організацію – Шепетівську районну громадську організацію «Кластер сільського туризму “Оберіг”». З того часу Гриців став осередком сільського туризму Поділля. Кластер об'єднував понад 60 учасників із Грицева та інших сіл Шепетівського району – понад 20 власників гостинних садиб, майстрів народних промислів, творчих фольклорних колективів, екскурсоводів, закладів освіти та культури, представників місцевого самоврядування, локальних перевізників та транспортних компаній.

Оскільки регіон не був відомий значним чи унікальним рекреаційним та історико-культурним туристичним потенціалом, основою продукту кластера було обрано освітній напрям – організація тренінгів, семінарів та навчальних програм

зі сталого сільського розвитку та розвитку сільського туризму. До цього були залучені місцеві бібліотека, школа, училища та жителі громади, які проводили консультації. Для учасників навчальних програм надавали послуги з проживання в сільських садибах, харчування стравами традиційної локальної кухні та організації дозвілля – активний відпочинок на природі, збір грибів та ягід, катання на конях, човнах, велосипедах, майстер-класи народних промыслів та рукоділля. Для диверсифікації туристичного продукту у громаді організовувалися фестивалі та традиційні свята (свято Коляди, Пасхи, Івана Купала). Таким чином, на початку 2010-х років селище приймало майже 1 тис. відвідувачів щорічно за кількості місцевого населення 3,5 тис. Окрім жителів усіх областей України, у Грицеві приймали гостей із Португалії, Естонії, Польщі, Франції, Німеччини, Нідерландів, США [66]. На сьогодні кластер перебуває на етапі занепаду, а громадська організація офіційно припинила свою діяльність у 2017 році. Попри це, декотрі з власників садиб продовжують приймати туристів.

Нічліжно-гастрономічний кластер «Гостинна бойківська Долинина» охоплює територію Вигодської територіальної громади Івано-Франківської області. Основою туристичного потенціалу регіону є природно-рекреаційні ресурси Карпатського передгір'я та культурно-етнографічна спадщина бойків. Оскільки Вигода досі мало znana та порівняно мало відвідувана пересічними туристами з інших регіонів України, члени кластера вбачають перспективу в незайманості природи, відсутності урбанізації й масового туризму та великому потенціалі звичаїв і традицій Бойківщини. Також у регіоні є значні запаси лікувальних мінеральних вод – 18 свердловин та безліч природних джерел, з яких витікає вода типу «Боржомі», «Нафтуса», «Моршинська», а також вода з катіонами срібла, з високим вмістом сірководню.

Основною туристичною локацією в регіоні довгий час був Карпатський трамвай, який проходить єдиним в Україні трьох-годинним екскурсійним маршрутом по вузькоколіній залізниці вздовж річки Мізунка. У 2016 році у селищі Вигода в старовинній резиденції XIX століття барона Леопольда Поппера

фон Подграгі було відкрито сучасний інтерпретаційний візит-центр музей «Центр спадщини Вигодської вузькоколійки».

Перші зусилля з організації кластера були зроблені у 2017 році за ініціативи місцевої власниці гостинної садиби та із запозиченням досвіду туристичних кластерів Литви. У 2019 році було офіційно зареєстровано кластерну організацію під назвою «Бойківський колорит». Сьогодні кластер налічує приблизно 20 учасників, серед яких гостинні садиби та готелі, кафе, фермерські господарства, сироварня, медоварня, кузня, екокрамниця локальних гастрономічних товарів та сувенірна крамниця, а також туристичні локації – комунальні підприємства «Карпатський трамвай» та «Центр спадщини Вигодської вузькоколійки».

Учасники кластера працюють над створенням багатоденних екскурсійних маршрутів у регіоні та пропонують туристам нічліжну та гастрономічну базу в поєднанні з відпочинком на природі, походами в гори, збиранням грибів та ягід, лікарських трав, відвіданням кузні, овечої та козячої ферм, доглядом за тваринами, катанням на конях, сном на вуликах, майстер-класами з варіння сирів, ковальства, приготування старовинних бойківських страв, дегустаціями овечих сирів, десертів із козячого молока, меду, напоїв, відвіданням садиб-музеїв історичного побуту. Додатково організовують фестивалі, традиційні вечорниці, реалізують крафтові гастрономічні товари та сувенірну продукцію. Основною цільовою групою кластера є сімейні та організовані туристи з ближніх регіонів Івано-Франківської, Львівської й Тернопільської областей.

Агротуристичний кластер «Горбогори» був створений з ініціативи місцевих фермерів, у тому числі колишніх учасників АТО, органів місцевої й обласної влади, наукових і навчальних установ на території трьох сільських рад Пустомитівського району [1] і сьогодні об'єднує виробників сільськогосподарської продукції Солонківської та Пустомитівської територіальних громад Львівської області. Перша презентація кластера відбулася на міжнародній агропромисловій виставці «Агро-2017», одразу після якої учасниками було проведено перший фестиваль «Горбогори», зареєстровано

однойменні громадську організацію та сільськогосподарський обслуговуючий кооператив.

Сьогодні до складу кластера входять 34 фермерські господарства, які виготовляють рослинну (зернові, овочі, фрукти) та тваринну (м'ясо, молоко, риба) сільськогосподарську продукцію, у тому числі в нішевих напрямках (вирощування равликів, виготовлення супутніх продуктів бджільництва), а також займаються її переробкою та реалізацією. Окрім цього, кластер уклав угоди про співпрацю з двома територіальними громадами, місцевими комунальними підприємствами, районною державною адміністрацією, департаментом агропромислового розвитку обласної державної адміністрації, управлінням туризму в області, сільськогосподарським та зооветеринарним університетами та відповідним департаментом Міністерства сільського господарства.

Основні завдання кластера – створення доданої вартості сільськогосподарської продукції, сприяння її реалізації та комплексний суспільно-економічний розвиток регіону. Наближеність території кластера до обласного центру, наявність природно-кліматичних, аграрних й людських ресурсів дозволяє розвивати виробництво органічної сільськогосподарської продукції, надавати рекреаційні, агротуристичні послуги, відновлювати автентичні види ремісництва [1].

Зусилля кластера спрямовані на облаштування зон відпочинку в громадах, відвідання фермерських господарств, екскурсії на виробництва, дегустації, майстер-класи та гастротури, організацію гастрономічних фестивалів. Кластер відкрив свій фермерський магазин «Горбогори» у с. Пустомити, у якому реалізується продукція учасників кластера туристам та місцевим жителям та надається інформація про діяльність кластера та його учасників. У планах розширення кластера – завершення будівництва туристично-інформаційного центру, формування нових туристичних маршрутів, у тому числі велосипедних, власний велопрокат, організація відпочинку на природі та створення кемпінгу. Основна цільова група – туристи вихідного дня, сім'ї та шкільні екскурсійні групи зі Львова, що зумовлено близькістю від міста (приблизно 20 км), проте також

приймають багато транзитних відвідувачів з інших регіонів України, оскільки кластер розташований безпосередньо на маршруті, який веде до Карпатських гір.

Агротуристичний кластер «Фрумушика-Нова» знаходиться на південному заході Одеської області, у межах Петропавлівської та Бородінської територіальних громад колишнього Тарутинського району. Основою природно-рекреаційного потенціалу є Староманзирський ботанічний заказник загальнодержавного значення та декілька ландшафтних заказників місцевого значення – Діброва Могилевська, Діброва Манзирська та Тарутинський степ. Оскільки Бессарабія є одним із найбільш полікультурних та багатонаціональних регіонів, місцевість славиться значною етнографічною спадщиною українців, молдаван, болгар, гагаузів, хорватів (пісні, танці, звичаї, традиції, побут, гастрономія, одяг).

Ядром агротуристичного кластера є овеча ферма, виноробня та комплекс етнографічного, зеленого та сільського туризму «Фрумушика-Нова». Створення самого комплексу розпочалося ще у 2006 році, а у 2018 році було засновано громадську спілку «Агро-еколого-рекреаційний кластер “Фрумушика-Нова”» і відтоді й ведеться відлік діяльності кластера, який організовано з метою об'єднання економічних інтересів учасників кластера для зміцнення їхнього потенціалу та досягнення більш високих показників господарської діяльності, створення правових, організаційних, економічних, технічних і технологічних умов для сталого розвитку підприємництва в Україні та її громадах, сприяння реалізації кластерних ініціатив у Тарутинському районі, Одеській області, Україні та інших державах, зміцнення конкурентоспроможності учасників кластера та економіки громад, впровадження нових форм і моделей господарювання та організації підприємницької діяльності [9].

Сьогодні кластер налічує приблизно 30 учасників у регіоні та має налагоджені партнерські зв'язки на локальному, регіональному та національно-міжнародному рівнях з органами влади, громадськими організаціями, торгово-промисловою палатою, науково-освітніми установами.

Рекреаційно-туристичний комплекс «Фрумушика-Нова» представлений атракційними й нічліжно-гастрономічними об'єктами – етнографічний музей просто неба «Бессарабське село», парк-музей скульптур «Історія Бессарабської землі», парк-музей пам'ятників соцреалізму, найбільша у світі статуя чабана, що внесена в Книгу рекордів Гіннеса, краєзнавчий музей «Бессарабія ХІХ-ХХ століття», музей сільськогосподарської техніки, картинна галерея, зоокуток, гостьові будинки, корчма, конференц-зал, оздоровчі та розважальні заклади [9, 101].

Кластер формує комплексний туристичний продукт із наданням послуг розміщення, харчування, трансферу та дозвілля. Важливий напрям діяльності кластера – гастрономія, тут пропонують страви традиційної Бессарабської кухні та локальні продукти (баранина, бринза, мед, дикий кабан, вино), організують дегустації сирів та вина. Проводяться екскурсії на фазанарій, овечу ферму, виноробню, бринзарню. Серед інших пропонованих туристично-рекреаційних занять: рибальство, полювання, фотосафарі, мінігольф, чан, баня на дровах, басейн, виступи народних колективів, збирання лікарських трав. На замовлення організують корпоративні заходи та тимбілдинги. Реалізують сувенірну та локальну гастрономічну продукцію на місці та в інтернеті.

Сьогодні кластер працює над реалізацією проєкту «Смартсело Семисотки» – переобладнання старих покинутих сільських будинків на інноваційне житло для проживання і відпочинку зі збереженням автентики, повністю інклюзивне та обладнане для приймання людей з інвалідністю.

Основне спрямування туристичного продукту – відпочинок вихідного дня, сімейний відпочинок та організовані групи, у тому числі ділові. В основному відвідують туристи з Одеси та півдня Одеської області – Ізмаїлу, Білгород-Дністровського. В останні роки з розвитком кластера збільшилася кількість туристів із Києва та центральних регіонів України. Усього у 2020 році Фрумушика-Нова прийняла орієнтовно 7 тис. туристів і забезпечувала роботою 30-50 місцевих жителів щомісяця.

Попри те, що всі досліджувані кластери відрізняються особливостями спеціалізації туристичного продукту, масштабами діяльності чи етапами життєвого циклу кластера, вдалося виявити деякі закономірності стосовно їхнього функціонування.

Так, більшість опитаних учасників оцінюють туристичний потенціал регіонів, у яких функціонують їх кластери, як високий та дуже високий, що пов'язано здебільшого з наявністю значних природно-рекреаційних (гірські, лісові та степові ландшафти, водойми, мінеральні води, заповідні території) та історико-культурних (пам'ятки археології, архітектури, місця видатних історичних подій, багата етнографічна спадщина тощо) туристичних ресурсів. Проте часто зазначають, що наявний потенціал не є повністю дослідженим та розкритим, не використовується для розвитку туризму в повній мірі або ефективність його використання є низькою, і що необхідно спрямовувати більше зусиль на всіх рівнях для його повноцінного залучення в туристичний процес.

Усі кластери інституційно оформлюють свою діяльність як неприбуткові громадські об'єднання. Абсолютна більшість із них обрали організаційно-правову форму громадської організації (громадське об'єднання, засновниками та членами якого є фізичні особи), та лише один кластер – громадської спілки (громадське об'єднання, засновниками якого є юридичні особи приватного права, а членами можуть бути юридичні особи приватного права та фізичні особи). Окрім цього, агротуристичний кластер «Горбогори» додатково зареєстрував прибуткову організацію – сільськогосподарський обслуговуючий кооператив для управління фінансовими та юридичними аспектами співпраці між виробниками сільськогосподарської продукції.

Лише дві кластерні організації зазначили, що члени організації – учасники кластера – сплачують членські внески, які спрямовуються у фонд організаційного розвитку кластера. Водночас в одній з організацій ці внески мінімальні, сплачуються не всіма учасниками на добровільній основі та витрачаються в основному на оплату виготовлення брошур, листівок та іншої поліграфічної продукції, яка використовується членами кластера під час спільної участі у

виставках. Налагоджена система членських внесків є лише в одному кластері. Так, для участі в сільськогосподарському обслуговуючому кооперативі «Горбогори» фермерські господарства сплачують по 5 тис. грн щорічно, які спрямовуються на спільні заходи та організаційну діяльність.

Попри те, що всі кластерні організації є офіційно зареєстрованими, вони по-різному використовують можливості цих юридичних форм та будують свою організаційну структуру. Основні питання вирішуються загальними зібраннями учасників кластера. На таких зборах розглядають планування спільних активностей та заходів, визначають плани та цілі, вирішують організаційні моменти, приймають спільні рішення шляхом голосування. Інколи на збори запрошуються партнери кластера – представники органів місцевого самоврядування та наукових чи навчальних інституцій. Учасники кластерів зауважують, що на початку формування кластера такі зустрічі є більш регулярними (щомісячними або щоквартальними) і їх відвідують приблизно 80% членів, проте з часом усе менше учасників проявляють активність у роботі кластера та відвідують загальні збори. Частина кластерів значно втратила активність членів після коронавірусної пандемії, коли масові зібрання були заборонені й багато туристичних бізнесів фінансово постраждали від різкого зменшення туристичної активності.

Керівники та члени кластерів зазначають, що часто керівні посади в кластерній організації є формальними, а статутні обов'язки не завжди виконуються. Здебільшого люди, які виконують ці ролі, є волонтерами та не отримують грошову винагороду за свою роботу. Вони поєднують діяльність із розвитку кластера зі своєю основною професійною діяльністю, через що виділяють для кластера занадто мало годин робочого часу. Лише в одному з опитаних кластерів – агротуристичному кластері «Горбогори» – передбачені штатні управлінські посади директора та менеджера кластера. Вони на оплачуваній основі займаються розвитком кластера та регулярно звітують про свою роботу на загальних зборах учасників. На вершині свого розвитку, штатна

посада була також у кластері «Оберіг», у рамках якої наймана особа займалася вирішенням офісних, бухгалтерських та організаційних завдань.

На жаль, не налагоджені організаційні структури кластера призводять до того, що кластерні організації не є самодостатніми, мають значний брак фінансування своїх активностей і ефективність їх роботи порівняно низька.

Сьогодні кластери сільського туризму в Україні об'єднують по 20-35 учасників. Свого часу кластер сільського туризму «Оберіг» на Хмельниччині об'єднав понад 60 учасників, проте на теперішній час він уже офіційно припинив свою діяльність. Варто зазначити, що найчастіше ні менеджмент кластера, ні самі учасники не можуть вказати точну кількість учасників кластера, що може бути пов'язано з різними чинниками – відсутністю стабільної та регулярної комунікації зі всіма учасниками та не володінням інформацією про поточний стан їх діяльності, різним рівнем активності учасників та залученості їх у процес, різними формами офіційного оформлення відносин кластера з різними учасниками.

Здебільшого до членів кластерної організації офіційно входять різноманітні туристичні бізнеси – гостинні садиби, готелі, заклади харчування, музеї, інші туристичні атракції (заповідники, національні природні парки), особисті селянські та сімейні фермерські господарства, гідни та екскурсоводи, виробники сувенірної продукції, перевізники та транспортні компанії, а також фізичні особи, зацікавлені в розвитку туризму в регіоні. Органи місцевого самоврядування та державної влади, заклади освіти, наукові інституції, підприємства державної й комунальної форми власності та інші громадські організації в деяких кластерах номінально входять до списку членів кластера, а в деяких вважаються партнерами кластера. Проте ці нюанси формального оформлення співпраці здебільшого не мають жодного впливу на її сутність.

Однак, більшість опитаних учасників кластерів загалом задоволені рівнем налагодження комунікацій та роботою менеджменту кластера. Попри деякі труднощі, вони виділяють велику підтримку один одного, достатній рівень злагодженості в роботі, наявність рівноцінних партнерських відносин, та бачать результат вкладених зусиль менеджменту кластера. Також зазначають, що є куди

рухатися і розвиватися надалі. Зокрема, лише двоє з вісімнадцяти опитаних учасників кластерів підкреслили недостатню активність як менеджменту, так і інших членів, коли менеджмент кластера не організовує й не запрошує учасників брати участь у заходах, а члени не проявляють ініціативність.

Що стосується спеціалізації кластерів сільського туризму в Україні, то за цим критерієм їх можна поділити на три групи:

1) кластери, які жодним чином не працювали над визначенням чи створенням спеціалізації туристичного продукту, унаслідок чого він є багатоманітним, а спеціалізація нечіткою («Мальовнича Бережанщина»);

2) кластери, які не працювали цілеспрямовано над визначенням своєї спеціалізації, але вона окреслилась у процесі туристичного розвитку території під впливом уже наявного туристичного продукту та переважання певних видів туристичних ресурсів («Чигирин» – культурно-історичний патріотичний туризм, «Гостинна бойківська Долинщина» – етнографічно-гастрономічний туризм);

3) кластери, у яких є чітко визначена спеціалізація в результаті спрямованих для цього зусиль, яка базується на наявних ресурсах і туристичному потенціалі регіону («Оберіг» – організація освітніх програм із сільського розвитку, «Горбогори» – гастрономічний туризм вихідного дня та «Фрумушика-Нова» – гастрономічно-відпочинковий туризм).

Щодо основної мети діяльності кластерів сільського туризму, члени кластерів виділяють два основні напрями позитивного впливу – для учасників та для регіону (громади). Так, мета діяльності, спрямована на учасників, полягає в тому, щоб об'єднати різних учасників туристичного процесу в єдиній команді, забезпечити їм мотивацію та підтримку в розвитку, збільшити кількість їхніх клієнтів, створити додану вартість та можливості для реалізації їхнього продукту. Мета діяльності для регіону – розвивати й популяризувати туристичний потенціал громади, забезпечити тривале перебування та повернення туристів, популяризувати культуру та ідентичність регіону, сприяти загальному суспільно-економічному розвитку громади, яка буде комфортною як для туристів, так і для її мешканців.

Серед основних напрямів діяльності кластерів можна виділити організаційний, навчальний, рекламно-маркетинговий, комунікаційний, створення спільного туристичного продукту, розвиток громади та її туристичного потенціалу та напрям співпраці (рис. 2.1.).

Організаційний напрям спрямований на забезпечення функціонування кластерів. Серед іншого, він включає заходи із забезпечення діяльності кластерних організацій та залучення нових учасників кластера. У деяких кластерах важливим є аспект регулювання діяльності садиб із метою дотримання стандартів обслуговування, який включає допомогу в розробці чітких правил перебування в садибі, ціноутворенні і складанні прайс-листів, розробку інструкцій щодо підвищення якості послуг у садибах та інших засобах розміщення тощо. Важливим складником організаційного напрямку є залучення фінансування для діяльності кластера – пошук джерел фінансування, підготовка грантових заявок, залучення експертів до написання грантових проєктів.

Також кластер може надавати своїм членам послугу здійснення безготівкових фінансових операцій. Так, чинні вітчизняні законодавчі норми дозволяють власникам садиб та іншим надавачам послуг гостинності в сільській місцевості не реєструватись як юридичні особи чи фізичні особи-підприємці, надаючи тим самим певні пільги. Проте тоді вони змушені відмовлятися від груп туристів, які хочуть сплатити за послуги безготівково та потребують для цього підтверджувальні документи (наприклад, якщо це корпоративне відрядження). У такому випадку, кластерна організація, як офіційно зареєстрована юридична особа, бере на себе важливу функцію проведення безготівкового розрахунку та підготовки відповідного пакету документів для туристів.

Важливим організаційним напрямом є консультування членів кластера, у тому числі юридична та правова підтримка, інформування щодо змін та оновлень у законодавстві, консультування щодо сплати туристичного збору та налагодження фінансових потоків, допомога з реєстрацією підприємницької діяльності та розв'язання інших поточних питань у процесі ведення діяльності.

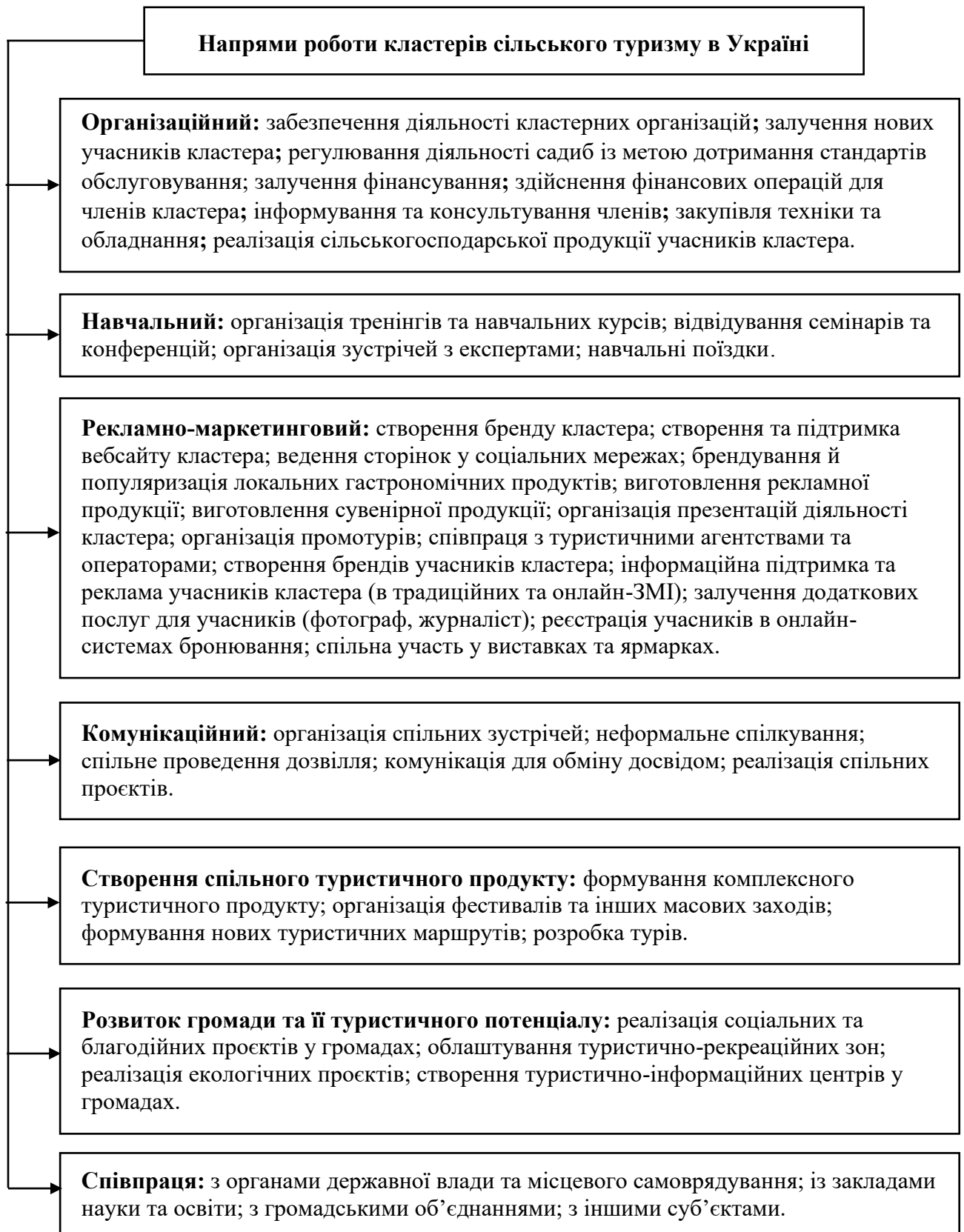


Рис. 2.1. Напрями роботи кластерів сільського туризму в Україні

Джерело: розроблено автором

У деяких випадках кластерні організації закупають техніку та обладнання для спільного користування всіма членами кластера, наприклад, мікроавтобус для перевезення груп туристів чи сільськогосподарську техніку для виробників сільськогосподарської продукції в агротуристичних кластерах (трактор, вантажний автомобіль, холодильне обладнання тощо). В агротуристичних кластерах кластерна організація бере на себе також функції з реалізації продукції учасників кластера на оффлайн- (фірмові магазини) та онлайн- (інтернет-магазини) майданчиках.

Навчальний напрям включає організацію тренінгів та навчальних курсів для членів кластера на різноманітну тематику – онлайн-просування продуктів та послуг, права та обов'язки туристів та власників садиб, підвищення рівня сервісу, навчання працювати в команді тощо. Також учасники кластера отримують запрошення від партнерів та органів державної влади відвідувати різноманітні семінари та конференції в інших регіонах. Кластери часто організують зустрічі та майстер-класи із зовнішніми експертами, наприклад, з питань створення туристичного продукту, оподаткування діяльності, підприємництва, із представниками кредитних спілок та страхових компаній, успішними власниками садиб тощо. Окрім цього, кластери організують навчальні поїздки для обміну досвідом для своїх членів як в інші регіони України, так і за кордон (Польща, Білорусь, Хорватія, Словенія, США).

Одним із найважливіших напрямів діяльності кластерів є рекламно-маркетинговий, мета якого – популяризація та просування продуктів кластера та промоція туристичних можливостей громади на регіональному та національному рівнях. Рекламно-маркетингові активності кластера здійснюються на трьох рівнях та спрямовані на просування регіону і його атракцій, самого кластера та його діяльності, та окремих учасників кластера. До таких заходів належать створення та просування бренду кластера, створення та підтримка вебсайту, ведення сторінок у соціальних мережах (Facebook, Instagram, YouTube), брендуння й популяризація локальних гастрономічних продуктів.

Кластер виготовляє різноманітну рекламно-поліграфічну продукцію – буклети, брошури, флаєри, каталоги, туристичні карти, а також сувенірну продукцію (магніти, листівки, наліпки, пазли, елементи одягу, продукти харчування тощо). Кластерні організації проводять презентації діяльності кластера та організовують промотури для партнерів, співпрацюють із туристичними агентствами та операторами. Деякі кластери надають послугу з розробки бренду для своїх учасників – створення унікальних профілів садиб та ідентифікаторів окремих надавачів туристичних послуг.

Інформаційна підтримка та реклама членів здійснюється через поширення інформації про них на онлайн-ресурсах і в традиційних ЗМІ (друковані видання, радіо, телебачення), зовнішню рекламу (білборди та інша вулична реклама). За потреби, кластер на постійній основі або регулярно може залучати спеціалістів для створення рекламного контенту та надання додаткових послуг учасникам (фотограф, журналіст, копірайтер). Деякі кластери пропонують послугу реєстрації та розміщення своїх членів в онлайн-системах бронювання, таких як Booking. Насамкінець, члени кластера беруть спільну участь у туристичних і сільськогосподарських виставках, ярмарках та форумах регіонального та національного рівня.

Комунікаційний напрям діяльності кластера спрямований на створення єдиної платформи для налагодження зв'язків та комунікації між учасниками. Так, у межах кластера організовуються регулярні спільні зустрічі учасників для знайомства та спілкування (поширена практика організації таких зустрічей у різних місцях, по черзі на об'єктах кожного із членів), створюються умови для неформального спілкування під час і після заходів, у спільних онлайн-чатах, спільного проведення дозвілля та відпочинку. Учасники кластера обмінюються досвідом, презентуючи один одному нові послуги та продукти, реалізують спільні проекти.

Напрямок діяльності зі створення спільного туристичного продукту включає формування комплексного туристичного продукту із залученням усіх учасників кластера, організацію свят, фестивалів та інших масових заходів на різну

тематику (традиційних, історичних, патріотичних, гастрономічних, мистецьких тощо), формування нових туристичних маршрутів (піших, велосипедних, кінних), розробку турів (одно-, дво- та багатоденних із залученням усіх учасників кластера).

Діяльність кластерів спрямована в тому числі на розвиток громади та її туристичного потенціалу завдяки ініціюванню соціальних та благодійних проєктів у громаді, облаштуванню загальних туристично-рекреаційних зон, реалізації екологічних проєктів (прибирання забруднених відпочинкових зон, збереження флори та фауни, ініціювання створення об'єктів природно-заповідного фонду), створенню туристично-інформаційних центрів у громадах.

Напрямок співпраці включає налагодження контактів та реалізацію спільних активностей з органами державної влади та місцевого самоврядування, закладами науки та освіти, громадськими об'єднаннями та іншими суб'єктами.

Стосунки з владою в кластерах надзвичайно різняться – у деяких вони відсутні взагалі («владі дякуємо за те, що вона не заважає»), у деяких місцева влада намагається допомогти та підтримати в межах своїх можливостей, а в декотрих стосунки з владою є негативними та конфліктними («влада обіцяє, але не робить», «вони не стараються нічим нам допомогти, лише нашу славу забрати»).

Кластери співпрацюють із владою на різних рівнях: це можуть бути органи місцевого самоврядування (старостати, сільські, селищні та міські ради), районні та обласні державні адміністрації та/або окремі департаменти та управління, які опікуються розвитком туризму, гуманітарною політикою, сільським господарством та агропромисловим розвитком. В окремих кластерах («Горбогори», «Фрумушика-Нова») налагоджена співпраця з органами влади національного рівня – певними департаментами міністерств розвитку сільського господарства та регіонального розвитку.

Є також взаємозв'язки з іншими спеціалізованими державними установами. Так, у кластері «Оберіг» була налагоджена успішна багаторічна співпраця з обласним відділенням Державної служби зайнятості, у рамках якої протягом

десяти років регулярно проводилися семінари для безробітних осіб в області. Як зазначають представники кластера, «дуже багато проблем було вирішено завдяки Центру зайнятості». Кластер «Горбогори» в рамках угоди про співробітництво тісно співпрацює з Державною службою України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів, що дає змогу швидше відкривати нові виробництва учасників кластера з дотриманням усіх вимог щодо забезпечення норм якості харчової продукції.

Сьогодні в кластерах найбільш ефективною є точкова співпраця з органами влади, спрямована на вирішення певних конкретних завдань. Загалом, кооперація здійснюється за наступними напрямками – інформаційна підтримка, участь у заходах, реалізація спільних проєктів, налагодження формальних та неформальних комунікацій, допомога в забезпеченні кластера ресурсами для роботи.

Так, представники кластерів зазначають, що місцева влада часто запрошує їх на семінари, конференції та навчальні програми з розвитку туризму, а також організовує спільні презентаційні заходи та створює можливості для того, щоби поділитися напрацюваннями та успіхами на туристичних та аграрних виставках, форумах. Такі презентаційні активності є взаємовигідними для обох сторін, оскільки дають можливість кластеру заявити про себе та популяризувати свою діяльність, а владі – представити успіхи та досягнення громади, району чи області на вищих рівнях. Як зазначають опитані, «їм треба звітувати про те, що ми є, тому вони теж використовують нас у своїх інтересах». Проте зловживання такими зв'язками призводить до ситуації, коли в деяких кластерах члени переконані, що допомагають владі більше, ніж вона допомагає їм, і це проявляється в подальшому погіршенні взаємовідносин.

Кластери співпрацюють із владою для реалізації спільних проєктів – презентаційних, навчальних та соціальних. Наприклад, на базі кластера «Оберіг» обласна та районні ради часто проводили виїзні навчання та тренінги для своїх працівників, одночасно досліджуючи модель функціонування кластера. Кластер «Горбогори» два роки тісно співпрацював зі Львівською обласною державною

адміністрацією щодо організації безплатних туристичних поїздок для дітей-сиріт та дітей, які опинилися в складних життєвих обставинах. Проект було призупинено з початком коронавірусної пандемії.

Важливим для співпраці є налагодження формальних та неформальних комунікацій із владою. Основним інструментом є запрошення представників влади на різноманітні заходи, збори, зустрічі учасників кластерів, як формальні, так і неформальні, а також запрошення входити до складу наглядових та управлінських рад кластерних організацій. Це стає підґрунтям для налагодження особистих контактів та знаходження точок дотику, створення фундаменту для подальшої співпраці вже на більш офіційному рівні. Учасники кластерів використовують ці зв'язки для направлення офіційних листів, запитів та прохань, наприклад, про забезпечення будівництва та ремонту доріг, налагодження зв'язку та системи комунікацій у регіоні.

Щодо виділення ресурсів для забезпечення діяльності кластера, то, хоча більшість кластерів і зазначають, що можливості органів влади в цьому напрямі обмежені, вони все ж сприяють у рамках реалізації різноманітних проєктів – фінансують виготовлення рекламно-поліграфічної продукції для участі в ярмарках та виставках, виділяють ділянки під будівництво та приміщення для користування в оренду на вигідних умовах, відшкодовують частину коштів на ремонт приміщень чи закупівлю необхідного обладнання тощо.

Співпраця із закладами освіти та науки в українських кластерах є також мало розвиненою та точковою. В основному більшість кластерів мають налагоджені зв'язки з університетами, інститутами або окремими факультетами чи кафедрами туристичного та сільськогосподарського спрямування, а агрокластери додатково – ветеринарного та напряму харчових технологій. У рамках угод та меморандумів про співробітництво, кафедри проводять на базі кластерів виїзні практичні заняття, учасники кластерів приймають студентів для проходження практики на своїх туристичних підприємствах, створюють їм умови для проведення досліджень, підготовки наукових робіт чи виконання практичних завдань. Як зазначає керівник агротуристичного кластера «Фрумушика-Нова»

Олександр Паларієв, «територія кластера є своєрідною лабораторією, майданчиком, де студенти навчаються практично, вони безоплатно тут проживають, харчуються, і нам так само дуже цікаві їхні напрацювання».

Кластери сприяють підготовці документів для акредитації нових чи наявних туристичних спеціальностей за запитом університетів-партнерів, а науковці надають спеціалізовані консультації та проводять освітні заходи на різну тематику для учасників кластерів. Також кластери разом з університетами реалізують спільні заходи та проєкти – видають публікації, проводять конференції, майстер-класи та презентації. До прикладу, в Грицеві протягом багатьох років проводилися творчі майстер-класи для туристів на базі місцевого художнього училища. Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи Черкаського державного технологічного університету організувала разом із кластером «Чигирин» презентацію нової технології приготування холоднорського борщу, яка була розроблена та запатентована після тривалих досліджень на території кластера. У цьому ж кластері, комплекс «Зерноленд» тісно співпрацює з Інститутом археології НАН України в напрямі організації археологічних досліджень та реконструкції гончарної та ковальської справи давнини. Кластер «Горбогори» має кооперацію з науковими інституціями в регіоні для впровадження новітніх технологічних підходів у вівчарстві та козівництві, проведення аналізу ґрунтів тощо.

Найбільш розвиненою є співпраця кластерів з іншими громадськими об'єднаннями. Найчастіше вони співпрацюють із різноманітними туристичними та мистецькими організаціями в напрямі реалізації спільних проєктів, організації заходів, формування туристичних маршрутів – регіональними асоціаціями гостинності, туристичними асоціаціями, асоціаціями туроператорів, на національному рівні – Асоціацією гостинності України, Національною туристичною організацією України, Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, Спілкою художників України. Одразу два кластери є учасниками інших регіональних агрогастрономічних мереж, у рамках яких тісно співпрацюють над створенням нових гастрономічних продуктів – Дорога вина і

смаку української Бессарабії («Фрумушика-Нова»), Дорога вина і смаку Прикарпаття («Гостинна бойківська Долинщина»).

Серед інших суб'єктів, з якими співпрацюють кластери, можна виділити:

- місцеві комунальні підприємства, найчастіше це туристичні атракції, з якими створюються спільні туристичні продукти та проводяться спільні рекламні кампанії;

- донорські організації та фонди, які фінансують реалізацію проєктів у кластерах;

- відомі особистості, блогери та лідери думок, які залучаються до промоції діяльності кластера в рамках рекламних кампаній (так, кластер «Чигирин» організував спільно з відомим кулінарним шефом Андрієм Крижанівським фільмування телепередачі з приготування локальних страв української кухні власниками гостинних садиб, які входять до кластера);

- обласні торгово-промислові палати, які пропонують участь у спільних заходах та проєктах;

- інші територіальні громади, які не входять до території кластера, проте мають спільні активності для обміну досвідом (до прикладу, туристичний кластер «Мальовнича Бережанщина» активно співпрацює з туристично-інформаційним центром міста Тереховля, а кластер «Горбогори» допомагає в розробці стратегії розвитку туризму сусідньої Миколаївської територіальної громади).

Попри певні успішні приклади кооперації, загалом співпраця з іншими суб'єктами в більшості українських кластерів організована слабо, є нерегулярною та несистематичною. Кластерні організації більш схильні співпрацювати з іншими громадськими об'єднаннями, а співпраця з владою та науково-освітніми установами часто є номінальною та існує лише «на папері». Водночас, не всі кластерні організації здатні самостійно проявляти ініціативу та ініціювати кооперацію, а радше долучаються до вже наявних пропозицій.

Основними напрямками роботи вітчизняних кластерів сільського туризму є реклама, навчання та створення спільних туристичних продуктів. Порівнюючи із закордонним досвідом, дуже слабо розвинені організаційний напрям (підвищення

організаційної спроможності кластерів та забезпечення діяльності кластерних організацій), комунікаційний та напрям співпраці. У більшості кластерів відсутня або є надзвичайно низькою активність із залучення фінансування для діяльності кластера.

В основному вітчизняні кластери реалізують партнерства та співпрацю на регіональному рівні, рідше – на національному. Більшість із них не готові та не спроможні виходити на міжнародний рівень.

Проблеми, з якими зіштовхуються кластери під час своєї діяльності, можна поділити на зовнішні, які характеризують загальний стан розвитку туризму в регіоні, та внутрішні, що стосуються безпосередньо діяльності кластера (табл. 2.1.).

Таблиця 2.1.

Проблеми діяльності кластерів сільського туризму в Україні

Зовнішні	Внутрішні
<p>Низький рівень розвитку туризму в регіоні</p> <p>Відсутність або поганий стан соціальної та туристичної інфраструктури в громаді</p> <p>Погана якість доріг та відсутність транспортного сполучення</p> <p>Неможливість забезпечити безпеку та збереження речей туристів</p> <p>Відсутність державних програм розвитку туризму</p> <p>Відсутність зацікавленості місцевої влади розвивати туризм</p> <p>Непрозорість та корумпованість владних структур у регіоні</p> <p>Туристичні бізнеси в регіоні знаходяться на межі виживання</p> <p>Туристичні бізнеси в регіоні працюють у тіні</p> <p>Відсутність освічених кадрів</p> <p>Низький рівень сервісу в регіоні</p> <p>Втрата автентичності туристичних продуктів регіону</p> <p>Зменшення кількості туристів у регіоні у зв'язку з пандемією коронавірусу</p>	<p>Відсутність ініціативного лідера</p> <p>Менеджмент кластера працює на волонтерських засадах</p> <p>Значна плінність кадрів у кластерній організації</p> <p>Відсутність фінансування діяльності кластера</p> <p>Відсутність спеціалістів для написання грантових заявок</p> <p>Кластер не організовує регулярні заходи та іншу діяльність</p> <p>Відсутність підтримки діяльності кластера місцевою владою</p> <p>Відсутність стабільної та ефективної співпраці з партнерами</p> <p>Учасники не проявляють активність у діяльності кластера</p> <p>Учасники не сплачують членські внески на спільну діяльність</p> <p>Різний вклад учасників у діяльність кластера</p> <p>Учасники не отримують вигоди від участі в кластері</p> <p>Учасники не володіють повною інформацією про те, що відбувається в кластері</p>

Продовження таблиці 2.1.

	Завищена конкуренція між учасниками всередині кластера Міжособистісні конфлікти всередині кластера Учасники не ознайомлені з інтернет-технологіями Втрата зв'язку з учасниками та активності кластера внаслідок коронавірусної пандемії
--	--

Джерело: розроблено автором

Усі кластери наголошують на тому, що сезонність має вплив на організацію їх діяльності, але рівень цього впливу в деяких із них значно різниться. Так, у деяких випадках на сезонний характер туристичних продуктів кластера і справді дуже важко впливати – особливості сільськогосподарської діяльності обмежують певні агротуристичні активності («Гостинна бойківська Долинщина»), а поганий стан доріг і значна віддаленість від міст призводять до того, що зимою туристам дуже важко дістатися до дестинації («Фрумушика-Нова»).

У всіх кластерах період із квітня по жовтень є найбільш активним, проте, як показує досвід, цілеспрямованими зусиллями учасників кластера вплив сезонності можна значно послабити або певною мірою нівелювати. Інструментами досягнення цього можуть бути: організація масових традиційних заходів, вечорниць, фестивалів, присвячених до зимових свят («Чигирин»), активне впровадження зимових розваг та видів діяльності – катання на санях, лижах, снігоходах, сноутюбінг, снігові гірки («Мальовнича Бережанщина», «Чигирин»), організація ділових та корпоративних заходів, навчальних тренінгів та програм («Оберіг»), облаштування спеціальних приміщень для проведення туристичних занять у зимовий період («Горбогори»). Така диверсифікація туристичного продукту кластера дає змогу підлаштуватися під зміну сезонів та забезпечити цілорічний попит на нього.

У жодного з досліджених туристичних кластерів немає сформованих та затверджених стратегій розвитку в середньо- та довгостроковій перспективі.

Майбутній розвиток кластерів більшість опитаних бачать невіддільно від розвитку самих громад та регіонів – покращення інфраструктури (дороги, паркові зони), у тому числі туристичної (поява нових закладів розміщення та харчування), діяльність із популяризації громади як туристичної дестинації на всеукраїнському рівні, збільшення кількості туристів у громаді, розвиток нових видів туризму та створення нових туристичних маршрутів, у тому числі в партнерстві з іншими громадами та областями.

Цікавим є бачення майбутнього розвитку кластера «Оберіг». Більшість експертів вважають, що останні 5-7 років кластер перебуває на етапі занепаду, проте колишнє керівництво кластера зазначає, що він знаходиться на шляху поступової трансформації в Академію сталого розвитку. На їхню думку, Грицівська територіальна громада та кластер сільського туризму «Оберіг» будуть і далі залишатися важливими як модельні структури для дослідження, оскільки процес створення та розвитку кластера, який у минулому тривав орієнтовно 15 років, із сучасними інструментами, засобами та можливостями комунікації можна здійснити за півтора-два роки. Керувати таким процесом повинні досвідчені спеціалісти, підготовка яких у майбутньому буде здійснюватися на базі Грицева з використанням його досвіду. Власне, якщо цю ініціативу справді вдасться реалізувати, це буде дуже яскравим прикладом сталості розвитку громади та одним із перших випадків успішної трансформації занепадаючого туристичного кластера в Україні в новий ціннісний продукт із врахуванням сучасних суспільних викликів.

Лише приблизно 30% досліджуваних кластерів сільського туризму вивчають та використовують досвід інших подібних кластерів в Україні чи за кордоном (в основному Польщі, Грузії та країн Балтії) для організації своєї діяльності. Більшість керівників кластерів зазначають, що набувають власного досвіду самостійно, постійно втілюючи в життя нові рішення та оцінюючи результати їх впровадження. Проте зауважують, що вони з радістю діляться своїми напрацюваннями на виставках, конференціях та семінарах за запрошенням. Окремо підкреслюють великий вплив на перших етапах

вітчизняних експертів із кластерного розвитку, які впроваджували в Україні багаторічний досвід дослідження закордонних кластерних структур.

2.1.2. Переваги кластерної співпраці для учасників кластера

Основні вигоди, які учасники кластерів отримують від спільної діяльності, можна поділити на декілька груп – соціальні, маркетингові, доступ до знань та інформації, фінансові, доступ до ресурсів та вигоди щодо туристичного продукту (рис. 2.2.).

Найчастіше учасники згадують значні соціальні, маркетингові та інформаційні переваги від участі в кластері. Соціальні вигоди полягають у тому, що члени кластера знайомляться один з одним, налагоджують особисті контакти як з іншими учасниками, так і за межами кластера, що дає можливість для обміну досвідом і співпраці також в інших напрямках. Важливими в кластері є спілкування та комунікація, особливо соціалізація в рамках неробочих зустрічей. Цінність взаємопідтримки проявляється тоді, коли учасники допомагають один одному, сприяють розв'язанню спільних проблем, надають конструктивну критику щодо вдосконалення продуктів та послуг один одного. Також соціальні вигоди включають належність до спільноти, яка має спільну мету та цілі (разом набагато легше працювати над однією справою й досягти значних успіхів, які було б важко здобути поодиноці), та спонукання до самореалізації (можливість знайти своє місце в громаді).

Маркетингові вигоди охоплюють загальне підвищення обізнаності про учасників кластера внаслідок діяльності кластера (та відповідне збільшення кількості туристів), інформаційну підтримку та рекламу учасників (розміщення на сайті та на сторінках у соціальних мережах; виготовлення буклетів, каталогів, карт, брошур тощо; реклама в засобах масової інформації; зовнішня реклама; реклама на заходах), спільну участь у виставках та ярмарках. Деякі кластери укладають співпрацю з журналістами чи фотографами для виготовлення промоційно-рекламних матеріалів для всіх учасників. Однією з найбільш

ефективних є внутрішня реклама, коли члени кластера рекомендують туристам послуги один одного.

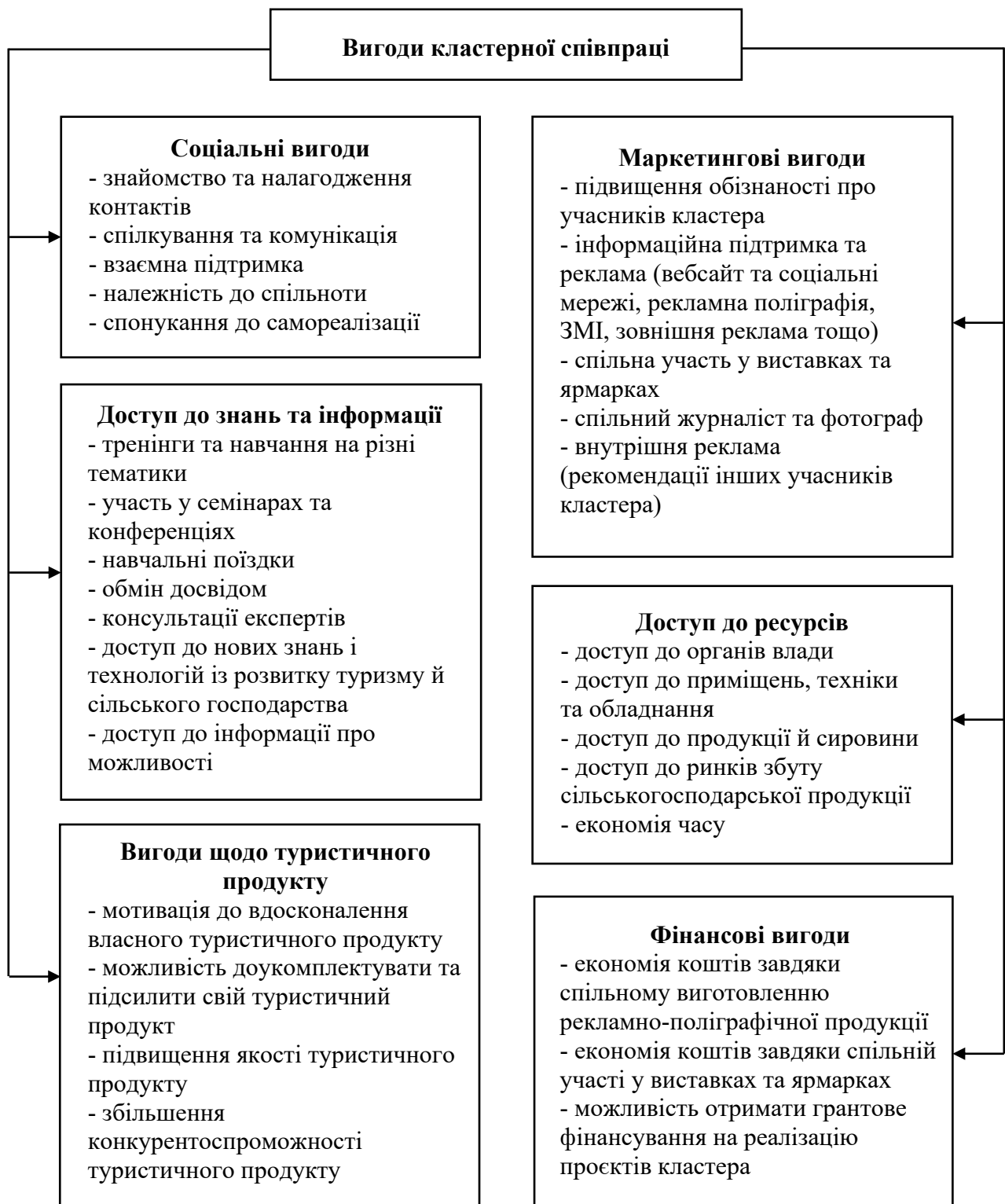


Рис. 2.2. Вигоди кластерної співпраці для учасників кластера

Джерело: розроблено автором

Доступ до знань та інформації проявляється, зокрема, у тому, що учасники беруть участь у тренінгах та навчаннях на різноманітні тематики, які організовує як сам кластер, так і його партнери. Членів кластера також часто запрошують брати участь у локальних, регіональних та всеукраїнських семінарах та конференціях, навчальних поїздках. У рамках кластера вони мають можливість обмінюватися досвідом та отримувати консультації з різноманітних питань, зокрема, щодо юридичних, правових, організаційних основ ведення діяльності. Також, як члени кластера вони отримують доступ до нових знань і технологій із розвитку туризму й сільського господарства завдяки співпраці з науково-дослідними установами та навчально-освітніми закладами, як і доступ до інформації про різноманітні можливості (гранти, заходи, навчання), яка проходить через кластер.

Фінансові вигоди включають як можливість зекономити кошти, так і можливість отримати додаткове фінансування. Так, у рамках кластера учасники мають змогу економити значні фінансові ресурси завдяки спільному виготовленню рекламно-поліграфічних матеріалів та спільній участі у виставках і ярмарках, а також отримують грантове фінансування на реалізацію проєктів кластера, оскільки спільні грантові заявки, що надходять від організацій, які об'єднують багатьох учасників, набагато швидше й частіше погоджуються донорами.

Окрім фінансових та інформаційних, члени кластера отримують також доступ і до інших видів ресурсів. Так, особливо учасники кластерів підкреслюють, що завдяки співпраці та налагодженим контактам з органами влади, вони мають змогу впливати на владні рішення, доносити свою думку і вирішувати багато важливих питань як спільнота із конкретними важелями впливу. Члени кластера отримують рівний доступ до приміщень, техніки та обладнання, які належать кластерним організаціям. В агротуристичних кластерах сільськогосподарські виробники наголошують на важливості доступу до продукції та сировини (можливість членам кластера закуповувати її один в одного на вигідних умовах), а також до ринків збуту сільськогосподарської та крафтової

продукції, яку реалізують туристам не лише під час відвідування ними фермерських господарств, а й через власний фірмовий магазин на території кластера, власний онлайн-магазин, фізичні та онлайн-магазини партнерів та під час організації спільних заходів – фестивалів, ярмарків тощо. Окрім полегшеного доступу до деяких видів ресурсів, спостерігається також і економія часу членів кластера, яка з'являється тоді, коли, за потреби, одна визначена кластером людина займається вузькоспеціалізованими питаннями (наприклад, створенням та розміщенням зовнішньої реклами), й іншим членам не потрібно витратити власний час, щоби розібратися в організаційній чи технічній стороні цього питання, ніж якби вони робили це поодиночі.

Щодо вигод, які отримують члени кластера під час розробки туристичного продукту, респонденти зауважують, що активна спільна діяльність у кластері мотивує їх до постійного вдосконалення власного туристичного продукту, дає можливість доукомплектувати та підсилити його залученням інших надавачів послуг, що своєю чергою сприяє підвищенню якості та збільшенню конкурентоспроможності туристичного продукту сільського туризму, надаючи змогу членам кластера вийти на новий рівень у своїй діяльності.

На запитання про те, які чинники можуть забезпечити успішність туристичного кластера, абсолютна більшість опитаних представників кластерів зазначають, що насамперед це певні соціальні та нематеріальні складники, такі як наявність ініціативного лідера, відповідальної команди, налагодженої комунікації та атмосфери довіри й підтримки в кластері. Це підтверджує думку, що туристичний кластер у своїй основі є насамперед соціальною системою, яка, за умови грамотної побудови взаємозв'язків всередині неї, може значно підвищувати ефективність використання наявних туристичних ресурсів території [61].

Узагальнено чинники, які зумовлюють успішність кластерів сільського туризму, включають:

1. Сильне лідерство – попри те, що в основі кластерів лежить співпраця багатьох учасників, головною запорукою успішного кластера є наявність

ініціативного та компетентного лідера, який буде опікуватися діяльністю кластера, зможе створити атмосферу довіри між учасниками, об'єднати їх та власним прикладом заохочувати до співпраці. Також опитані підкреслюють, що дуже важливо, аби лідер мислив всеукраїнськими мірками, прагнучи виводити продукти кластера на національний рівень.

2. Соціальний капітал – добре налагоджені комунікація та соціальні зв'язки між багатьма учасниками процесу, які базуються на взаємодії, взаємопідтримці та довірі всередині організації.

3. Ініціатива «знизу-вгору» – найбільш успішні кластери, хоча й мають значну підтримку органів місцевої влади, засновуються за ініціативи громади та представників туристичних бізнесів, і саме їм має належати ключова роль в управлінні кластером. Такі кластери характеризуються більшою гнучкістю та ініціативністю, меншою забюрократизованістю діяльності, і сприяють незалежності та свободі в діях та прийнятті рішень.

4. Підтримка влади – попри те, що головна ініціатива має йти від бізнесу, підтримка органів місцевого самоврядування є надзвичайно важливою для успіху туристичного кластера, особливо мікрокластерів сільського туризму, які зазвичай утворюються в межах окремих територіальних громад. Адже діяльність таких кластерів впливає не лише на їх членів, а й на розвиток усієї громади, і влада своїми діями може як посилити його, так і загальмувати.

5. Активний внесок кожного учасника кластера – саме колективні зусилля різних учасників кластера можуть призвести до синергетичного ефекту в його розвитку. Для цього кожен член має брати на себе відповідальність за спільний результат, тому що кожен окремий компонент складає та впливає на цілісний продукт кластера. Учасники наголошують на цілісності, коли у всіх членів є спільні цілі й діяльність спрямована на розвиток не лише своєї особистої справи, а і всього кластера.

6. Спільна вигода – активність учасників та успішність кластера можлива лише тоді, коли кожен учасник буде отримувати конкретну вигоду від спільної

діяльності. Для цього менеджменту необхідно розуміти потреби всіх членів та приймати рішення, які сприяють забезпеченню вигоди для кожної зі сторін.

7. Місце – територія із наявними ресурсами, які складають географічну основу діяльності кластера, теж можуть стати запорукою його успіху. Проте найважливішими є не кількість та унікальність туристичних ресурсів, а ефективність та способи їх використання.

8. Ідея – багато учасників зазначають, що успішності кластера сприяє наявність затребуваної та неординарної ідеї продукту кластера, яка спонукає всіх учасників рухатися в одному напрямку. Це говорить про необхідність визначення смартспеціалізації кластера.

9. Комплексний туристичний продукт кластера – кластер має забезпечувати створення комплексного туристичного продукту для того, щоби максимально задовольнити потреби споживачів та збільшити тривалість перебування туристів у регіоні.

10. Дієвість і висвітлення діяльності – кластер має організовувати спільну діяльність на регулярній основі й так само регулярно висвітлювати та популяризувати її на різних рівнях. У такий спосіб, навіть невеликі результати будуть сприяти залученню нових учасників та розширенню кластера.

На сьогодні, не всі керівники кластерів сільського туризму вважають свої кластери достатньо успішними. Загалом вони підкреслюють певні позитивні результати в окремих напрямках (підвищення обізнаності щодо діяльності кластера, збільшення кількості туристів, об'єднання активних учасників у регіоні), але переконані, що їм ще є куди розвиватися, насамперед для досягнення організаційної спроможності та самодостатності кластерних організацій.

2.1.3. Вплив кластерної співпраці на розвиток сільських територій

Перш ніж проаналізувати, наскільки кластерна співпраця в сільському туризмі впливає на розвиток сільських територій, учасникам та керівникам кластерів було запропоновано виділити ті проблеми, які, на їхню думку, є

найбільшими для розвитку села сьогодні. Так, до стримувальних чинників економічного характеру відносять відсутність робочих місць та джерел доходів для населення, зосередженість на сировинному виробництві та відсутність ланцюгів створення доданої вартості сільськогосподарської продукції, відсутність інвестицій та інших стимулів економічного розвитку регіонів, що спричиняє відтік сільського населення, особливо молоді, та значний рівень трудової міграції.

Вагомими є інфраструктурні проблеми – у сільських регіонах спостерігається поганий стан соціальної та транспортної інфраструктури й комунікацій. Респонденти, зокрема, виділяють відсутність транспортного сполучення сіл із містами та обласними центрами, засмічення та погане упорядкування територій, відсутність інфраструктури для роздільного збору та сортування сміття на рівні громади.

Попри значні успіхи реформи децентралізації, у багатьох українських громадах проблемою на сьогодні є недосконалість місцевого самоврядування, що проявляється у відсутності управлінських менеджерських навичок у представників місцевої влади, невідповідальному ставленні до своїх обов'язків, відсутності зацікавленості в загальному розвитку регіону, відсутності підтримки та співпраці влади й локального бізнесу.

Опитані наголошують, що чи не найбільше стримують розвиток сільських територій людські чинники – пасивність та інертність місцевого населення, низька залученість його до процесів розвитку громади та відсутність колективної соціальної відповідальності. В основному це пов'язують із низьким рівнем освіченості, що призводить і до відсутності кваліфікованих кадрів на селі. Окрім цього, у сільського населення значно обмежені можливості для проведення дозвілля.

Серед найбільших проблем згадуються також втрата автентичності й самобутності українського села внаслідок впливів глобалізації та відсутність реклами й централізованих зусиль із популяризації сільських територій як локацій туристичного інтересу.

Респондентам було запропоновано зазначити та навести приклади того, як діяльність із сільського туризму впливає зараз чи впливала в минулому на розвиток їхніх громад. Можемо узагальнити, що основний вплив здійснюється за трьома напрямками – економічним, суспільно-культурним та екологічним (рис. 2.3.).



Рис. 2.3. Вплив сільського туризму на розвиток сільських територій в Україні

Джерело: розроблено автором

Зіставивши результати дослідження щодо найбільших проблем у розвитку сільських територій та прикладів того, як сільський туризм впливає на розвиток громад в Україні, можемо зауважити, що розвиток сільського туризму має потенціал прямо чи опосередковано сприяти вирішенню більшості проблем, з якими сьогодні зіштовхуються українські села.

Усі опитані учасники кластерів вважають, що сільський туризм безпосередньо пов'язаний зі сталим розвитком сільських територій, проте глибина та напрями такого зв'язку, згідно з отриманими відповідями, можуть бути різними. Так, респонденти зауважують, що сільський туризм може бути одним з інструментів досягнення глобальних цілей сталого розвитку завдяки тому, що він:

- сприяє збільшенню доходів сільського населення та економічному розвитку регіону;
- покращує умови проживання сільського населення;
- створює робочі місця, у тому числі для людей з інвалідністю;
- сприяє виготовленню, популяризації та доступу населення до органічних та крафтових продуктів харчування;
- створює додаткову вартість сільськогосподарської продукції;
- зберігає традиції сільського господарства;
- популяризує відповідальне споживання та виробництво;
- сприяє сортуванню та продукуванню меншої кількості сміття;
- менш забруднює довкілля за умови правильної організації;
- сприяє збереженню навколишнього середовища;
- сприяє використанню більш екологічних видів транспорту (коні, велосипеди тощо);
- сприяє захисту і збереженню флори та фауни;
- стимулює створення заповідних територій;
- сприяє упорядкуванню території громад та туристично-рекреаційних зон;
- популяризує бренд екологічності та чистоти довкілля;
- сприяє психологічно-емоційному відновленню людини;

- сприяє освіті та вихованню дітей;
- зберігає і відновлює давні традиції й культуру;
- зберігає автентичність сільських садиб.

Проте підкреслюють також і стримувальні чинники, які не дають змогу сільському туризму бути максимально сталим у сучасних умовах, серед яких: відсутність сертифікованих сміттєзвалищ та централізованого вивозу сміття; погане упорядкування територій та відсутність громадських туалетів; відсутність якісного водовідведення, каналізаційних систем та очисних споруд; забруднення землі через інтенсивне сільське господарство; низький рівень інклюзивності та доступності послуг у сільській місцевості; низький рівень освіченості та усвідомленості сільського населення щодо питань сталого розвитку.

Дискусійним є взаємозв'язок між конкурентоспроможністю туристичного продукту сільського туризму на туристичному ринку та рівнем забезпечення необхідних аспектів сталості. Тому для сталого розвитку сільських громад України на теперішньому етапі важливо знаходити правильний баланс між аспектами конкурентоспроможності та впровадженням елементів сталості.

2.2. Закордонний досвід кластеризації сільського туризму

За кордоном кластерний підхід до розвитку туристичної галузі давно й успішно реалізовується в таких країнах, як Італія, Угорщина, Франція, Ірландія, Норвегія, Польща, Естонія, Словаччина [87]. В Італії завдяки державній підтримці було створено кластер «Тразименське озеро» в Умбрії, який об'єднує поряд із туристичними підприємствами, закладами розміщення та харчування, також торговельні організації та підприємства з виробництва продуктів, специфічних для цієї місцевості (вино, оливкова олія). Також в Італії активно діють кластери «Салінунтінські терми» (Сицилія), «Адріатичне море й берег», «Міста мистецтв, культури та бізнесу» (Емілія-Романія) тощо. Функціонує низка туристичних кластерів у Шотландії, кластер туризму і відпочинку в Північній Ірландії (Велика Британія), численні кластери з організації дозвілля у Франції [32].

Загалом, за даними Європейської комісії, у 2020 році у сфері гостинності та туризму в Європі діяли 76 кластерів, у тому числі 12 кластерів високого, 14 середнього та 50 базового рівня продуктивності. Рівень продуктивності кластера визначається на основі п'ятьох показників – його розміру, ступеня спеціалізації, продуктивності роботи, ефективності підприємств мікро, малого та середнього бізнесу та рівня розвитку інноваційного лідерства. Найбільш продуктивні туристичні кластери діють у Данії, Німеччині, Франції, Великобританії та Норвегії. Водночас 51% зайнятості у сфері туризму та гостинності у ЄС припадає саме на туристичні кластери [125].

Успіх розвитку туристичних кластерів у Європі також частково пов'язаний із тим, що багато держав-членів Євросоюзу мають національну та/або регіональні політики та програми підтримки створення та розвитку кластерів (серед них Польща, Угорщина, Чехія, Литва, Латвія та ін.). Кластери підтримуються через спеціальні кластерні програми або через інтеграцію аспектів підтримки кластерів в інші програми економічної підтримки, такі як програми, спрямовані на розвиток мікро, малих і середніх підприємств, або програми інноваційної політики. Загалом, такі кластерні політики переслідують широкий спектр цілей, найважливішими з яких є зміцнення структур для співробітництва різних зацікавлених сторін, підвищення конкурентоспроможності малих і середніх підприємств, діяльність з інтернаціоналізації (на рівні країни) або модернізація галузі (на регіональному рівні). У період 2014-2020 років такі країни як Італія, Велика Британія, Німеччина, Португалія, Польща, Франція та Греція профінансували створення та розвиток кластерів на понад 100 мільйонів євро кожна, що додатково підтверджує, що підтримка кластерів є важливим елементом економічної політики європейських країн [117].

У складі управлінських структур Європейського союзу діє Європейський секретаріат із кластерного аналізу (ESCA) – орган, створений у 2010 році в рамках Європейської ініціативи з досконалості кластерів (ECEI) для просування досконалості управління кластерами за допомогою бенчмаркінгу та маркування якості організацій з управління кластерами у всьому світі. У рамках програми

маркування кваліфікованими організаціями з управління кластерами присуджуються три знаки – бронзовий, срібний та золотий, які репрезентують три рівні якості управління. Оцінювання кластерної організації проводиться незалежними експертами, які пройшли спеціальне навчання, а це орієнтовно 200 експертів майже з усіх держав-членів. На сьогодні понад 1300 кластерних організацій із 45 країн провели порівняльний аналіз та пройшли оцінювання. Серед туристично-рекреаційних кластерів найвищі знаки якості були присуджені кластеру сталого гірського туризму Монтань у Франції (золотий), туристичному кластеру регіону Південний Тіроль в Італії (срібний), туристичному кластеру міста та регіону Алмати в Казахстані, агротуристичному кластеру «Лепоглава» в Хорватії (бронзовий) та інші [118].

Для України одним із найбільш цікавих у контексті створення та розвитку кластерів сільського туризму є досвід європейських країн посткомуністичного простору, особливо Польщі, Болгарії, Румунії, країн Балтії, з огляду на схожість вихідних насамперед економічних та суспільно-політичних умов, а часто й географічних. Здебільшого ці країни вже пройшли шлях становлення сільського туризму та успішно його розвивають. Зважаючи на перспективи майбутньої української євроінтеграції, особливо важливими є їх підходи до розвитку сільських територій у період після приєднання до Європейського Союзу [63].

Так, досвід Польщі в розвитку сільського туризму вже давно активно досліджується та застосовується в Україні, особливо в напрямках створення тематичних сіл, законодавчого регулювання сільського туризму та категоризації засобів розміщення в сільській місцевості. Що стосується туристичних кластерів, то їх розвиток у Польщі зараз перебуває на активній стадії. Серед типових кластерів сільського туризму в Польщі можна виокремити:

- Опольський кластер із вираженим агротуристичним напрямом, організатор – Кюзборсько-Олеска туристична організація;

- Бещадський транскордонний туристичний кластер зі спеціалізацією на пізнавальному туризмі та комплексним обслуговуванням туристів у гірських і сільських місцевостях, організатор – Товариство «Бещадський транскордонний

туристичний кластер» (Бещадський повіт у Польщі та Старосамбірський район в Україні);

- кластер «Село гончарів» у Камьонці (околиці історичного міста Нідзіца, Вармінсько-Мазурське воєводство) з презентацією двох ремісничих технологій, організатор – Громадське підприємство «Село гончарів»;

- Окопський агротуристичний кластер (Підляське воєводство) з вираженими агротуристичними пропозиціями, організатор – сімейне екотуристичне господарство Урожанка в Окопах;

- кластер «Підкарпатський Смак» із промоцією традиційної продукції – регіональні продукти, просування локальних традицій і звичаїв, гастрономічно-туристичний шлях «Підкарпатські смаки» [46, 108, 143].

Також польські дослідники зауважують значні потенційні можливості для розвитку кластерних структур на базі тематичних туристичних сіл, найвідоміші з яких – «Село гобітів», «Село здорового життя», «Країна казок і велосипедів», «Хліб із природою», «Село духа Пущі» та інші [46, 108, 143].

Найчастіше туристичні кластери в Польщі створюються «зверху донизу» з ініціативи неурядового або наукового сектору, рідше – «знизу вгору» з ініціативи представників бізнесу або в змішаний спосіб [146]. За організаційною формою туристичні кластери Польщі представлені консорціумами, асоціаціями, фундаціями, компаніями, кооперативами та бізнес-організаціями [46].

Кожен туристичний кластер має координатора, найчастіше ним стає саме ініціатор кластера – громадська організація, фонд, асоціація чи університет, рідше функцію координатора кластера виконує новостворена організація або представник бізнесу. Більшість кластерів визначають головною метою своєї діяльності розширення туристичної пропозиції на основі наявних ресурсів через створення та просування нових туристичних продуктів. До слабких сторін польських туристичних кластерів відносять відсутність у деяких випадках освітніх та науково-дослідних інституцій або представників місцевої влади в структурі кластера, а також досить вимушений характер створення кластерів за

ініціативою «зверху донизу», що може бути загрозою для їх подальшого функціонування [146].

Цікавим для України може бути і естонський досвід створення та розвитку туристичних кластерів у сільській місцевості, оскільки, так само, як і в Україні, раніше сільськогосподарське виробництво в Естонії було централізовано в колективних господарствах, які відповідали практично за всі аспекти сільського життя, а приватних сільських підприємств не було аж до кінця 1980-х років. Після відновлення незалежності в 1991 році, коли Естонія стала доступною для туристів за межами колишнього Радянського Союзу, почалася нова ера розвитку туризму й потрібно було знайти нові туристичні продукти та послуги. Сільське життя кардинально змінилося в перехідний період пристосування до нових ринкових умов, який настав після здобуття незалежності. Раніше панівні колгоспи були приватизовані, сільськогосподарські землі були повернуті колишнім власникам або їхнім спадкоємцям, попит на сільськогосподарську працю помітно знизився, розпочався пошук нових джерел отримання доходу й роль туризму зросла в розвитку села [138].

Сьогодні Естонію можна вважати країною, що розвивається на світовому ринку туризму. Цей розвиток набув значних обертів після вступу країни до Європейського Союзу у 2004 році. Висока якість послуг дає змогу Естонії все більше орієнтуватися на іноземних туристів.

Сільська місцевість в Естонії – це село, район або невелике місто з менш ніж 4 тис. жителів. Підприємства сільського туризму в основному являють собою мікробізнес, який пропонує поєднання послуг із розміщення, харчування та організації дозвілля. Серед їхніх основних проблем можна зазначити низьку інвестиційну спроможність, сезонність, брак кваліфікованого персоналу та значну залежність від програм, які фінансуються Європейським Союзом. І саме співпраця різних гравців у рамках кластерів та мереж є одним зі способів подолання цих перешкод [138].

Найчастіше в Естонії створюються регіональні кластери, діяльність яких спрямована на розвиток туризму та формування туристичного бренду в межах

певних адміністративних одиниць, більшу частину території яких становить саме сільська місцевість. Розглянемо досвід організації та діяльності декількох таких туристичних кластерів.

Туристичний кластер Іда-Вірумаа було засновано за ініціативою локальних бізнесів у 2008 році [126]. Іда-Вірумаа – повіт, що розташований на північному сході Естонії та включає вісім менших адміністративних одиниць – муніципалітетів. Регіон має значний туристичний потенціал завдяки своєму географічному положенню – в Іда-Вірумаа розташовуються найдовший пляж Естонії на Чудсько-Псковському озері на півдні (протяжність понад 30 км), найдовший морський пляж Естонії (7,5 км на узбережжі Фінської затоки) на півночі, вихід до найповноводнішої в Естонії річки Нарви на сході, найбільша в країні система озер та найвищий водоспад, декілька національних природних парків.

Робота кластера значно сприяла розвитку повіту Іда-Вірумаа як одного з найпопулярніших туристичних напрямків в Естонії. Основною спеціалізацією кластера є пригодницький туризм та поєднання оздоровчого відпочинку з розвагами, відповідно кластером був сформований бренд дестинації – «Край пригод Іда-Віру». Кластер пропонує велосипедні та пішохідні маршрути, відвідування національних природних парків, активний відпочинок, водні види діяльності, спа та оздоровлення, екскурсії історико-культурними пам'ятками, свята та фестивалі, гастрономічний туризм.

Одними із перших кроків після створення кластера були розробка стратегії діяльності, визначення напрямів розвитку та плану подальших активностей. Уже за чотири роки першу стратегічну ціль було досягнуто – на 25% збільшився показник кількості ночей, які туристи проводили в регіоні, тому у 2014 році було затверджено нову стратегію, яка визначає стратегічною метою діяльності кластера зробити регіон Іда-Вірумаа першим туристичним напрямком Естонії після Таллінна до 2030 року.

Стратегія виділяє п'ять основних напрямів діяльності кластера: маркетинг регіону як туристичної дестинації, розроблення туристичних продуктів, реалізація

туристичних продуктів (співпраця з туристичними агенціями та операторами), навчання учасників кластера та адвокація питання туристичного податку в регіоні. Цільова аудиторія туристичних продуктів кластера – сім'ї з дітьми, дорослі пари та дружні колективи. Кластер працює на залучення туристів із основних цільових ринків – Естонії та Фінляндії [126].

Координатором діяльності кластера є Центр підприємництва Іда-Вірумаа, який здійснює адміністративне управління кластером. Центр співпрацює з учасниками кластера на основі двосторонніх угод. Участь у кластері можлива за трьома пакетами членства – членство для муніципалітетів, для великих та для малих туристичних бізнесів. Сьогодні до кластера входять приблизно 50 учасників, які співфінансують кластерну діяльність, серед яких муніципалітети, музеї та інші атракції, засоби розміщення та заклади харчування, туристичні агенції, а також Нарвський Коледж Тартуського університету.

Організаційна модель кластера передбачає правління, до складу якого входять координатор кластера, два представники муніципалітетів та два представники бізнесів. Правління приймає основні рішення щодо діяльності кластера на щоденній основі. 25% фінансування активностей кластера здійснюється коштом щорічних членських внесків, а 75% – коштом проєктів та програм державного бюджету, Європейського Союзу та донорського фінансування.

Туристичний кластер Лахемаа охоплює регіон однойменного національного парку, який розташований на північному узбережжі Естонії та є найбільшим, найстарішим та найпопулярнішим національним парком у країні. Кластер був створений у 2020 році одночасно з реєстрацією громадської організації «Туристична асоціація Лахемаа» як його організаційної структури та створенням бренду «Відвідай Лахемаа».

Туристична зона національного парку Лахемаа розташована в п'яти муніципалітетах двох різних повітів. У регіоні проживає орієнтовно 24 тисячі осіб, діють активні громади та малий бізнес. Найважливішими галузями економіки є сільське та лісове господарство [156].

Основою туристичного продукту регіону є природні ресурси та місцева культурна спадщина. Природні ландшафти включають піщані морські пляжі, ліси, болота, річки, озера, валуни та скелі, обладнані пішохідні стежки. Багата культурна спадщина зосереджена в прибережних селах та невеликих містечках у вигляді стародавніх маєтків, церков, музеїв, народних пісень і танців. Народна культура підтримується громадськими центрами, де, окрім громадських заходів, організовують корпоративні заходи та семінари. У теплу пору року відбуваються багато традиційних масових заходів – дні ферми, святкування дня рибалки в прибережних селах, фестиваль ковбаси, фестиваль джазу, кінофестиваль та численні локальні ярмарки [156].

Варіанти розміщення пропонують як невеликі садиби та котеджі, так і курортні селища. Кілька закладів громадського харчування мають регіональний лейбл «Місцеві страви Північної Естонії». Завдяки зусиллям діяльності кластера, дестинація отримала сертифікат сталого туризму Europarc і золотий рівень сталості міжнародної системи сертифікації Green Destinations [156].

Кластер об'єднує понад 35 учасників, серед яких місцеві туристичні бізнеси, громадські організації, сільські асоціації та фізичні особи, які зацікавлені в сталому розвитку регіону. До складу консультативної ради кластеру входять, окрім представників бізнесу, також представники всіх п'яти муніципалітетів регіону, державного агентства із захисту навколишнього середовища, державного лісового господарства, донорських організацій. Окрім цього, кластер співпрацює з організаціями розвитку двох повітів та національною туристичною організацією Естонії.

Основна мета створення кластера – сталий розвиток регіону, який буде вигідним як для учасників кластера, так і для туристів та місцевої громади, представлення його на всіх рівнях та залучення місцевої громади до менеджменту туризму в регіоні. Наразі діяльність кластера спрямована на створення комплексного рішення для управління туризмом у Лахемаа, збільшення часу відвідування регіону туристами, популяризацію економічних та альтернативних видів транспорту та підтримання розвитку локальних послуг. Для учасників

кластера організовуються спільні маркетингові активності, туристичні продукти, заходи, навчання та інші соціальні взаємодії.

Гіюмаа – другий за величиною острів Естонії та однойменний повіт. Після адміністративної реформи в країні у 2017 році, у результаті якої було створено єдиний повіт Гіюмаа, туризм було визначено одним із пріоритетних напрямів розвитку регіону. Туристичний потенціал Гіюмаа включає понад 300 км берегової лінії та 324 км маркованих туристичних стежок. Основним туристичним продуктом є спокійний та активний відпочинок на природі – збирання грибів та ягід, спостереження за китами та птахами, риболовля, катання на конях, походи, кемпінг, дайвінг, вітрильний спорт, серфінг, відвідування шафранових садів та лавандових ферм. Історико-культурну цінність мають стародавні села, замки, церкви та одні з найстаріших маяків у світі.

Туристичний кластер Гіюмаа був створений у 2021 році. Кластер об'єднує учасників для спільного використання компетенцій та ресурсів для маркетингу дестинації та формування іміджу регіону, проведення маркетингових та рекламних кампаній для учасників, розроблення та продажу спільних туристичних продуктів та пакетів, організації навчань, заходів з обміну досвідом та навчальних поїздок, лобіювання та представлення інтересів учасників кластера в комунікації з органами влади та державними підприємствами, реалізації спільних проєктів [148].

Функцію координації діяльності кластера здійснює організація Центр розвитку Гіюмаа, яка була заснована повітом у 2017 році для підтримання суспільно-економічного розвитку регіону. Діяльність туристичного кластера підтримується Європейським фондом регіонального розвитку через заходи щодо посилення конкурентоспроможності регіонів.

Наразі кластер налічує понад 30 учасників, серед яких мікро, малі та середні туристичні підприємства, громадські організації та асоціації, комунальні заклади, музеї, професійне технічне училище й повіт Гіюмаа. Учасники співпрацюють із кластером на підставі договору про членство, який укладається на три роки. Після закінчення терміну дії контракту учасники мають можливість продовжити

членство, змінити членський пакет або скасувати членство. Пакети членства передбачають річну плату за включені в них права та вигоди учасників та варіюються від 120 (базовий пакет) до 1200 (основний пакет) євро в рік [148].

Аналіз досвіду діяльності цих та інших кластерів сільського туризму в Естонії дає змогу підсумувати, що зазвичай вони об'єднують 30-50 учасників, серед яких туристичні бізнеси, некомерційні громадські організації та асоціації, фонди, органи місцевого самоврядування, комунальні підприємства, освітні заклади та фізичні особи. Кластери практично завжди передбачають наявність кластерних організацій або кластерного менеджера, які здійснюють адміністративне управління кластером. Найчастіше кластерна організація є неприбутковим об'єднанням та пов'язана зі всіма учасниками кластера двосторонніми партнерськими угодами. Діяльність кластера на 15-25% фінансується членськими внесками учасників і на 75-85% – коштами різноманітних державних та донорських проєктів та програм, у тому числі дуже часто – організаціями Європейського Союзу.

У рамках кластера між собою співпрацюють суб'єкти, послуги яких доповнюють одні одних. Наприклад, засіб розміщення співпрацює із закладом харчування, постачальником послуг організації дозвілля та туристичною атракцією, яка перебуває у комунальній чи державній власності, і, у такий спосіб, вони створюють спільні туристичні пакети. Також члени кластера співпрацюють з органами місцевого самоврядування, регіональними центрами розвитку і з вищими та професійно-технічними закладами освіти в напрямі забезпечення місць практики та стажування студентів та підготовки майбутніх кадрів. Залежно від того, чи є ці інституції членами кластера, можна говорити про співпрацю всередині або поза кластером. Поза кластером відбувається також співпраця з туристичними організаціями національного рівня, такими як Національна туристична асоціація та Асоціація сільського туризму Естонії [136].

Можна виокремити декілька напрямів діяльності естонських кластерів сільського туризму, серед яких одним із найважливіших є спільна маркетингово-промоційна діяльність (рис. 2.4.). У багатьох об'єднаннях саме маркетинг та

промоція вважаються основним пріоритетом діяльності кластера. Цей напрям включає заходи із презентації регіону діяльності кластера – організація та/або спільна участь у ярмарках, виставках та інших заходах, які популяризують регіон, підготовка різноманітних інформаційних матеріалів (туристичні каталоги, карти, брошури, вебсайти), організація престурів та реалізація проєктів, які висвітлюють специфіку регіону. Також маркетингово-промоційна діяльність спрямована на рекламу безпосередньо учасників кластера та залучення нових клієнтів [136].



Рис. 2.4. Напрями діяльності кластерів сільського туризму в Естонії

Джерело: розроблено автором за [136, 138]

Ще одним напрямом співпраці є створення спільних туристичних продуктів та пакетів послуг. Особливу увагу приділяють тим продуктам, які дають змогу розширити туристичний сезон. Кластери обмінюються інформацією між своїми учасниками. Вони організують тренінги, семінари та інші навчальні заходи на актуальні теми, заходи для обміну досвідом, а також дають змогу отримати доступ до інформації про спеціальні пропозиції, наприклад, коли один учасник

кластера продає щось за вигідною ціною, що може бути корисним іншому учаснику [136].

Важливим аспектом діяльності кластерів є так звані клубні активності – заходи для учасників, які організуються з розважальною та соціальною метою. Це можуть бути регулярні спільні зустрічі, обіди тощо. Активна соціалізація під час таких заходів створює умови для обміну досвідом, пошуку нових ідей, налагодження міцних контактів. Насамкінець, важливим напрямом є діяльність кластера із залучення зовнішнього фінансування для розвитку регіону та реалізації запланованих активностей кластера [136].

Було виокремлено основні вигоди, які отримують естонські туристичні бізнеси від участі в кластері (рис. 2.5.).



Рис. 2.5. Переваги від участі в кластері для туристичних бізнесів Естонії

Джерело: розроблено автором за [136, 138]

Так, участь у кластері дає змогу зекономити значну кількість фінансових ресурсів. З погляду економії, найважливішим аспектом є можливість заощадити на маркетингу. Якщо маркетингова діяльність є спільною, внесок одного члена кластера є меншим порівнюючи з тим, якби він мав здійснювати такі активності незалежно. Спільна участь у виставках, організація рекламних кампаній чи розробка інформаційних матеріалів може зробити доступною для членів кластера ту маркетингову діяльність, яка не буде доступною одному члену. Також

учасники можуть організовувати спільні покупки через кластер і у такий спосіб отримувати знижки. Часто саме через кластер надходить інформація про спеціальні пропозиції. Учасники кластера можуть продавати один одному товари та послуги за більш вигідними цінами [136].

Членство в кластері полегшує доступ до ресурсів, насамперед трудових, інформаційних та фінансових. Приналежність до кластера покращує доступність робочої сили через практикантів та стажистів, якщо кластер співпрацює з вищими або професійно-технічними навчальними закладами. Компанії в кластері також можуть спільно використовувати робочу силу, коли один співробітник працює на кількох членів кластера. Доступ до інформації та знань також є цінною вигодою від участі в кластері. Через кластер проходить важлива для туристичних бізнесів інформація, а кластерні організації беруть участь або організують самостійно різноманітні тренінги та навчання. Також приналежність до кластера може сприяти отриманню фінансових ресурсів, особливо під час подачі заявок на гранти з різних державних та недержавних фондів [136].

Кластерна співпраця надає своїм членам різноманітні переваги в маркетингу, які здебільшого виражаються у формі спільної маркетингової діяльності. Така діяльність може включати спільну участь у виставках, ярмарках та інших заходах, виготовлення маркетингових матеріалів, таких як туристичні каталоги та карти, підтримку спільного вебсайту [136].

Переваги кластерної співпраці в розробці туристичних продуктів виникають під час створення пакетів послуг і розвитку спільних сервісів. Коли компанії працюють разом, вони можуть створювати пакети, які надають відвідувачам комплексну пропозицію послуг. Спільна діяльність та навчання, організовані в кластерах, сприяють отриманню нових ідей і розробці креативних, інноваційних та більш якісних туристичних продуктів [136].

Однією з переваг кластерної співпраці є те, що місцеві підприємці краще ознайомлені один з одним та послугами, які надаються в регіоні. Налагодження соціальних контактів дає нові ідеї щодо можливостей співпраці та створює передумови для того, щоби рекомендувати один одного туристам. Підвищення

завдяки діяльності кластера впізнаваності та популярності регіону, збільшення часу перебування туристів на території та спільна маркетингова діяльність сприяють збільшенню кількості клієнтів туристичних бізнесів [136].

Загалом кластери в Естонії відіграють важливу роль у створенні портфоліо послуг туристичних дестинацій та формують імідж регіону, їх діяльність сприяє збільшенню кількості відвідувачів та дає змогу урізноманітнити туристичний продукт і збільшити попит у низькій сезон. У деяких випадках кластерам вдалося покращити фінансування туристичного сектору за допомогою написання проєктних заявок та отримання грантів, в інших діяльність кластера була корисною для донесення важливості туристичного сектору в комунікації з місцевою владою [136].

Однак, окрім очевидних переваг, зазначають також і певні труднощі в діяльності кластерів сільського туризму в Естонії, серед яких нерівномірність співвідношення внеску часу та зусиль учасниками кластера й отриманих ними вигод, проблема фінансування діяльності кластера та визначення розміру фінансового внеску учасників, розбіжності між членами кластера та відсутність спільних інтересів, міжособистісні конфлікти, які заважають співпраці, брак підтримки діяльності кластера місцевою владою та незначний розмір кластерної мережі. Дослідження показують, що ефективність кластерів значною мірою залежить від їх лідерів. Запорукою успішного кластера є лідер, який може об'єднати членів кластера, подати позитивний приклад, заохотити їх працювати над спільною метою, робити свій внесок і бути активними [136].

Бачимо, що за кордоном практикують різноманітні підходи до створення та розвитку кластерів сільського туризму залежно від їх територіального охоплення, кількості та складу учасників, мети діяльності тощо. Дослідження найкращих іноземних практик із метою бенчмаркінгу та прикладне застосування тих аспектів, які найбільш відповідають сучасним суспільно-політичним та економічним реаліям, може стати важливим чинником розвитку в Україні ефективних та сталих туристичних кластерів на сільських територіях.

Висновки до 2 розділу

1. Аналіз кластеризації сільського туризму в Україні виявив, що кластери здебільшого об'єднують по 20-35 учасників та інституційно оформлюють свою діяльність як неприбуткові громадські об'єднання. Серед основних напрямів діяльності кластерів виділяються організаційний, навчальний, рекламно-маркетинговий, комунікаційний, створення спільного туристичного продукту, розвиток громади та її туристичного потенціалу та напрям співпраці. Не налагоджені організаційні структури кластера часто призводять до того, що кластерні організації не є самодостатніми, мають значний брак фінансування своїх активностей і ефективність їх роботи порівняно низька. Серед проблем, з якими зіштовхуються кластери під час своєї діяльності, можна виділити зовнішні, які характеризують загальний стан розвитку туризму в регіоні, та внутрішні, що стосуються безпосередньо діяльності кластера.

2. Учасники кластерів отримують значні вигоди від спільної діяльності – соціальні, маркетингові, доступ до знань та інформації, фінансові, доступ до ресурсів та вигоди щодо туристичного продукту. Успішність кластерів сільського туризму найбільше зумовлюють такі чинники, як сильне лідерство, розвинений соціальний капітал, підтримка місцевої влади, активний внесок кожного учасника кластера, наявність спільної вигоди, територія із наявними ресурсами, єдина ідея туристичного продукту кластера (визначена спеціалізація), комплексність туристичного продукту кластера, дієвість і висвітлення діяльності кластера.

3. Діяльність кластерів сільського туризму впливає на розвиток громад за трьома напрямками – економічним, суспільно-культурним та напрямом навколишнього середовища, та безпосередньо пов'язана зі сталим розвитком сільських територій. Виявлено, що розвиток сільського туризму має потенціал прямо чи опосередковано сприяти вирішенню більшості проблем, з якими сьогодні зіштовхуються українські села.

4. Аналіз світового досвіду показав, що за кордоном, особливо у країнах Європи, кластерний підхід до розвитку туристичної галузі давно й успішно

реалізовується, а успіх розвитку туристичних кластерів в тому числі пов'язаний із наявністю національних та регіональних політик та програм підтримки кластерів. Одним із найцікавіших для України в цьому напрямі є досвід Польщі та Естонії. Дослідження діяльності туристичних кластерів Іда-Вірумаа, Лахемаа, та Гіюмаа в Естонії засвідчує, що учасники кластерів в основному співпрацюють над спільною маркетинговою діяльністю, створенням спільних туристичних продуктів та пакетів послуг, обміном знань та інформацією, організацією клубних (розважальних та соціальних) активностей та залученням зовнішнього фінансування для діяльності кластера та розвитку регіону. Перевагами від участі в кластері для туристичних підприємств Естонії є налагодження соціальних контактів, вигоди під час створення туристичних продуктів, збільшення кількості клієнтів, економія коштів, доступ до ресурсів та маркетингові вигоди. Виявлено, що ефективність туристичних кластерів значною мірою залежить від їх лідерів.

5. Основні результати, представлені у цьому розділі, опубліковано у працях автора [61, 63].

РОЗДІЛ 3

ОБґРУНТУВАННЯ АСПЕКТІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

3.1. Оцінка впровадження засад сталого розвитку у сільській гостинності в Україні

Для впровадження системних та ефективних рішень щодо забезпечення сталого розвитку туризму на рівні держави, насамперед необхідно оцінити ступінь реалізації засад сталості на рівні кожного учасника туристичного процесу. На жаль, система збору туристичної статистики в Україні все ще перебуває на етапі розвитку, а централізований збір будь-яких статистичних даних у сфері сільського туризму є неможливим через особливості вітчизняного законодавства, зокрема Закону України «Про особисте селянське господарство», який надає право власникам особистих селянських господарств надавати послуги сільського зеленого туризму без державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності [21]. Моніторинг сталого туризму в Україні станом на сьогодні практично відсутній, а будь-які спроби його здійснення реалізуються точково шляхом імплементації локальних чи регіональних проєктів та із переважним застосуванням якісних методів дослідження.

Для забезпечення реалізації завдань дослідження було проведено опитування власників сільських гостинних садиб із метою первинної оцінки впровадження засад сталого розвитку у сільську гостинність в Україні та виявлення за його результатами шляхів забезпечення більш сталої діяльності сільських гостинних садиб [129]. Опитування проводилося онлайн з використанням інструменту Google-Форми протягом травня-червня 2020 року. Участь в опитуванні взяли власники 46 садиб – членів ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні», що на момент проведення становило 35% усіх власників садиб серед членів Спілки та відповідає вимогам репрезентативності вибірки.

Дизайн анкети визначався потребою отримати досить детальний первинний зріз якісної та кількісної інформації, яка б дозволила з'ясувати, зокрема у просторовому контексті, соціально-демографічні характеристики господарств та їх власників, оцінку ролі такого виду діяльності у домогосподарствах власників, реальну практику застосування підходів відповідних сталості в роботі сільських гостинних садиб, обізнаності щодо цілей сталого розвитку та потреби в інформації та навчанні щодо сталого туризму. Базою для розробки анкети стали глобальні системи для моніторингу та контролю впровадження аспектів сталого туризму, які широко застосовуються за кордоном, – критерії сталого розвитку туризму Глобальної ради зі сталого туризму (GSTC) [122] та критерії Європейської системи індикаторів туризму для сталого управління дестинаціями (ETIS) [119].

Анкета опитування складалася із семи тематичних блоків, які містили загалом 55 запитань: Блок 1. Загальна інформація (соціально-демографічні показники); Блок 2. Рівень ознайомлення з цілями сталого розвитку; Блок 3. Використання найманої праці; Блок 4. Екологія та відповідальне споживання; Блок 5. Партнерство для сталого розвитку; Блок 6. Інше; Блок 7. Подальше ознайомлення з питаннями сталого розвитку (додаток Д).

На більшість питань анкети була запропонована певна кількість фіксованих варіантів відповідей. Окрім того, у деяких випадках була можливість додати свій варіант відповіді, а кілька питань передбачали вибір декількох варіантів відповіді із запропонованого списку. Також респондентам було запропоновано дати відповідь на декілька необов'язкових відкритих питань, які конкретизували отриману раніше інформацію. Графічно результати опитування представлені у додатку Е.

Блок запитань опитування №1 мав на меті зібрати інформацію щодо основних соціально-демографічних характеристик власників та їх домогосподарств (табл. 3.1.). Так, сільським туризмом в Україні займаються майже однаково як чоловіки (47,8%), так і жінки (52,2%). Водночас найчастіше цим видом діяльності займаються особи середнього віку – 40-49 років (34,8%) та

50-59 років (34,8%). Лише п'яту частину серед власників садиб становлять молоді люди – 17,4% у віковій категорії 30-39 років та 4,3% до 29 років, а 8,7% власників гостинних садиб є особами у віковій категорії 60 років і старше. Абсолютна більшість власників садиб мають вищу освіту (84,8%) та лише 15,2% – професійно-технічну.

Таблиця 3.1.

Соціально-демографічні характеристики респондентів

Стать		Вік		Рівень освіти	
Жіноча	52,2%	до 30	4,3%	початкова (1-4 класи)	0%
Чоловіча	47,8%	30-39	17,4%	середня (загальноосвітня школа, гімназія тощо)	0%
		40-49	34,8%	професійно-технічна (училище, технікум тощо)	15,2%
		50-59	34,8%	вища	84,8%
		старше 60	8,7%		

Джерело: розроблено автором

Чверть опитаних (26,1%) зазначили, що займаються діяльністю з надання послуг сільської гостинності не так давно – до 5 років, 41,3% ведуть діяльність від 5 до 10 років і 32,6% – від 11 до 20 років. Ніхто із власників садиб не займається сільським туризмом довше, ніж 20 років, що підтверджує той факт, що сільський туризм є порівняно молодим феноменом у межах України та почав набувати активного розвитку лише на початку ХХІ століття.

Щодо географічних показників, можна зазначити, що сільський туризм має умови для розвитку на всій території України – участь в опитуванні взяли власники садиб із 20 областей. Найбільше було представлено Івано-Франківську (13%), Закарпатську, Черкаську та Харківську області (по 8,7% кожна). Якщо Івано-Франківська та Закарпатська області завжди вирізнялися високими темпами розвитку сільського туризму, то значний рівень представленості Харківщини та Черкащини частково пояснюється тим, що саме в цих областях Спілка сільського зеленого туризму України веде активну діяльність через свої відокремлені

підрозділи. Це підтверджує думку експертів Спілки про те, що розвиток сільського туризму не потребує наявності особливих умов та ресурсів та може здійснюватися в будь-яких сільських громадах України за наявності високого рівня довіри й співпраці між місцевими жителями, владою та громадянським суспільством.

Серед опитаних садиб, 71,7% мають до 10 ліжко-місць, 13% – 11-20 ліжко-місць, 8,7% – 21-30 ліжко-місць та 6,5% – більше ніж 30 ліжко-місць. З них більшість ведуть свою діяльність на земельній ділянці розміром до 0,5 га – 56,5%, 28,3% – 0,6-1 га, 2,2% – 1,1-1,5 га, 4,3% – 1,6-2 га та 8,7% – більше ніж 2 га. З огляду на це, підтверджується актуальність на сьогодні питання законодавчого врегулювання цієї діяльності з метою надання податкових пільг та преференцій малим суб'єктам сільського туризму.

Лише 21,7% власників садиб зазначили, що самостійно ведуть діяльність із надання послуг сільської гостинності, 54,4% займаються цим разом із чоловіком, дружиною, іншим членом сім'ї або партнером і ще 23,9% долучають до діяльності від трьох та більше осіб у родині.

Так само, лише для 19,6% опитаних діяльність із надання послуг сільського туризму є основною і забезпечує весь сімейний дохід. Для 17,4% це є значним за обсягом, але не єдиним видом діяльності у сім'ї, і для 63% сільський туризм є лише джерелом додаткового доходу чи хобі. На запитання скільки відсотків загального сімейного доходу в середньому забезпечує діяльність із надання послуг сільського туризму, 45,7% опитаних зазначили, що діяльність приносить їм лише до 25% сімейного доходу. Для 13% показник становить 26-50% доходу, для 15,2% – 51-75% доходу, для 10,9% – 76-99% доходу і лише 6,5% власників садиб забезпечують цією діяльністю 100% сімейного доходу. Серед варіантів «інше» (8,7% опитаних) було згадано, що в окремих випадках діяльність не покриває витрати на її організацію, значно залежить від сезонності або є реінвестицією з інших джерел доходу. Це ще раз підтверджує той факт, що в усьому світі сільський туризм розглядається як спосіб диверсифікації сільськогосподарської діяльності мешканців сільських територій та джерело

додаткового доходу для родини, та знову підводить до актуальності розмежування категорій «сільський туризм» та «туризм на сільських територіях» із метою підтримки економічної діяльності сільських жителів і сприяння сільському розвитку.

Блок запитань №2 мав на меті оцінити загальний рівень ознайомлення власників сільських гостинних садиб із концепцією сталого розвитку. Було виявлено, що 45,7% опитаних, на їхню думку, добре знайомі з поняттям «сталий розвиток», 41,3% поверхнево знайомі, 6,5% зовсім не знайомі та ще 6,5% зазначили, що загалом їм важко відповісти на це запитання. Водночас рівень ознайомлення із глобальними цілями сталого розвитку дещо нижчий: 37% добре відомо про цілі сталого розвитку, 39,1% поверхнево відомо, 13% зовсім не відомо і 10,9% – важко відповісти.

Респондентам було запропоновано обрати один або декілька варіантів серед цілей сталого розвитку, які, на їхню думку, є найбільш актуальними для досягнення. Так, найбільше власників садиб (63%) хвилюють цілі 3 «Міцне здоров'я і благополуччя» і цілі 8 «Гідна праця та економічне зростання». Також досить актуальними є цілі 6 «Чиста вода та належні санітарні умови» (43,5%), цілі 11 «Сталий розвиток міст і громад» (43,5%), цілі 7 «Доступна та чиста енергія» (34,8%) та цілі 15 «Захист та відновлення екосистем суші» (34,8%). Найменш актуальними, на думку респондентів, сьогодні є цілі 5 «Гендерна рівність» та цілі 14 «Збереження морських ресурсів» – по 8,7% кожна.

Тут особливо варто виділити два моменти. По-перше, тривожним є досить високий рівень актуальності цілі 6 «Чиста вода та належні санітарні умови», оскільки респондентами є мешканці сільських територій, які вважаються чистішими та менш забрудненими, і саме означення «зелений» у законодавчо закріпленому терміні «сільський зелений туризм» покликане наголошувати на екологічності сільської місцевості. Такий результат може вказувати на наявність більш серйозної проблеми захисту та збереження навколишнього середовища, на яку потрібно звертати увагу на загальнодержавному рівні. По-друге, в наш час неможливо не помітити глобальний наратив щодо необхідності забезпечення

гендерної рівності в усіх сферах людської діяльності. На нашу думку, низька актуальність цілі номер 5 пояснюється не так неосвіченістю жителів сільської місцевості, як тим, що сільський туризм зокрема є інструментом професійної реалізації жінок у селі. Так, результати опитування показують, що жінки займаються сільським туризмом на рівні та/або у партнерстві з чоловіками. Образ «сільської господині», вкорінений у традиційній культурі українців, є в більшості невіддільним для створення домашньої атмосфери під час організації відпочинку, але водночас дає можливість жінкам у сільській місцевості володіти бізнесом і заробляти кошти на рівні з чоловіками, що проявляється у значному зменшенні випадків гендерної дискримінації.

Блок №3 стосувався використання власниками садиб найманої праці для організації діяльності із сільського туризму. Так, лише 13% власників садиб використовують на постійній основі найману працю для забезпечення надання послуг у садибі, 37% залучають найманих працівників нерегулярно, за наявності потреби, і 50% використовують лише свою та працю членів родини.

Загалом власники садиб залучають до діяльності працівників із повною зайнятістю (8,7%), працівників із частковою зайнятістю (13%), сезонних працівників (30,4%), практикантів і стажистів (10,9%). Серед інших варіантів (6,4%) також згадуються праця волонтерів та неоплачувана допомога сусідів, друзів, родичів.

Хоча всього 10,9% опитаних використовують працю практикантів та стажистів на цей час, 37% власників садиб зазначили, що повністю готові взяти на практику студентів профільних спеціальностей без досвіду роботи, та ще 26,1% – швидше готові. Серед інших варіантів, 17,4% зауважили, що їм важко відповісти на це запитання, 13% швидше не готові та лише 6,5% – зовсім не готові. Ці результати можна розглядати з точки зору невикористаних можливостей для партнерства із закладами освіти різних рівнів за умови наявності зацікавленості в їх керівництва та якісної пропозиції взаємовигідної співпраці.

Водночас лише 10,9% опитаних повністю готові взяти на роботу людей з інвалідністю, ще 21,7% швидше готові, 30,4% не визначились (важко відповісти),

21,7% швидше не готові та 15,2% – зовсім не готові. Отже, аспекти інклюзивності та безбар'єрності сільського туризму на сьогодні є дуже актуальними та потребують подальшого дослідження та практичного впровадження, зокрема, шляхом проведення системної навчально-просвітницької роботи з власниками садиб.

Дещо кращі показники спостерігаються в питаннях забезпечення гендерної рівності. Лише 15,2% власників садиб завжди звертають увагу на гендерну приналежність особи під час приймання на роботу, 6,5% інколи звертають увагу, 13% важко відповісти, 15,2% майже не звертають увагу і 50% – ніколи не звертають увагу.

Особливе значення під час формування анкети опитування надавалося основам забезпечення сталості – аспектам екології та відповідального споживання, де простежується досить позитивна тенденція у використанні власниками садиб сталих підходів до ведення діяльності із сільського туризму (блок запитань №4). Так, 50% опитаних зазначили, що завжди сортують побутові відходи від діяльності з надання послуг гостинності (пластик, скло, метал, папір тощо), 45,7% намагаються сортувати за можливості та лише 4,3% ніколи не сортують відходи. Власники садиб зауважують, що серед іншого такі високі показники пов'язані з централізованою діяльністю на рівні територіальних громад щодо впровадження сучасних систем управління відходами. Так, в останні роки багато громад силами громадських організацій, активістів, волонтерів та комунальних підприємств встановлюють контейнери для роздільного збирання сміття, організовують його вивезення, проводять навчально-просвітницькі заходи серед населення [103].

Окрім цього, 69,6% опитаних ніколи не використовують під час надання послуг гостинності пластиковий та одноразовий посуд, 23,9% використовують один раз на місяць або рідше і всього 6,5% використовують його часто.

Абсолютна більшість (93,5%) власників садиб цілеспрямовано вживають заходів для зменшення споживання енергії. Серед них зазначають: заощадливе використання енергії, вимикання приладів із розеток у неробочий час;

використання LED-ламп та інших технологій енергоощадного освітлення; використання якісної техніки та сучасних економних побутових пристроїв із високою енергоефективністю (рівня не нижче А+); технології енергопасивного будинку; договір на нічний тариф споживання електроенергії; використання сонячної енергії (панелі, електростанції, сонячні колектори для нагріву води); утеплення будинку (стіни, вікна, дах); опалення дровами, пелетами, листям (пічне або твердопаливні котли); використання дощової води для поливу саду та городу, літнього душу; використання погребів замість холодильника.

Водночас лише 21,7% опитаних використовують під час надання послуг гостинності відновлювані джерела енергії, серед яких чітко виділяються три категорії: сонячна енергія, що постачається відповідними панелями, батареями, електростанціями, біомаса як паливо та геотермальна енергія для опалення будинку. У різних випадках відновлювані джерела енергії покривають власникам садиб від 15 до 100% від загальної кількості енергетичних потреб.

Воду для забезпечення діяльності з надання послуг гостинності отримують із різних джерел – колодязі (45,7%), свердловини (45,7%), системи централізованого водопостачання (26,1%), опади (10,9%), джерела (8,7%) та інші. Водночас 60,9% власників садиб цілеспрямовано вживають заходів для зменшення споживання води, серед яких: ощадливе споживання, таймери для використання води; душові розпилювачі та крани з низьким потоком, зменшення тиску в системі водопостачання; використання систем накопичення дощової води; крапельне зрошення та розпилювачі для поливу для садівництва й городництва; використання технічної води із водойм, використання літнього туалету та душу, купання у водоймах.

Щодо кліматичних викликів, 37% респондентів зазначають, що дуже схвильовані явищем глобальної зміни клімату та його наслідками, ще 41,3% швидше схвильовані, 6,5% не визначились, 10,9% швидше не схвильовані та лише 4,3% – зовсім не схвильовані. Також 23,9% опитаних вважають, що різні нетипові для їх регіону погодні умови (нетипова зміна сезонності, негативні погодні явища, зокрема посухи тощо) дуже вплинули на результати їхньої діяльності з надання

послуг гостинності за останній рік, 39,1% – швидше вплинули, 10,9% – важко відповісти, 23,9% – швидше не вплинули та лише 2,2% – зовсім не вплинули.

Екологічні види транспорту під час надання послуг гостинності (зокрема під час організації екскурсійного обслуговування туристів) використовують 47,8% власників домогосподарств. Найпопулярнішими є велосипеди, коні та підводи, ролики, самокати, електро- та гібридні автомобілі, безмоторні човни.

Під час створення нових туристичних продуктів сільського туризму, 43,5% власників садиб завжди звертають увагу на критерій екологічності продуктів та ще 45,7% – швидше звертають увагу. Не визначились із відповіддю 4,3%, 6,5% швидше не звертають увагу, і жоден із респондентів не зазначив, що критерій екологічності є зовсім не важливим для нього під час створення нових продуктів. Водночас 26,1% опитаних завжди використовують критерій екологічності під час реклами та промоції своїх послуг, 41,3% швидше використовують, 19,6% не можуть відповісти, 10,9% швидше не використовують і 2,2% – ніколи не використовують.

Блок запитань анкети №5 мав на меті оцінити рівень готовності власників сільських гостинних садиб реалізовувати партнерства для забезпечення сталого розвитку. Результати опитування показують, що здебільшого відсоток локальних товарів та послуг, які використовують під час надання послуг гостинності, все ще незначний. Так, 32,6% респондентів використовують всього до 25% товарів та продуктів місцевого (зокрема, особистого) виробництва від загальної їх кількості, 26,1% – 26-50% товарів та продуктів, 19,6% – 51-75% товарів та продуктів, 19,6% – 76-100% товарів та продуктів і 2,2% не використовують взагалі. Серед послуг, якими користуються власники садиб для забезпечення діяльності з організації сільської гостинності, місцеві постачальники надають до 25% для 39,1% респондентів, 26-50% для 21,7% респондентів, 51-75% для 4,3% опитаних, 76-100% для 28,3% опитаних і 6,5% взагалі не використовують послуги місцевих постачальників.

Абсолютна більшість власників сільських гостинних садиб співпрацює з різними суб'єктами у їх регіоні (іншими власниками садиб, органами місцевого

самоврядування, музеями, національними природними парками, екскурсійними бюро тощо) для створення туристичного продукту сільського туризму, з них 37% співпрацюють часто і 52,2% – інколи. Ще 8,7% зовсім не співпрацюють і 2,2% не змогли відповісти на запитання. Водночас прослідковується чітка відмінність між рівнем довіри до органів державної влади та місцевого самоврядування і приватних суб'єктів та громадянського суспільства.

Так, 37% опитаних оцінюють вірогідність їхньої співпраці з органами державної влади та/або місцевого самоврядування цілком можливою, 28,3% – швидше можливою, 21,7% не визначились, 10,9% оцінюють її швидше неможливою і 2,2% – зовсім неможливою. Щодо вірогідності співпраці з громадськими організаціями, спілками, ініціативними групами активістів, то вона оцінюється як цілком можлива для 58,7% власників садиб, швидше можлива для 28,3%, не визначились 10,9%, швидше неможлива для 2,2%. Подібні показники також щодо вірогідності співпраці з приватними суб'єктами – підприємствами, компаніями, фізичними особами: цілком можлива – 60,9%, швидше можлива – 26,1%, важко відповісти – 10,9%, швидше неможлива – 2,2%. Жоден із респондентів не виокремив імовірність співпраці з громадськими чи приватними суб'єктами зовсім неможливою.

Усі опитані зазначили, що готові до взаємодії з різними суб'єктами, зокрема, з природоохоронними організаціями, з метою захисту та збереження природних ресурсів їхнього регіону, підтримки місцевого біорізноманіття, ландшафту тощо. З них 37% вже співпрацюють у цьому напрямку і 63% ще не працюють, але відкриті до пропозицій співпраці.

Блок запитань №6 стосувався різних аспектів ведення діяльності, які прямо чи опосередковано впливають на рівень досягнення цілей сталого розвитку. Серед опитаних садиб, 54,3% надають послуги гостинності протягом всього року, 45,7% – із сезонними обмеженнями.

Власники садиб набагато більше готові співпрацювати з людьми з інвалідністю в ролі гостей-туристів, аніж в ролі найманих працівників. Так, 28,3% опитаних готові надавати послуги гостинності людям з інвалідністю, ще 47,8% –

швидше готові, 15,2% важко відповісти на це запитання, 8,7% швидше не готові, і жоден із респондентів не зазначив, що зовсім не готовий надавати послуги людям з інвалідністю. Тут варто зауважити, що ці показники не стосуються наявності відповідної інфраструктури та технічних можливостей для задоволення потреб у відпочинку людей з інвалідністю, а швидше показують морально-психологічну готовність власників садиб працювати в цьому напрямку та розширювати сегмент своїх туристів.

Серед опитаних, 60,9% мають відповідний набір правил перебування у садибі (поводження з відходами, ставлення до матеріально-технічної бази, навколишнього середовища, природних та історико-культурних об'єктів тощо) та озвучують його всім туристам безпосередньо перед наданням послуг. Ще 37% озвучують правила перебування вибірково окремим категоріям туристів і 2,2% взагалі не озвучують правила перебування у садибі попередньо. Щодо відгуків туристів, 52,2% респондентів зазначили, що збирають відгуки кожного туриста та працюють із ними, 43,5% не збирають відгуки цілеспрямовано, але працюють із ними за наявності.

Всього 60,9% опитаних вважають, що для діяльності з надання послуг сільської гостинності культурна самобутність їхнього регіону (місцеві звичаї, традиції, історія тощо) є дуже важливою, 28,3% вважають її швидше важливою, 6,5% не визначились і 4,3% вважають культурну самобутність швидше не важливою. Водночас 39,1% респондентів регулярно ініціюють різноманітні заходи щодо збереження та відновлення культурної самобутності регіону, 37% не ініціюють такі заходи самостійно, але завжди приєднуються до них за запрошенням від інших учасників, 17,4% беруть участь у подібних заходах дуже рідко й лише 6,5% ніколи не беруть участь у жодних заходах щодо збереження культурної самобутності регіону. Найчастіше серед таких заходів зазначають: створення та діяльність музеїв; відродження, зберігання та популяризацію промислів та ремесел; проведення фестивалів, свят, виставок та інших культурних заходів; збереження гастрономічної культури, традицій, технологій виробництва; організацію традиційних свят, майстер-класів та екскурсій; діяльність

громадських рухів та організацій; збір, поширення та друк літератури, збирання фольклору; прибирання в громадських місцях, маркування маршрутів та встановлення вказівників.

Більшість опитаних проходили коли-небудь добровільні процедури сертифікації та категоризації садиб, з них 63% за програмою «Українська гостинна садиба» та 28,3% за програмою «Зелена садиба» від Спілки сільського зеленого туризму України, 6,5% – за іншими доступними програмами. Решта 19,6% опитаних ніколи не проходили жодних програм сертифікації та категоризації.

Також власникам домогосподарств було запропоновано зазначити які критерії, на їхню думку, характеризують сталість діяльності з надання послуг сільської гостинності. Серед згаданих варіантів можна виділити: співпраця з місцевими органами виконавчої влади, освітніми закладами, іншими власниками садиб; створення кластерів; збільшення кількості відвідувачів, стабільний потік туристів, високий відсоток повернення клієнтів, наявність попиту та прибутку, розширення сфери діяльності та її обсягів; позитивні відгуки клієнтів, які тривали у часі, задоволені туристи; залучення всієї родини до надання послуг гостинності; збереження місцевих традицій та кулінарної спадщини; увага ЗМІ, створення майданчиків для обміну досвідом; екологічність, самобутність, просвіта, самозайнятість, прибутковість, відповідальність, практичність.

Важливо, що серед критеріїв сталості самими власниками садиб зазначаються не лише економічні (прибутковість, наявність попиту, стабільні туристичні потоки), а й соціальні (налагодження співпраці та партнерства, збереження традицій) та екологічні, що підтверджує не лише наявність високого рівня ознайомленості з концепцією, а й відкритість до реалізації принципів сталості.

Блок №7 мав на меті визначити рівень зацікавленості власників садиб у подальшому ознайомленні з питаннями сталого розвитку. Так, 50% респондентів зазначили, що дуже зацікавлені в отриманні детальнішої та актуальної інформації

про сталий розвиток та цілі сталого розвитку, 39,1% швидше зацікавлені, 4,3% – важко відповісти, 6,5% – швидше не зацікавлені.

Найбільше власників садиб цікавить інформація щодо збереження культурної самобутності регіону – 69,6%, зеленої та відновлюваної енергетики, енергоощадності – 58,7%, поводження з відходами (сортування, утилізація тощо) – 56,5%, можливостей партнерства для досягнення цілей сталого розвитку – 54,3%, обробки та використання води – 41,3%. Серед варіантів «інше» (2,2%) також зазначали державну та місцеву підтримку – фінансову, законодавчу й моральну.

Більшість опитаних зацікавлені в тому, щоб отримувати інформацію про сталий розвиток за допомогою онлайн-інструментів – спеціалізованих вебсайтів (30,4%), профільних сторінок у соціальних мережах (26,1%), вебінарів або онлайн-курсів (15,2%). Ще 13% віддають перевагу спеціалізованим тренінгам чи семінарам, 10,9% – брошурам, довідникам та іншим друкованим матеріалам, а 4,3% респондентів зазначили, що готові отримувати інформацію у будь-якій формі.

3.2. Багаторівневий підхід до підвищення сталості сільського туризму

Як уже зазначалось, досягнення сталості сільського туризму – це комплексний, безперервний, багатоаспектний процес, який передбачає цілеспрямовані дії одразу на трьох основних рівнях – рівні туристичної одиниці (сільська садиба), рівні громади та рівні держави (рис. 3.1.), та залежить від багатьох стейкхолдерів, які в ньому залучені – приймаючої громади; туристичних бізнесів; осіб, які ухвалюють рішення; громадянського суспільства; мереж та об'єднань (в тому числі кластерів); туристів тощо.

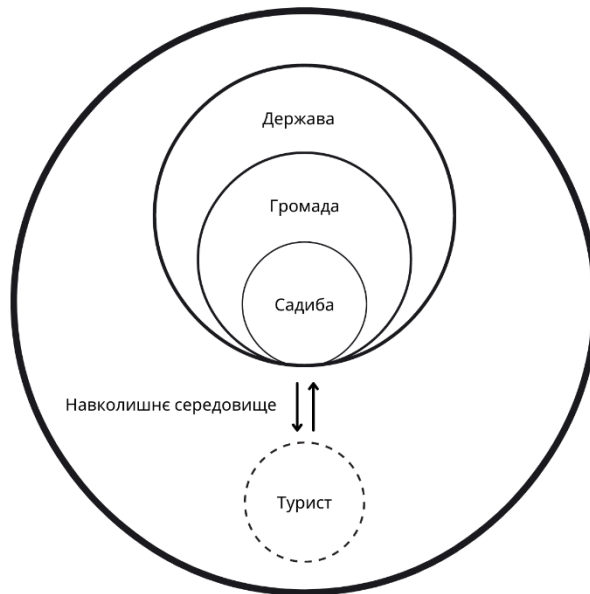


Рис. 3.1. Рівні забезпечення сталості сільського туризму

Джерело: розроблено автором

Держава може підтримувати курс на забезпечення сталості сільського туризму через діяльність органів державної влади (як на національному, так і на обласному рівнях) такими заходами, як застосування фінансових механізмів, здійснення навчально-просвітницької діяльності, розробка та підтримання стандартів якості, впровадження системи комплексної туристичної статистики.

Одним з основних інструментів державного впливу на сталий розвиток туризму залишається фінансування, що включає всі наявні механізми залучення державою коштів та інвестицій на розвиток ресурсоефективного та соціально інклюзивного туризму. Розвиток сталого сільського туризму прямо залежить від кількості, якості та безперервності джерел фінансування. У більшості туристичних країн держава має першочерговий вплив на розвиток туризму, що реалізується саме через заохочувальні заходи економічної політики. Державне фінансування в цьому напрямку може бути прямим – через створення програм розвитку, фондів, фінансування та співфінансування проєктів сталого туризму, надання на особливих умовах кредитів, податкових пільг та преференцій суб'єктам, які впроваджують підходи сталості у своїй діяльності, або непрямим –

сприяння залученню фінансування від міжнародних фондів та організацій, ініціювання проєктів державно-приватного партнерства із залученням фінансових ресурсів приватних суб'єктів. Такі фінансові механізми не обов'язково мають бути повністю новими практиками, але їх необхідно адаптувати до рівня розвитку сільського туризму та особливостей туристичної галузі в державі [140].

З огляду на дотримання принципів сталості, вони можуть бути спрямовані на захист і збереження природних та історико-культурних туристичних ресурсів, розвиток та будівництво ресурсоефективної туристичної інфраструктури, впровадження інновацій, підтримку мікро, малого та середнього туристичного бізнесу, сприяння впровадженню відповідальних методів ведення бізнесу, таких як поводження з відходами та енергоефективність тощо.

До прикладу, у Фінляндії впродовж 2014-2020 років 25% коштів, отриманих із європейських фондів регіонального розвитку, спрямовувалися державою на фінансування нових та розширення наявних можливостей для бізнесів, які зменшують викиди вуглекислого газу в атмосферу, у тому числі для засобів розміщення туристів [135].

В Іспанії у 2016 році було введено новий екологічний податок у розмірі 2 євро за ніч на всі ночівлі на Балеарських островах, включно з невеликими засобами розміщення та кемпінгами. Податкові надходження використовувалися для підтримання та покращення якості надання туристичних послуг на островах, а також, серед іншого, для кращого управління територіальним і екологічним впливом від туристичної діяльності [135].

У рамках державно-приватного партнерства в Італії у 2014 році була запроваджена ініціатива щодо заохочення повторного використання державних об'єктів культурної спадщини в туристичних цілях. У рамках цієї ініціативи, держава безоплатно надає концесійні права організаціям або окремим особам, які бажають узяти на себе інвестиційні витрати для перетворення цих об'єктів у туристичні [135].

Хоча вітчизняний досвід у цьому напрямку все ще незначний, в Україні також діють деякі інструменти державного фінансування, які можуть бути

використані для розвитку сталого сільського туризму. До таких можна віднести урядову програму «теплих кредитів», яка передбачає відшкодування з держбюджету на придбання негазових або неелектричних котлів, енергоефективного обладнання та матеріалів для фізичних осіб – власників приватних будинків; механізм «зеленого» тарифу, який призначений для заохочення населення до вироблення електроенергії з альтернативних джерел енергії; державну програму «Велике будівництво», у рамках якої реконструюються старі та створюються нові об'єкти транспортної та соціальної інфраструктури в сільській місцевості, відновлюються туристичні магніти, пам'ятки історії та архітектури тощо.

Загально визнано, що освіта та навчання є критично важливими для досягнення сталого розвитку. У ширшому розумінні йдеться про необхідність інтеграції аспектів сталості в навчальні плани та програми з туризму та гостинності в навчальних закладах різних рівнів відповідно до потреб сталого розвитку туризму.

Попри те, що власники сільських гостинних садиб в Україні загалом обізнані із концепцією сталого розвитку та її значенням, їм усе ще не вистачає знань щодо інструментів впровадження сталості в практичну діяльність садиби. У цьому випадку особливо актуальним є проведення навчальних заходів та інформаційно-просвітницьких кампаній на всеукраїнському рівні з питань сільського туризму, сталого сільського розвитку, диверсифікації сільськогосподарської діяльності, ефективного використання туристичних ресурсів та потенціалу території. Такі заходи можуть організовуватися як органами державної влади на центральному та обласних рівнях, так і у співпраці з профільними громадськими організаціями. Наприклад, Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні у 2021 році розробила два онлайн-курси для представників територіальних громад та власників сільських зелених садиб на теми «Основи сталого розвитку сільського зеленого туризму» та «Сільський зелений туризм: підвищення кваліфікації». Курси були розроблені із залученням

понад 20 експертів з різних напрямів та із врахуванням закордонного досвіду розвитку сталого сільського туризму, зокрема німецького [95].

Завдяки можливостям онлайн-освіти, громадські організації та інші об'єднання можуть стати освітніми партнерами держави для сталого муніципального та регіонального розвитку, розробляючи навчальні матеріали та програми, які базуються на інтересах цільових груп та враховують вимоги поточного стану розвитку діяльності, реалізуючи тим самим ще один принцип сталості – «освіта впродовж життя».

Зважаючи на сутність сільського туризму, просвітницькі та інформаційні програми мають бути спрямовані як на власників гостинних садиб, так і на місцевих жителів, інформуючи їх про переваги, вплив та наслідки розвитку туризму, глобальні та локальні проблеми сталості, сучасні практики, технології та тенденції в цій сфері.

Подібні ініціативи вже успішно впроваджуються в найближчих країнах-сусідах, зокрема в Дунайському біосферному заповіднику в частині, що розташована на території Румунії. Для сприяння збереженню та сталому управлінню природними ресурсами дельти Дунаю, екологічній освіті та налагодженню комунікації між зацікавленими сторонами, ще на початку 2000-х років була розроблена Стратегія інформування громадськості, яка містила конкретний план заходів з інформування. Активності стратегії були спрямовані на різноманітні цільові групи, які були чітко визначені та проранжовані за пріоритетністю щодо рівня прямого впливу групи на розвиток регіону. Так, групами критичного впливу були визначені місцеве населення, представники місцевих органів влади та туристи, групами високого пріоритету – працівники заповідника, представники туристичних бізнесів, які діють у регіоні, засоби масової інформації, національні та іноземні донорські організації. Реалізація стратегії впродовж багатьох років охоплювала видання брошур та буклетів, написання інформаційних статей, проведення конференцій та воркшопів, виступи на радіо та телебаченні тощо [144].

Одним із важливих напрямів забезпечення сталості сільського туризму на національному рівні є створення та підтримання різноманітних стандартів якості послуг. Це можуть бути як і загальні стандарти з визначенням основних критеріїв якості туристичних послуг, так і спеціалізовані з акцентом на екологічність послуг, що надаються. За кордоном на сьогодні розроблені численні добровільні системи сертифікації, що базуються на стандартах, які окреслюють основні аспекти економічного, суспільно-культурного та екологічного вимірів сталості та дають змогу вимірювати, контролювати та покращувати профіль сталості як дестинацій та регіонів, так і окремих туристичних бізнесів (стандарти відповідального туризму Biosphere, EarthCheck, Green Globe, Green Destinations, GreenStep, TourCert, екомаркування Європейського Союзу The EU Ecolabel та багато інших).

Першою спробою впровадження подібної добровільної екологічної сертифікації сільських садиб на всеукраїнському рівні була розробка Спілкою сільського зеленого туризму України у 2004 році Програми екологічного маркування місць розміщення «Зелена садиба», у рамках якої було проведено екомаркування 49 садиб у 7 областях. І хоча теми сталого розвитку, збереження навколишнього середовища, раціонального використання ресурсів тощо залишились актуальними, реалізація програми надалі не продовжилася через брак необхідних фахівців для створення Інституту інспекторів з екологічного маркування гостинних садиб [7].

Більш успішним стало запровадження у 2008 році Програми добровільної категоризації садиб сільського туризму «Українська гостинна садиба», як незалежної системи професійного оцінювання якості послуг, які надаються у сфері сільського туризму, що створена для підвищення та дотримання якості послуг сільського туризму з метою забезпечення безпеки життя і здоров'я людей, збереження їх майна та мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище. Цей стандарт містить критерії оцінювання за одинадцятьма основними напрямками: садиба та благоустрій території; приміщення загального користування; загальне технічне обладнання; вимоги до житлового фонду;

технічна оснащеність кімнат; оснащеність кімнат меблями та інвентарем; санітарні приміщення; приміщення для надання послуг харчування й додаткові приміщення для надання послуг; послуги; вимоги до персоналу та його підготовленості; вимоги до охорони навколишнього середовища [95].

Категоризація поширюється на індивідуальні та колективні засоби розміщення неготельного типу, які призначені для проживання туристів на сільських територіях. Програма встановлює вимоги до різних категорій засобів розміщення сільського туризму та порядок їх присвоєння. Згідно з програмою, сільським садибам можуть бути присвоєні чотири категорії, які позначаються відповідним знаком [95].

На сьогодні добровільну категоризацію за програмою «Українська гостинна садиба» пройшли понад 300 садиб. Проте необов'язковість подібних систем сертифікації, непоінформованість власників садиб про наявні можливості сертифікації та нерівномірність їх поширення в різних регіонах призводять до того, що відсоток категоризованих садиб в Україні, які можуть підтвердити якість своїх послуг, усе ще дуже незначний. Це може бути вирішено за допомогою підготовки та затвердження Спілкою сільського зеленого туризму України оновлених внутрішніх стандартів СОУ (Стандарт Організації України) категоризації «Українська гостинна садиба» та екомаркування «Зелена садиба» з врахуванням передового іноземного досвіду, насамперед країн-членів Європейського Союзу (Польща, Німеччина, Італія, країни Балтії тощо), а також розроблення державою механізму надання профільним громадським організаціям статусу саморегульованих організацій із передачею їм частини регуляторних повноважень у галузі, як таким, що можуть реально репрезентувати галузь з урахуванням інтересів значної більшості учасників ринку.

Також у липні 2021 року було прийнято Національний стандарт України ДСТУ 9105:2021 «Туристичні послуги. Сільський туризм. Загальні вимоги. Класифікація засобів розміщення», який набув чинності з 1 лютого 2022 року. Стандарт був розроблений громадською спілкою «Національна туристична організація України» в співпраці з Національним органом стандартизації

УкрНДНЦ та встановлює загальні вимоги до умов проживання й харчування туристів у позаміській (сільській) місцевості та до послуг, які туристи можуть отримати під час відпочинку, а також встановлює класифікацію засобів розміщення за категоріями залежно від стану будівель та споруд, рівня матеріально-технічного оснащення та переліку послуг, що надаються. Положення стандарту поширюються на послуги сільського туризму, що надаються підприємствами незалежно від форм власності, фізичними особами-підприємцями, а також фізичними особами відповідно до законодавства України. З набуттям чинності стандарту власники садиб матимуть можливість одержати одну із трьох можливих категорій (зірок) [98].

Базою для створення стандартів якості обов'язково має бути комплексна, всеосяжна та вірогідна туристична статистика, за допомогою якої можуть розроблятися вимірювані показники для аналізу та оцінювання рівня сталості й подальшого виявлення шляхів її покращення та формування ефективної туристичної політики на всіх рівнях. Розроблення системи туристичної статистики також є одним із ключових пріоритетів та завдань у контексті забезпечення сталості сільського туризму на державному рівні.

На рівні територіальної громади сталість сільського туризму може досягатися різноманітними діями, залежно від потреб та можливостей розвитку громади на даному етапі. Так, органи місцевого самоврядування можуть спрямовувати свої зусилля на:

- формування туристичної політики та управління розвитком туризму;
- розроблення та моніторинг індикаторів сталого розвитку туризму в громаді;
- створення умов для залучення та діалогу між різними стейкхолдерами;
- сприяння створенню якісних робочих місць у туристичній сфері;
- розвиток та створення нової туристичної та соціальної інфраструктури, у тому числі з врахуванням вимог доступності та інклюзивності;
- розвиток доступного громадського транспорту та популяризацію сталих видів транспорту;

- використання логістичних механізмів для уникнення перенавантаження туристичних об'єктів;
- збереження та відновлення природно-рекреаційних ресурсів громади;
- організацію заходів для захисту та популяризації культурної спадщини громади;
- управління ресурсами та відходами в громаді;
- організацію навчань та інформаційно-просвітницьких кампаній щодо сталого розвитку туризму серед представників бізнесів та жителів громади;
- туристичний маркетинг території, та багато інших [64].

Для максимальної ефективності, ці та інші різноманітні аспекти сталості мають включатися до стратегій, програм та планів розвитку громади, зокрема програми розвитку туризму, програми розвитку сільського туризму, програми місцевого економічного розвитку, програми підтримки розвитку мікро, малого та середнього бізнесу тощо.

Більшість заходів, спрямованих на забезпечення сталості сільського туризму, які впроваджуються на рівні держави чи громади, передбачають наявність конкретних вимірюваних результатів лише в середньо- та довгостроковій перспективі, тоді як на рівні кожної окремої садиби невеликі дії задля досягнення сталості можуть мати відчутний вплив у більш короткий період.

З огляду на наявний закордонний досвід та результати проведеного опитування власників сільських гостинних садиб в Україні, узагальнимо ті заходи, які можуть здійснювати власники садиб для того, щоби підвищити сталість своєї діяльності, розподіливши їх за сімнадцятьма цілями сталого розвитку (додаток Ж).

Прагнучи до сталості в діяльності сільської садиби, власникам садиб не варто забувати про якість послуг, що надаються, оскільки якість продуктів та послуг туризму є одним із ключових елементів забезпечення їх сталості. Насамперед турист приймає рішення про відвідування садиби через очікувану якість послуги, яку він може отримати, а не через дотримання власниками стандартів сталості – яким би екологічним не був туристичний продукт, якщо

гість не задоволений його результатом, такий продукт можна вважати невдалим. З іншої сторони, якість туристичного продукту сільського туризму прямо залежить від навколишнього природного, культурного та соціального середовища громади [60].

З погляду відносин між надавачем та споживачем послуг, сталість буде досягтися за допомогою збалансування елементів екологічності, автентичності, зручності та комфорту. Відповідно, кожна садиба має впроваджувати у своїй діяльності заходи з управління якістю. Вони можуть включати навчання найманих працівників, механізми для вимірювання рівня задоволеності відвідувачів, розроблення системи показників для вимірювання якості тощо.

Сталість важливо розглядати не як «ідеальний» відокремлений концепт, а в контексті поточних ситуацій цивілізаційного розвитку, відповідно адаптуючи інструменти досягнення сталості до нових викликів. Так, у 2019 році людство зіткнулося з безпрецедентною загрозою поширення коронавірусної інфекції COVID-19, що, безсумнівно, значно вплинуло на розвиток сільського туризму. Для мінімізації наслідків впливу пандемії й одночасно для забезпечення досягнення цілі сталого розвитку номер 3 «Міцне здоров'я і благополуччя», одним із найважливіших заходів в останні роки стало розроблення санітарних протоколів, або протоколів безпеки – це документи з чіткими покроковими інструкціями, що регулюють санітарні норми на об'єктах сільського туризму задля убезпечення та мінімізації ризиків зараження як гостей, так і працівників [28].

Так, Державним секретаріатом із питань туризму Іспанії в співпраці з Міністерством охорони здоров'я та галузевими асоціаціями були розроблені єдині методичні вказівки щодо зменшення поширення коронавірусу SARS-COV-2. Загалом було розроблено 18 посібників, що містять технічні характеристики обслуговування, прибирання й дезінфекції та управління ризиками для різних об'єктів туристичної індустрії, у тому числі декілька для сільського туризму: для закладів розміщення в сільській місцевості, кемпінгів, заповідних природних зон, активного та екотуризму та ін. [131].

У Німеччині декілька протоколів були розроблені галузевими туристичними асоціаціями, у тому числі документ «Чеклист: Оперативні заходи щодо перезапуску сільського туризму». У Німеччині особливо популярний сільський відпочинок у формі «farm holiday», або «канікули на фермі», який значною мірою постраждав після початку коронавірусної кризи. Для того, щоби забезпечити відновлення розміщення гостей на фермах, у співпраці з їх господарями були розроблені оперативні заходи, які гарантують благополуччя та здоров'я туристів і працівників [110].

Окремі протоколи для засобів розміщення, закладів харчування та кемпінгів були представлені в Норвегії, а загальні рекомендації, які в тому числі можуть застосовуватися до закладів сільської гостинності, були розроблені урядами та туристичними організаціями у Франції, Угорщині, Італії та інших країнах [59].

На базі італійського був створений і український протокол – «Методичні рекомендації з надання послуг сільського зеленого туризму (сільської гостинності) у корона- та посткоронавірусний період», імплементація якого дасть змогу господарям сільських садиб вжити ефективних практичних заходів для зменшення ризиків захворювання на COVID-19 як господарів сільської садиби, членів їхніх родин, так і туристів, отримати додаткову конкурентну перевагу, гарантуючи туристу посилену увагу до захисту його здоров'я, та підвищити якість послуг сільського туризму з урахуванням усіх санітарно-гігієнічних вимог [92].

Одним із поки небагатьох прикладів сталої діяльності сільської гостинної садиби в Україні є «Сонячна садиба» в смт. Верховина Івано-Франківської області. Садиба пропонує послуги з проживання та організації дозвілля туристів у Карпатському регіоні, одночасно намагаючись впроваджувати принципи сталості для сприяння збалансованого розвитку місцевої громади [88]. Зокрема, власники садиби здійснюють такі заходи щодо підтримання сталості:

- співпрацюють із локальними виробниками органічної фермерської продукції для продажу її своїм відвідувачам;

- пропагують дбайливе ставлення до водних ресурсів місцевості, використовують біоочистку стоків (перероблення бактеріями й киснем), використовують очищену технічну воду для поливу;

- використовують екологічні миючі засоби для прання та прибирання;

- організовують екологічні акції з прибирання сміття біля берегів річок та в лісах Карпат, безоплатно розміщують на ночівлю волонтерів, які приїжджають зі всієї України для прибирання сміття;

- сортують відходи та заохочують своїх відвідувачів до сортування;

- організовують перероблення та компостування харчових відходів, залучають гостей до цього процесу, повторно використовують продукти компостування в садівництві;

- повністю відмовилися від одноразового посуду та обмежують пластикове пакування;

- використовують пакування та предмети інтер'єру та декору з натуральних матеріалів;

- вирощують сад методами органічного землеробства, залучають туристів до вирощування та збирання органічних ягід;

- організовують навчально-просвітницькі заходи для дітей із питань поводження з відходами, збереження водних ресурсів, морських екосистем та екосистем суші;

- організовують екскурсії на відкритому повітрі та катання на конях із навчально-просвітницькими елементами для туристів.

На основі багаторічної практики з впровадження підходів сталості в діяльності сільської садиби, власниця «Сонячної садиби» та екоактивістка Яніна Лучейко виділяє три основні етапи розвитку компонентів сталості в сільських гостинних садибах (рис. 3.2.). На першому етапі садиба запроваджує первинні екологічні рішення. На другому етапі господарі садиби за взаємною згодою залучають відвідувачів до активностей із впровадження екологічних рішень. У такий спосіб гості отримують певний позитивний досвід і з часом формують запит екологічності до інших садиб на ринку. На третьому етапі садиба генерує

певний обсяг конкретного практичного досвіду із впровадження підходів сталості та тим самим стає взірцем та прикладом для інших гостинних садиб, які бажають впроваджувати аналогічні підходи у своїй діяльності [44].

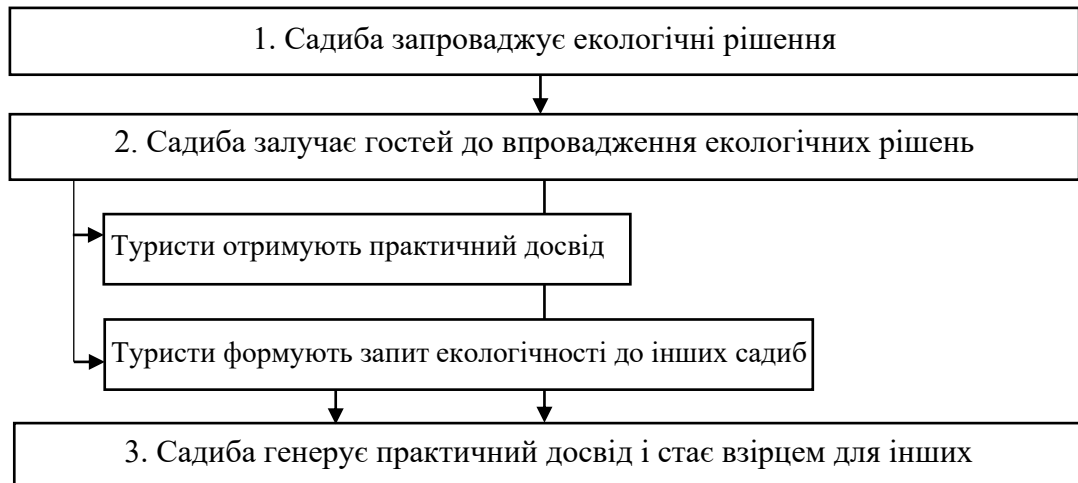


Рис. 3.2. Етапи розвитку компонентів сталості в сільських гостинних садибах

Джерело: розроблено автором за [44]

На прикладі діяльності «Сонячної садиби», ключовими елементами сталого сільського туризму Яніна Лучейко визначає (рис. 3.3.):

1. Ресурси – сюди входять природа, традиції, історія регіону тощо, тобто ті компоненти, які складають основу туристичного інтересу та потребують захисту та збереження;

2. Люди – відвідувачі, власники садиби, члени їхніх сімей, працівники, партнери, жителі приймаючої громади тощо, тобто ті, між ким відбуваються соціальні взаємодії;

3. Об’єкти – гостинні садиби, бази відпочинку, музеї, екомайстерні, ферми та інші інфраструктурні об’єкти туристичного інтересу, які потребують постійного розвитку;

4. Сервіс – включає внутрішній аспект – гостинність, та зовнішній – комфорт, створює додаткову цінність та визначає унікальність конкретного туристичного продукту;

5. Інформаційні та цифрові технології – інструменти, які потрібно використовувати власникам садиб для досягнення сталості, у тому числі для поширення інформації про туристичний продукт [44].

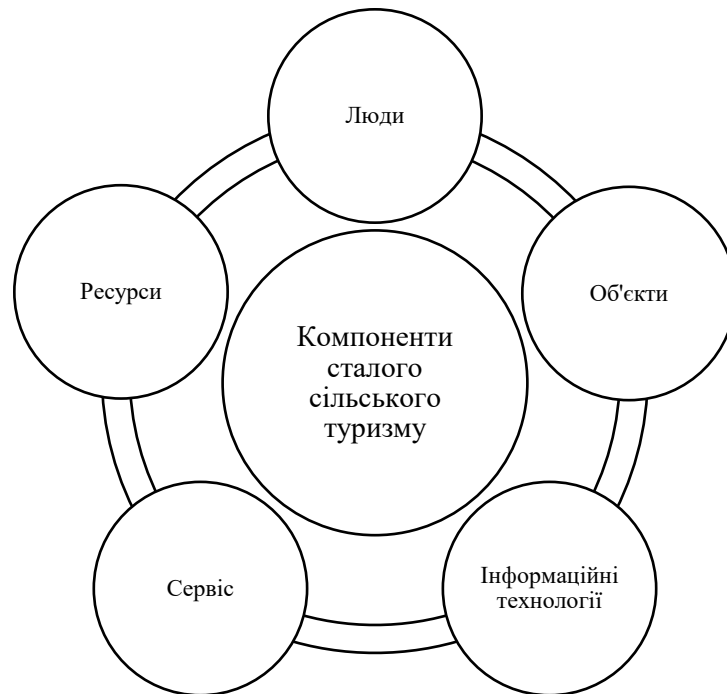


Рис. 3.3. Ключові елементи сталого сільського туризму на прикладі гостинної садиби «Сонячна садиба»

Джерело: розроблено автором за [44]

З огляду на вищезазначене, сформуємо алгоритм дій власника садиби, який має бажання розпочати впроваджувати засади сталості в діяльність сільської гостинної садиби (рис. 3.4.).

Крок 1. Визначення мети. Першочерговою в процесі впровадження принципів сталості є необхідність розуміння власником садиби цілей майбутнього розвитку та бажаних результатів, від чого буде залежати вибір інструментів та засобів їх досягнення. Наприклад, метою може бути:

- позиціювання послуг садиби на постійно зростаючому ринку сталого туризму, залучення нової цільової аудиторії туристів, маркетинг та створення унікальної ринкової пропозиції;

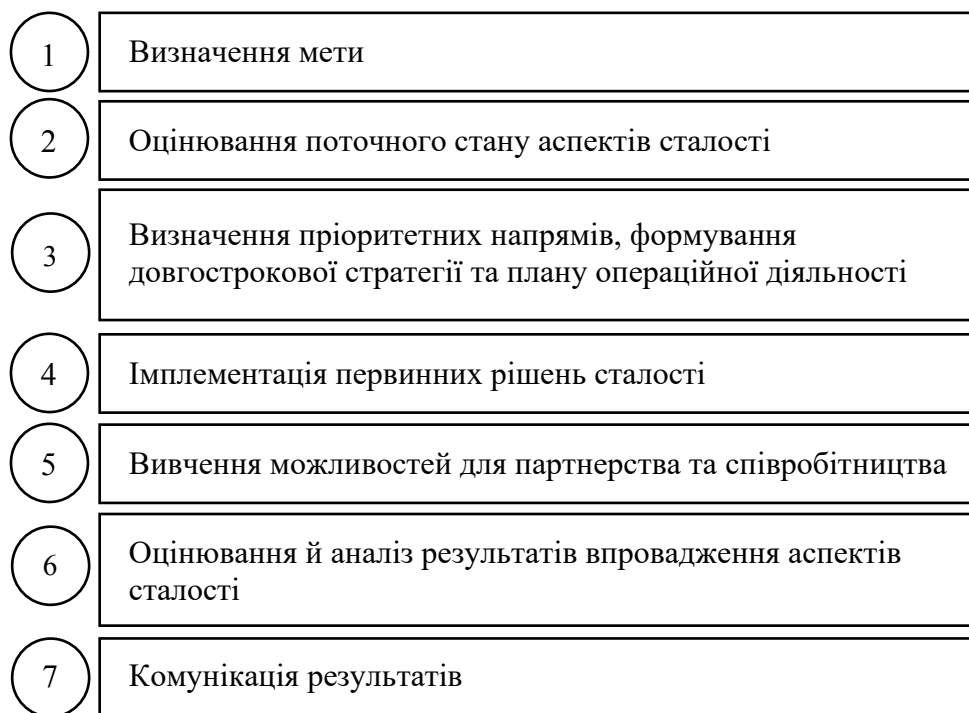


Рис. 3.4. Алгоритм дій власника садиби із впровадження засад сталості у діяльність сільської гостинної садиби

Джерело: розроблено автором

- підвищення якості та конкурентоспроможності туристичного продукту, збільшення лояльності постійних клієнтів;

- заощадження коштів та зменшення витрат за допомогою вивчення можливостей ощадливого використання енергії та ресурсів, переходу на дешевші джерела енергії тощо;

- запровадження інноваційних підходів для автоматизації та оптимізації процесів, забезпечення стабільності діяльності садиби з врахуванням сучасних викликів (кліматичного, економічного, соціального характеру тощо);

- залучення певного типу ціннісно орієнтованого партнерства для формування нових туристичних продуктів та послуг і масштабування впливу гостинності;

- соціальна відповідальність – здійснення внеску в збалансований розвиток місцевої громади тощо.

Крок 2. Оцінювання поточного стану аспектів сталості. Проведення самооцінювання для визначення фактичного стану та перегляду всіх процесів із метою пошуку шляхів їх подальшого покращення та оптимізації має враховувати соціальні, економічні, культурні та екологічні аспекти діяльності садиби на даному етапі. Найпростіший спосіб проведення самооцінювання – аналіз туристичного продукту сільського туризму за елементами ланцюга створення доданої вартості – транспорт, проживання, харчування, дозвілля, товари туристичного призначення тощо. Для здійснення аналізу можна використовувати наявні системи індикаторів, розроблені для туристичних бізнесів, наприклад, критерії TourCert, GSTC та інші [58].

Крок 3. Визначення пріоритетних напрямів (відповідно до мети), формування довгострокової стратегії та плану операційної діяльності. На цьому етапі необхідно розробити персоналізований план управління стійкістю в садибі, перед цим здійснивши аналіз цільової аудиторії та визначивши, які заходи можуть бути найкраще оцінені потенційними туристами. Тут на допомогу можуть прийти готові інструменти, наприклад, платформа управління сталістю The Biosphere Sustainable Platform, яка пропонує рішення для розроблення та управління індивідуальним планом сталого розвитку для туристичних бізнесів різного масштабу [106].

Крок 4. Імплементация первинних рішень сталості. Важливо впроваджувати аспекти сталості поетапно, починаючи з тих рішень, які в даній ситуації потребують найменше вкладень та можуть дати швидкий результат.

Крок 5. Вивчення можливостей для партнерства та співробітництва. Сюди відносимо участь в громадських організаціях, спілках, об'єднаннях, мережах, кластерах тощо для співпраці та обміну досвідом з впровадження аспектів сталості на різних рівнях – в межах громади, міжмуніципальному, національному, міжнародному, залежно від потреб та можливостей власника садиби.

Крок 6. Оцінювання й аналіз результатів впровадження аспектів сталості. Регулярний моніторинг та оцінювання результатів впровадження аспектів

сталості задля їх покращення та оптимізації, у тому числі перегляд та оновлення індикаторів сталості, які використовуються.

Крок 7. Комунікація результатів. Одним з основних принципів сталості є обов'язкове інформування відвідувачів, партнерів та громадськості щодо економічного, екологічного та соціального впливу діяльності садиби.

Отже, хоча системні та активні дії на рівні громади та держави є необхідними для досягнення сталості сільського туризму, проте не менш важливими є ті заходи економічного, соціального, культурного чи екологічного спрямування, які можуть впроваджуватися власниками кожної окремої садиби, часто не потребують значних фінансових вкладень та дають можливість отримати перші результати в короткостроковій перспективі.

Висновки до 3 розділу

1. Сільський туризм в Україні в переважній більшості – це немасштабна сімейна справа (до 10 ліжок-місць), якою займаються особи середнього та старшого віку (40-59 років) з вищою освітою, розглядаючи її як один зі способів диверсифікації сільськогосподарської діяльності та джерело додаткового доходу для родини. Таким чином, найбільш актуальними питаннями для власників садиб в Україні залишаються міцне здоров'я та добробут їх родин, а також гідна праця та можливості суспільно-економічного зростання. Визначено, що на сьогодні наявне загальне розуміння власниками сільських гостинних садиб концепції сталості та її актуальності та здійснюються спроби імплементації певних аспектів сталості в діяльність із надання послуг сільського туризму, але, крім цього, є значна потреба та зацікавленість в подальшому отриманні знань, інформації та підтримки в напрямі забезпечення більш сталої діяльності сільських гостинних садиб.

2. За результатами оцінювання рівня впровадження засад сталості у сільську гостинність в Україні запропоновано багаторівневий підхід до підвищення сталості сільського туризму, який передбачає цілеспрямовані дії одразу на трьох

основних рівнях – рівні туристичної одиниці (сільська садиба), рівні громади та рівні держави. На державному рівні курс на забезпечення сталості сільського туризму може бути імплементований такими заходами як застосування фінансових механізмів, здійснення навчально-просвітницької діяльності, розробка та підтримання стандартів якості, впровадження системи комплексної туристичної статистики. На рівні територіальної громади сталість сільського туризму може досягатися різноманітними діями, залежно від потреб та можливостей розвитку громади на даному етапі. На рівні кожної окремої садиби заходи економічного, соціального, культурного чи екологічного спрямування можуть мати відчутний вплив у короткостроковій перспективі, для цього запропоновано спеціальний алгоритм дій щодо впровадження принципів сталості в діяльність сільської гостинної садиби.

3. Основні результати, представлені у цьому розділі, опубліковано у працях автора [28, 59, 60, 64, 129].

РОЗДІЛ 4

МОЖЛИВОСТІ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

4.1. Впровадження кластерних моделей з врахуванням принципів сталого туризму

Як уже зазначалось у першому розділі, кожен туристичний кластер є унікальним і кластерна модель у кожному окремому випадку залежить від різноманітних чинників. Проте вітчизняний та закордонний досвід кластеризації сільського туризму засвідчує, що можна виділити певні загальні закономірності в процесі формування та діяльності кластерів. Це дасть змогу розробити порівняно універсальну модель кластера, яка може бути адаптована до використання в різних умовах. Запропонуємо таку кластерну модель сільського туризму на прикладі Камінь-Каширської громади Волинської області (додаток И). Для обґрунтування потенціалу розвитку сільського туризму та потреби запуску кластерної ініціативи в Камінь-Каширській громаді були використані методи SWOT-аналізу (додаток К) та варіації PEST/STEP-аналізу з додаванням екологічного чинника PESTE (додаток Л) для аналізу внутрішнього й зовнішнього середовища діяльності майбутнього кластера.

За результатами аналізів виявлено, що, попри певні стримувальні чинники, громада має значний природно-рекреаційний, історико-культурний та суспільно-економічний потенціал для розвитку сільського туризму, який може бути активізований та посилений за допомогою запуску кластерної ініціативи. Мета кластера сільського туризму Камінь-Каширської територіальної громади – розвиток краєзнавчо-етнографічного, культурно-пізнавального, подієвого, гастрономічного, екологічного, відпочинкового, активного, водного та агротуризму в Камінь-Каширській територіальній громаді на базі співпраці надавачів послуг розміщення та харчування, організації дозвілля, фольклорних та творчих колективів, виробників сільськогосподарської та сувенірної продукції,

природоохоронних та історико-охоронних установ, навчальних закладів, органів місцевого самоврядування та інших зацікавлених учасників для посилення туристичної привабливості Камінь-Каширської громади, генерування конкурентоспроможних туристичних продуктів та сталого розвитку туризму в громаді.

Сформуємо етапи запуску кластерної ініціативи сталого сільського туризму в Камінь-Каширській громаді на базі напрацювань методики кластерного розвитку Іфора Ффоукс-Вільямса [36, 120]. За цією методикою, процес розвитку кластера складається з 5 фаз та включає 12 основних кроків (рис. 4.1.).



Рис. 4.1. Етапи запуску кластерної ініціативи кластера сільського туризму Камінь-Каширської територіальної громади

Джерело: сформовано автором за [36, 120]

Фаза ініціації окреслює первинні дії щодо запуску кластерної ініціативи. Завдання першого кроку – обґрунтувати необхідність та доречність кластерної ініціативи сільського туризму в Камінь-Каширській громаді. На цьому етапі необхідне об'єднання невеликої групи (2–5 осіб) активістів, які розуміють сутність кластерної ідеї та готові докласти зусиль для того, щоб викликати цікавість до кластерної ініціативи в громаді. Загалом, завдання ініціативної команди полягає в тому, щоби проаналізувати та виділити вигоди, які будуть актуальні для кожної групи стейкхолдерів в умовах поточного внутрішнього середовища громади, та донести їх через декілька конкретних послідовних дій:

- індивідуальні зустрічі з впливовими особами в громаді від бізнесу (власники сільських садиб, фермерських господарств тощо), влади (голова громади, старости старостинських округів, депутати), академії (керівники навчально-методичних та освітніх установ), громадських організацій та комунальних установ, які займають активну позицію в житті громади;

- проведення коротких презентацій про переваги кластерного підходу для представників кожної групи стейкхолдерів;

- фінальне зібрання всіх ключових сторін для проведення спільної дискусії, погодження взаємного розуміння переваг та труднощів майбутньої співпраці, формування публічної підтримки та певних зобов'язань.

Оскільки залученість органів місцевого самоврядування в діяльності мікрокластерів сільського туризму є надзвичайно важливою, найкращим у цьому випадку є поєднання підходу «зверху-донизу» в синхронізації з підходом «знизу-вверх» – коли місцева влада бере активну участь та всебічно підтримує процес запуску кластерної ініціативи, проте не є головним або єдиним її ініціатором.

Мета другого кроку – базуючись на аналізі наявних туристично-рекреаційних ресурсів території та потенційних можливостей, визначити спеціалізацію майбутнього кластера – визначальну ідею або продукт, які будуть займати центральне місце під час формування туристичної пропозиції сільського туризму. Смартспеціалізація має визначатися із залученням до процесу представників усіх груп стейкхолдерів (бізнесу, влади, освіти, громадських

організацій, мешканців) та за допомогою комплексного дослідження наявних ресурсів, можливостей та передумов у громаді через поєднання кількісних та якісних методів (в тому числі опитування жителів громади, індивідуальних інтерв'ю із зовнішніми та внутрішніми експертами та активними людьми в громаді тощо). Спеціалізація може базуватися на наявних чи потенційних локальних брэндах, конкретних видах туристичних занять чи послуг, що надаються. У випадку Камінь-Каширської громади, в процесі проведення дослідження було виявлено два потенційних локальних брэнди, які можуть стати основою для формування спеціалізації туристичного продукту:

- озеро Добре – гідрологічна пам'ятка природи загальнодержавного значення, розташована біля с. Підріччя. Площа озера – 47 га, глибина сягає до 15 м. Це озеро карстового походження з піщаним дном і берегами, розташоване посеред лісового масиву [13], що, у випадку докладання цілеспрямованих зусиль для розвитку його туристичного потенціалу, може скласти конкуренцію більш відомим, та, відповідно, перевантаженим локаціям, таким як озеро Світязь;

- локальна страва «мандрички», яка віднесена до переліку об'єктів нематеріальної культурної спадщини України.

Розвиток цих локальних брэндів може стати основою для відпочинкового, водного та гастрономічного туризму.

Важливим під час визначення спеціалізації кластера сільського туризму також є виявлення його потенційної цільової аудиторії – споживачів туристичних послуг. Її необхідно проаналізувати за допомогою складання портрета потенційного туриста для того, щоб сформувану комплексну туристичну пропозицію. Так, зважаючи на поточний стан та можливості розвитку сільського туризму в Камінь-Каширській громаді, найбільш доцільним вважається виділити дві основні цільові групи туристів – у короткостроковій (станом на зараз) та в довгостроковій (3–5 років) перспективі. Основною цільовою групою сьогодні є сім'ї з дітьми – кластер може пропонувати сімейний пізнавальний відпочинок вихідного дня для гостей із найближчих великих міст Ковеля та Луцька, а також з інших населених пунктів Волинської області та обласних центрів Рівного, Львова,

Києва. У довгостроковій перспективі діяльність кластера може бути спрямована також на залучення категорії дистанційних працівників, або «ІТ-туристів». Це дасть змогу забезпечити навантаження на об'єкти туристично-рекреаційної інфраструктури на більш тривалий період, у тому числі в будні дні та в низький сезон.

Для сталого розвитку кластера сільського туризму необхідно ще на перших етапах його формування врахувати заходи щодо нівелювання впливу сезонності на туристичний продукт кластера. Окрім виходу на нові цільові ринки, це може бути досягнуто диверсифікацією туристичного продукту – наприклад, організацією різноманітних заходів, активностей та туристсько-рекреаційних занять у зимовий період (зимові свята, фестивалі, інші масові та культурні заходи, у тому числі приурочені до календарних подій).

Фаза мобілізації передбачає кроки для проходження так званої «точки неповернення» – публічного озвучення намірів та зобов'язань щодо запуску кластерної ініціативи. Сутність третього кроку полягає в детальному аналізі внутрішнього контексту діяльності майбутнього кластера. Важливими його етапами є:

- проведення перших зборів кластера. Це відкрита публічна зустріч, учасниками якої є основні стейкхолдери та всі охочі. Під час зустрічі оголошується початок реалізації кластерної ініціативи, наводяться приклади інших кластерів, обґрунтовується спеціалізація та представляється ініціативна команда кластера. Важливою частиною зборів є формування очікування щодо подальших дій, у тому числі щодо підготовки паспорта кластера, та визначення відповідальної особи за їх реалізацію;

- підготовка першого паспорта кластера. Розширений паспорт кластера – це документ, який містить висновки проведеного детального аналізу внутрішнього контексту діяльності кластера – поточний стан розвитку громади, наявні туристичні ресурси, можливості та передумови розвитку туризму, історія розвитку кластерної ініціативи, потенційні продукти та послуги кластера, чинники успіху та можливі перешкоди, мапа кластера, потенційні учасники та

партнери кластера, інвестиційні можливості тощо. Цей крок знаменує початок робіт щодо створення бази даних кластера;

- представлення результатів аналізу. Під час наступної спільної зустрічі відповідальна особа представляє результати аналізу (паспорт) всім учасникам та ініціюється його обговорення – спільне розуміння поточної ситуації, планування подальших кроків та створення передумов для переходу на рівень формування стратегії кластера.

Наступним кроком є вибір моделі управління кластером. Управління – це один із критично важливих аспектів сталого розвитку кластера, який потребує особливої уваги. Досвід вітчизняних туристичних кластерів показує, що саме недосконалість моделі управління та фінансування є одним із найбільших стримувальних чинників розвитку кластерних ініціатив. Суть цього кроку полягає у виборі та затвердженні складу менеджерсько-виконавчої команди. Її склад може (але не обов'язково мусить) збігатися зі складом ініціативної групи, яка займалася впровадженням кластерної ініціативи на перших етапах.

Управлінська команда складається з менеджера кластера та її учасників. Одним із головних чинників успіху для будь-якої кластерної ініціативи є наявність не просто керівника, а лідера. Результати досліджень підкреслюють, що темпи залучення учасників та розвитку кластерної ініціативи на перших етапах безпосередньо залежать від ініціативності лідера кластера. Лідер, він же кластерний менеджер, має володіти певними особистісними та професійними якостями, щоб об'єднувати навколо себе учасників кластера та створити атмосферу довіри та взаємовигідної співпраці між ними. Він має бути компетентним та амбітним, мати здатність до масштабного та стратегічного мислення та володіти вмінням управляти конфліктами, які можуть виникнути всередині кластера. До обов'язків кластерного менеджера входять: загальне керівництво кластерною організацією та представлення інтересів кластера, створення умов для ефективного процесу прийняття рішень, залучення учасників кластера та сприяння формуванню зв'язків між ними, визначення можливостей для співпраці та залучення партнерів, аналіз потреб учасників кластера та

ініціювання проєктів та програм, залучення необхідних кластеру ресурсів, у тому числі фінансових. Для успіху кластерної ініціативи кластерний менеджер має займатися справами кластера на постійній основі.

Інші ж члени управлінської команди мають входити до неї як представники певних організацій та інституцій. У складі управлінської команди мають бути представники всіх основних груп стейкхолдерів – бізнесу, органів місцевого самоврядування, закладів освіти, громадських організацій тощо. Члени команди – це не просто дорадча група, це ті учасники кластера, які можуть запропонувати свій вплив та зв'язки як всередині кластера, так і назовні, та добровільно зобов'язуються докласти чимало зусиль до реалізації кластерної ініціативи. Для мікрокластера сільського туризму управлінська команда може бути чисельністю 3–5 осіб. До обов'язків управлінської команди входять: визначення мети та стратегічних напрямів діяльності кластера, представлення інтересів кластера, призначення, підтримка та оцінювання роботи кластерного менеджера (на початку ініціативи це зазвичай людина, яка є ініціатором кластера, проте згодом управлінська команда має досягти консенсусу щодо його обов'язків та за необхідності знайти більш кваліфіковану особу), забезпечення ефективного планування та координування роботи, залучення ресурсів та підтримка діяльності кластера.

Важливим кроком на цьому етапі також є погодження моделі фінансування діяльності кластера. Так, для того, щоб діяльність будь-якої організації була сталою, організація має бути насамперед сталою фінансово. Фінансування має бути диверсифіковане (надходити із різних джерел) та забезпечувати стабільне надходження необхідного для ефективної роботи мінімуму фінансових ресурсів. Успішний досвід закордонних туристичних кластерів та не дуже успішний вітчизняних говорить про те, що найоптимальнішою для забезпечення сталої діяльності є така модель фінансування кластерної організації: 15-20 % – внески учасників кластера, кошти з яких спрямовуються на оплату праці кластерного менеджера чи команди, підтримку вебсайту кластера, виготовлення дрібної рекламно-поліграфічної продукції та інші адміністративно-організаційні витрати;

80-85 % – кошти різноманітних державних та донорських програм, які спрямовуються на реалізацію конкретних проєктів та ініціатив кластера. На початку діяльності кластерної організації ці цифри можуть дещо відрізнятись – може бути менший відсоток внесків від бізнесу та більша підтримка місцевої влади. Фінансові внески учасників кластера можуть бути як стандартними, так і залежати від масштабу діяльності чи переліку отримуваних послуг від кластерної організації (членські пакети).

Важливо зауважити, що вибір моделі управління на цьому етапі передбачає лише розподіл ролей та відповідальності в рамках кластерної організації, а не її офіційну реєстрацію. Вибір організаційно-правової форми та юридичне оформлення кластерної ініціативи передбачається на більш пізньому етапі.

Фаза зростання започатковує етап реалізації перших ініціатив кластера. Після проведення первинного аналізу та формування управлінської команди кластера потрібно досягти згоди серед усіх його учасників щодо напрямку його розвитку. Місія та візія є невіддільними елементами стратегії розвитку кластера. Місія відображає відповіді на питання кого об'єднує кластер, з якою метою та яку цінність він створює для його учасників та громади. Візія діяльності – це візуалізація майбутнього бажаного стану кластера з огляду на поточні реалії, окреслені у процесі первинного аналізу під час кроку 3. Візія має задавати вектор розвитку членства та організаційних спроможностей кластера та охоплювати часовий горизонт 3–5 років.

Після формування місії та візії можна переходити до визначення основних стратегічних напрямів розвитку кластера. У такому випадку стратегія буде слугувати певним дороговказом як прийти до бажаного результату діяльності кластера. Важливим є формування стратегії через групові обговорення за участі кожного учасника кластера. Вона має відображати бачення майбутнього на трьох рівнях – для громади, для кластерної організації та для учасників кластера.

У стратегії розвитку кластера можуть бути визначені такі стратегічні напрями: напрям розвитку членства та роботи із членами кластера; напрям фінансування діяльності кластера; напрям надання послуг учасникам кластера;

напряв адвокації та публічно-приватного діалогу; напряв розвитку організаційної спроможності кластерної організації (управління, зовнішні та внутрішні комунікації, маркетинг та бренд, внутрішній розвиток команди); напряв розвитку партнерств тощо. Обов'язковими елементами стратегії мають бути конкретні індикатори кінцевого бажаного результату та проміжні метрики. Найоптимальніший варіант із врахуванням мінливості умов зовнішнього середовища – розробка стратегії терміном на 5 років і щорічний її перегляд та адаптація з огляду на поточну ситуацію.

Наступний крок передбачає реалізацію перших ініціатив кластера та досягнення швидких результатів для того, щоб на практиці довести доцільність реалізації кластерної ініціативи, залучити ширше коло учасників кластера та мотивувати їх першими реальними вигодами від участі. Це можуть бути дві-три ініціативи, які не потребують значних ресурсів та дозволяють надати реальні переваги учасникам у найшвидший період – перший спільно організований захід (конференція чи фестиваль), спільна рекламна кампанія, запуск вебсайту кластера чи проведене навчання для його учасників. Окрім усвідомлення доданої цінності спільних дій, цей крок дасть змогу провести «навчання в дії» та набути потрібних знань та навичок.

Після реалізації перших проєктів кластерної ініціативи розпочинається фаза зрілості, під час якої можна братися до формалізації кластерної організації та налагодження чіткої організаційної структури. Поспішати з формалізацією на ранніх етапах вкрай небажано, оскільки це може означити потребу визначення складу правління ще до того, як з'явиться повне розуміння нюансів діяльності кластера та його учасників. Перехід від неформальної до юридично оформленої структури може тривати 12–24 місяці.

Досвід вітчизняних туристичних кластерів та особливості національного законодавства підтверджують, що найкращою організаційно-правовою формою для кластерної організації на сьогодні є громадська організація або громадська спілка. Водночас кластерний менеджер стає керівником або виконавчим директором громадської організації, члени управлінської команди кластера –

членами правління організації. Учасники кластера базового рівня – представники бізнесу, тобто власники сільських гостинних садиб, інших засобів розміщення та закладів харчування, виробники сільськогосподарської продукції, гідни та екскурсоводи, пункти прокату туристичного спорядження тощо – офіційно стають членами громадської організації через подання відповідних заяв та сплачують щорічні членські внески, які спрямовуються у фонд організаційного розвитку кластера. З іншими партнерами – органами місцевого самоврядування, закладами освіти, науковими інституціями, підприємствами державної та комунальної форм власності чи закордонними партнерами, які відповідно до законодавства не можуть бути членами громадських об'єднань, підписуються меморандуми про співпрацю.

Надзвичайно важливим у процесі розвитку кластерної ініціативи є використання методів бенчмаркінгу, спрямованих на ознайомлення з досвідом інших діючих успішних кластерів зі схожою спеціалізацією чи структурою. Найпростіший спосіб для здійснення бенчмаркінгу – організація навчальних візитів учасників кластера до аналогічних об'єднань в Україні та за кордоном, що дасть змогу систематично поповнювати професійні знання і проводити порівняння підходів до впровадження діяльності в обох кластерах, а також результатів, що досягаються. Отримані при цьому дані можуть підштовхнути до формулювання більш амбітних планів. Такі візити сприяють також відкритості кластерних організацій до впровадження інновацій, у тому числі із застосуванням сучасних інформаційних технологій, що теж є важливим компонентом сталості та дозволяє створити кращу цінність для своїх учасників.

Фаза розвитку кластерної ініціативи починається із цілеспрямованих зусиль щодо формування бренду кластера. Створення бренду кластера має два виміри:

1. Внутрішній – бренд кластерної організації, спрямований на мешканців громади, наявних та потенційних учасників кластера. Сильний бренд зміцнює імідж кластера, залучає до реалізації ініціативи більшу кількість учасників, згуртовує їх навколо діяльності та стратегії кластера. У цьому контексті особливу увагу необхідно приділити нарощенню та розвитку соціальних взаємодій між

учасниками кластера та елементів нематеріального капіталу, таких як репутація. Необхідно реалізовувати заходи для посилення згуртованості учасників кластера – регулярні спільні зустрічі, обговорення, поїздки тощо.

2. Зовнішній – туристичний бренд громади, спрямований на туристів, інвесторів та партнерів з-за меж громади. Це сприятиме підвищенню рівня зацікавленості до кластера як обов'язкового місця для відвідування. Тут основними інструментами є маркетингові, рекламні та PR-активності, які обов'язково мають бути передбачені в плані діяльності кластерної організації: регулярне висвітлення діяльності кластера в традиційних та онлайн-ЗМІ, поширення інформації через соціальні мережі та вебсайт кластера, спеціалізовані виставки та ярмарки, організація промотурів для журналістів та туроператорів – усе це може бути використано для промоції туристичної привабливості громади.

Крок 11 полягає в активному налагодженні зовнішніх зв'язків. Жоден кластер не є замкненою системою. Знання та контакти, які потрібні кластеру для зростання, неможливо знайти тільки всередині, тому кластерна ініціатива підвищує свою ефективність, формуючи зв'язки з іншими кластерами та залучаючи більшу кількість партнерів на регіональному, національному та міжнародному рівнях. Це сприятиме отриманню доступу до додаткових знань та можливостей, поглибленню спеціалізації, обміну інноваціями та технологіями та полегшенню процесу інтернаціоналізації.

Одним з основних елементів, що забезпечують сталість кластера, є постійний моніторинг та оцінювання результатів його діяльності. У рамках цього кроку здійснюється оцінювання прогресу на шляху зміцнення конкурентоспроможності кластера, аналізуються ефекти від проведення кластеризації та визначається, що потрібно для виведення кластера на новий етап розвитку. Насамперед потрібно розробити комплексну систему оцінювання, адаптовану до потреб конкретного кластера, особливостей його життєвого циклу, інтересів різних груп стейкхолдерів тощо. Оцінювання має бути спрямоване як на аналіз базового стану кластера та його діяльності – кількість залучених учасників, проведених зустрічей, організованих навчальних курсів, відвіданих виставок,

виготовлених рекламних матеріалів тощо (тут на допомогу можуть прийти індикатори та метрики, визначені в стратегії розвитку кластера на більш ранніх етапах), так і на аналіз ефектів кластеризації на розвиток громади в економічному, суспільно-культурному та екологічному вимірах (для цього можна використати в тому числі індикатори сталого туризму наявних глобальних систем моніторингу). Важливим для кластера сільського туризму є отримання зворотного зв'язку від учасників та партнерів кластера та від туристів. За результатами оцінювання можна приймати рішення про внесення змін до стратегії діяльності кластера.

Для побудови концептуальної моделі кластера сільського туризму першочергово необхідно визначити його учасників та партнерів. Для того, щоб забезпечити простір для стратегічного планування, важливо виокремити не лише групи реальних учасників станом на зараз, але й потенційних у довгостроковій перспективі. Це дасть змогу зрозуміти, яке місце вони займатимуть у моделі кластера. Для кластера сільського туризму Камінь-Каширської громади, враховуючи особливості його спеціалізації, виділимо такі групи учасників та партнерів:

- 1) засоби розміщення – сільські гостинні садиби, пансіонати, готелі тощо;
- 2) заклади харчування – ресторани, кафе, бари та інші;
- 3) надавачі транспортних, екскурсійних та додаткових послуг – автотранспортні перевізники, гіді та екскурсіводи, надавачі послуг оренди туристичного спорядження, організації туристичних походів, річкових сплавів тощо;
- 4) виробники сільськогосподарської та сувенірної продукції – власники особистих селянських та сімейних фермерських господарств, приватні підприємці;
- 5) природоохоронні установи – керівництво національного природного парку та інших об'єктів природно-заповідного фонду;
- 6) культурні установи – музеї, центри культури й дозвілля, майстри народних ремесел, творчі фольклорні колективи, мистецькі школи, клубні заклади та бібліотеки;

7) органи влади – представники органів державної влади та місцевого самоврядування;

8) освітні, навчальні та наукові установи – училища, університети, центри професійного розвитку та підвищення кваліфікації, центри зайнятості;

9) громадські організації – молодіжні, освітні, спортивні, підприємницькі громадські організації;

10) засоби масової інформації – традиційні та онлайн-медіа;

11) сектор реалізації послуг – туристичні агентства, оператори, екскурсійні бюро;

12) надавачі супутніх послуг – надавачі інформаційних, рекламних, фінансових послуг тощо.

Окрім цього, можна виділити декілька рівнів учасників та партнерів кластера: локальний – у межах громади; регіональний – на рівні області; національний – у межах країни; міжнародний – інші країни світу. Так, поза локальним рівнем, у Камінь-Каширській громаді вже є налагоджені деякі зв'язки, які потенційно можуть бути використані кластером для співпраці (додаток II).

Центральне місце в системі кластера займають взаємозв'язки та взаємодія між його учасниками. Аналіз ролей у кластерній системі та диференціація учасників за їх функціями дають змогу виділити чотири основні рівні взаємодії:

- базовий рівень – рівень безпосередніх учасників кластера. Сюди входять засоби розміщення, заклади харчування, виробники сільськогосподарської та сувенірної продукції, надавачі транспортних, екскурсійних та додаткових туристичних послуг. Тобто це ті суб'єкти, послуги яких складають основу туристично-рекреаційного продукту громади та які стають офіційними членами кластерної організації під час формалізації кластерної ініціативи;

- рівень залучення – сюди входять ті суб'єкти, які широко залучаються до діяльності кластера сільського туризму в громаді та надають йому всебічну підтримку, у тому числі цілеспрямованим виділенням ресурсів (людських, інформаційних, матеріальних тощо). Сюди входять органи влади, освітні, навчальні та наукові установи, природоохоронні установи, культурні установи.

Тобто, рівень залучення – це партнери кластера, з якими співпраця ведеться на основі підписаних меморандумів;

- рівень підтримки – сюди входять партнери кластера, які так чи інакше беруть участь та сприяють його діяльності, але в рамках виконання своїх основних функціональних обов'язків. Це засоби масової інформації, громадські організації, сектор реалізації туристичних послуг та надавачі супутніх послуг (фінансових, інформаційних, рекламних тощо);

- рівень впливу – це місцева громада, оскільки своєю діяльністю кластер завжди здійснюватиме на неї прямий чи опосередкований вплив, який може бути як позитивним, так і негативним.

В процесі діяльності кластера між учасниками кластерної системи в межах чи між рівнями взаємодії виникають численні мережі взаємозв'язків. Водночас чим міцнішими й більш сталими є ці зв'язки – тим ефективнішим стає сам кластер. Це зумовлює необхідність цілеспрямованих дій та заходів кластерної організації для налагодження партнерських відносин та зміцнення цих взаємозв'язків на всіх рівнях. Зв'язки в кластерній системі сільського туризму можуть бути внутрішніми – у межах кластерної системи, та зовнішніми – із середовищем, у якому вона діє. Серед внутрішніх зв'язків можуть виникати:

- горизонтальні – між суб'єктами в рамках одного рівня взаємодії (наприклад, між сільською гостинною садибою та виробником крафтової продукції чи гідом-екскурсоводом щодо створення спільного туристичного продукту);

- вертикальні – між суб'єктами на різних рівнях взаємодії (наприклад, взаємозв'язки між власниками садиб та навчально-освітньою інституцією щодо питань організації студентської практики чи навчання для підвищення якості надання послуг у садибі);

- діагональні – зв'язки, які виникають між органом управління (кластерною організацією) та іншими учасниками кластера всіх рівнів.

Окрім цього, у рамках кластерної системи можуть виникати соціальні, інформаційні, організаційні, виробничі та фінансові зв'язки між учасниками.

Соціальні зв'язки полягають у налагодженні комунікації між учасниками, інформаційні – у передачі потоків інформації, знань, технологій тощо, організаційні – у вирішенні організаційних питань роботи кластера, виробничі – стосуються процесів створення туристичного продукту та фінансові – передбачають рух коштів та ресурсів.

Отже, узагальнено модель кластера сільського туризму включатиме наступні елементи:

- туристично-рекреаційні ресурси території (сюди входять також наявні туристичні атракції та туристична інфраструктура). Наявні ресурси та передумови визначають спеціалізацію кластера та продукти й послуги, які будуть ним надаватися. У випадку Камінь-Каширської громади, виділяємо такі пріоритетні види туризму: краєзнавчо-етнографічний, культурно-пізнавальний, подієвий, гастрономічний, екологічний, відпочинковий, активний, водний та агротуризм;

- елемент управління кластером – кластерна організація, яка здійснює цілеспрямовані зусилля для підвищення конкурентоспроможності та сталого розвитку кластера в різних напрямках: організаційні, інформаційно-комунікаційні, навчальні, рекламно-маркетингові, створення спільного туристичного продукту, розвитку громади та туристичного потенціалу, співпраці, інтернаціоналізації, інвестиційно-фінансові;

- склад і структура учасників – такі групи учасників, як засоби розміщення; заклади харчування; виробники сільськогосподарської та сувенірної продукції; надавачі транспортних, екскурсійних та додаткових послуг; природоохоронні установи; культурні установи; органи влади; освітні, навчальні та наукові установи; громадські організації; засоби масової інформації; сектор реалізації послуг; надавачі супутніх послуг;

- рівні учасників – локальний, регіональний, національний, міжнародний;

- рівні взаємодії в кластері – базовий, рівень залучення, рівень підтримки та рівень впливу;

- взаємозв'язки між учасниками кластера: внутрішні та зовнішні; горизонтальні, вертикальні та діагональні; соціальні, інформаційні, організаційні, виробничі та фінансові;

- середовище діяльності кластера – політико-правове, економічне, соціокультурне та природне. Спрощене схематичне зображення моделі відображено на рисунку (рис. 4.2.):

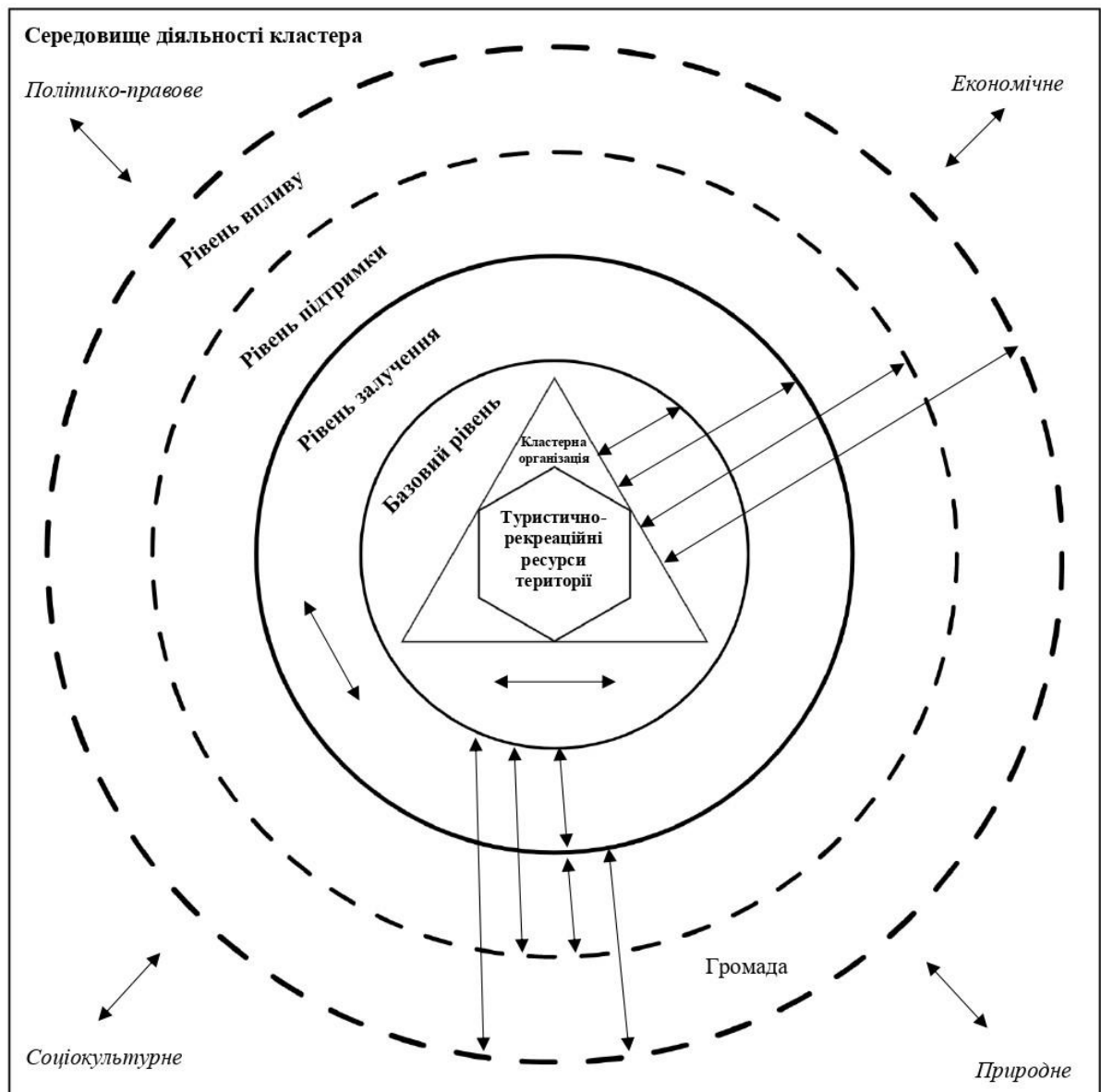


Рис. 4.2. Схематичне зображення моделі кластера сільського туризму Камінь-Каширської територіальної громади

Джерело: розроблено автором

Попри те, що запропонована модель спроектована на прикладі кластера сільського туризму Камінь-Каширської територіальної громади, вона є універсальною та може бути адаптована до практичного застосування і для інших кластерів сільського туризму в Україні, оскільки:

- не залежить від розміру території та масштабу кластера – дає можливість врахувати всі основні групи та рівні учасників та партнерів, у тому числі потенційні в довгостроковій перспективі;

- не залежить від рівня розвитку галузі, характеру туристичних умов та ресурсів – дозволяє врахувати наявний туристично-рекреаційний потенціал території на даному етапі;

- не залежить від життєвого циклу кластера – врахування елементу управління кластером, не лише поточних учасників і продуктів, а й потенційних, а також відображення можливостей розвитку взаємозв'язків та взаємодії дозволяє адаптувати модель до будь-якої стадії життєвого циклу кластера.

4.2. Стратегічні перспективи сільського туризму як інструменту сільського розвитку

В останнє десятиліття на сільський розвиток в Україні впливали безліч чинників – реформа децентралізації, впровадження ринку землі, пандемія коронавірусу та, зрештою, повномасштабна війна сприяли трансформації та переосмисленню ролі та можливостей села щодо забезпечення добробуту своїх жителів. Наявні значні природні, рекреаційні, історико-культурні ресурси, можливість розвитку сільського туризму практично в будь-якій громаді та зростаючий попит на відпочинок у сільській місцевості все більше звертають увагу селян на розвиток неаграрних видів діяльності. Сільський туризм стає важливим інструментом сільського розвитку, одночасно використовуючи та розвиваючи всі типи капіталів сільських громад – природний, фізичний, фінансовий, людський, соціальний, політичний та культурний.

Особливо актуальним питання реалізації стратегічних перспектив сільського туризму стало з початком реформи децентралізації в Україні. Сучасні дослідження розкривають тісний взаємозв'язок між створенням територіальних громад та розвитком сільського туризму [30, 54]. Так, з одного боку, реформа сприяла тому, що громадам були делеговані більші повноваження, у тому числі щодо управління наявними в розпорядженні громади природними, історико-культурними, фінансовими та людськими ресурсами, що відкрило нові можливості. З іншого боку, на органи місцевого самоврядування була покладена і значна відповідальність щодо самостійного розв'язання питань розвитку громади. В результаті, перебуваючи в пошуку нових та дієвих інструментів розвитку та зважаючи на можливості, які надає сільський туризм, багато громад включили його у свої стратегії як один із пріоритетних напрямів.

Проте можливості сільського туризму щодо забезпечення добробуту сільських громад в Україні сьогодні обмежуються певними чинниками, які негативно впливають на його розвиток – політичною та економічною нестабільністю в країні, відсутністю належного державного регулювання та стимулювання розвитку сільського туризму, низькою зацікавленістю органів місцевого самоврядування в розвитку сільського туризму, нестачею кваліфікованої робочої сили, низькою якістю надання послуг сільського туризму, низьким рівнем розвитку туристичної інфраструктури, відсутністю централізованої промоції сільського туризму на національному рівні тощо.

Дослідження та аналіз сучасного стану сільського туризму в Україні дали змогу виділити шість основних напрямів, за якими необхідно здійснювати регулятивні заходи для вдосконалення середовища його розвитку: інституційно-правове забезпечення, наукове забезпечення, кадрове забезпечення, маркетингове забезпечення, фінансове забезпечення та інфраструктурне забезпечення (рис. 4.3). Цілеспрямована та скоординована діяльність щодо вживання важливих організаційних заходів за цими напрямками дасть змогу максимально реалізувати стратегічний потенціал сільського туризму.



Рис. 4.3. Основні напрями вдосконалення організаційного середовища розвитку сільського туризму

Джерело: розроблено автором

Питання інституційно-правового забезпечення сільського туризму в Україні вже багато років є дуже дискусійними через відсутність законодавчо-нормативного супроводу цього виду діяльності, законодавчу невизначеність сільського туризму на національному рівні та недосконалість нормативно-правової бази, декларативний характер реалізації державної політики щодо підтримки сільського туризму, неузгодженість дій туристичних та аграрних органів виконавчої влади щодо регулювання цього виду діяльності. Так, Закон України «Про туризм», який був прийнятий ще в 1995 році та на сьогодні є базовим щодо розвитку сільського туризму, лише визначає сільський туризм окремим видом туризму, розвиток якого є пріоритетним напрямом державної політики, не закріплюючи навіть його сутність [23].

Протягом існування української незалежної держави робилися численні спроби законодавчого врегулювання діяльності у сфері сільського туризму через подання на розгляд Верховної Ради законопроектів, які визначали особливості такої діяльності та врегульовували питання, пов'язані з його організацією: законопроекти «Про сільський зелений туризм» (2004 р.) [76], «Про сільський та сільський зелений туризм» (2004 р.) [77], «Про аграрний туризм та агротуристичну діяльність» (2009 р.) [72], «Про сільський аграрний туризм»

(2010 р.) [55], «Про сільський та сільський зелений туризм» (2021 р.) [78], проте жоден з них так і не був прийнятий. Фактично єдиним законодавчим актом сьогодні, який регулює порядок надання послуг сільського туризму, є Закон України «Про особисте селянське господарство», який дозволяє власникам господарств надавати послуги у сфері сільського туризму на базі майна таких господарств та без обов'язкової реєстрації підприємницької діяльності [21]. Проте діяльність особистого селянського господарства законодавчо обмежена розмірами земельної ділянки до 2 гектарів. Якщо ж розмір такої ділянки більший, то діяльність у сфері сільського туризму здійснюється як підприємницька, у тому числі в рамках фермерських господарств, та підлягає оподаткуванню в порядку, встановленому законодавством (Закон України «Про фермерське господарство») [24].

Важливим кроком для відокремлення підприємницької діяльності від непідприємницької у сфері організації сільського туризму був розгляд Верховною Радою України в першому читанні законопроекту 2232а «Про внесення змін до Закону України «Про особисте селянське господарство» щодо розвитку сільського зеленого туризму» [73], який пропонував встановити обмеження на здійснення цього виду діяльності як непідприємницької наданням послуг розміщення не більше ніж на 10 ліжко-місць, проте й цей закон також не було прийнято. Ще однією спробою стала розробка у 2021 році законопроекту «Про стимулювання розвитку сільської гостинності в Україні» [93], який пропонує виокремити непідприємницьку діяльність із надання туристичних послуг на селі терміном «сільська гостинність».

Попри те, що питання розвитку сільського туризму включені до Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [96], жодних ефективних кроків державою щодо створення дієвого та сприятливого нормативно-правового поля в цьому напрямі так і не було здійснено.

У такому ж складному стані перебуває і інституційне середовище розвитку сільського туризму. Так, реалізація державної політики у сфері туризму належить до компетенції Міністерства інфраструктури України через діяльність

Державного агентства розвитку туризму [18], проте деякими питаннями сільського туризму займаються Міністерство аграрної політики та продовольства України та Міністерство розвитку громад і територій України. Часта зміна структури та перерозподіл функцій міністерств, зміна органів центральної виконавчої влади, які опікуються туризмом, та їх відомчого підпорядкування, не сприяють налагодженню стабільного інституційного середовища для розвитку сільського туризму. Закордонний досвід (Польща, Італія) показує, що ця сфера повинна регулюватися органами управління сільським господарством та туристичною галуззю одночасно, але із чітким розподілом обов'язків, коли перші «захищають селянина» – надають йому організаційну, інформаційно-консультативну, правову та фінансову підтримку для здійснення діяльності, а другі «працюють на туриста» – забезпечують просування і промоцію сільського туризму на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Унаслідок слабкого інституційного середовища в тому числі, сільський туризм в Україні став тією сферою, у розвитку яких значну роль відіграли неурядові організації. Найвідомішою з таких є неодноразово згадана Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, яка об'єднує власників сільських гостинних садиб, представників навчальних закладів та органів місцевого самоврядування, фахівців та експертів із питань розвитку сільського туризму та сільського розвитку. За період свого існування з 1996 р. Спілка стала беззаперечним авторитетом у питаннях промоції та розвитку сільського туризму в державі. До напрямів її діяльності входять [95]:

- правовий напрям – розробка пропозицій та рекомендацій для формування сприятливого нормативно-правового та економічного середовища для діяльності у сфері сільської гостинності, розробка законопроектів, інших нормативно-правових документів, адвокація та лобіювання, представництво та захист інтересів власників садиб в органах влади;

- інформаційна підтримка та правовий захист власників садиб – консультації на теми порядку ведення обліку та звітності перед фіскальними органами господарями садиби, які не є підприємцями, порядку отримання

дозвільних документів та ведення підприємницької діяльності, оподаткування тощо;

- освітній напрям – видання публікацій, організація навчальних заходів та ініціювання освітніх проєктів для підвищення рівня знань щодо організації надання послуг сільського туризму;

- маркетинг та промоція туристичного продукту сільської гостинності – популяризація сільського туризму в друкованих та електронних матеріалах Спілки, участь та сприяння власникам садиб у представленні своїх послуг на всеукраїнських та міжнародних туристичних та аграрних виставках і ярмарках, видання журналу «Туризм сільський зелений»;

- комунікація та обмін досвідом – забезпечення платформи для обміну досвідом, знаннями та налагодження контактів між членами Спілки з різних регіонів України;

- розробка стандартів якості – за час своєї діяльності Спілка представила багато власних стандартів якості послуг сільського туризму, зокрема програму категоризації «Українська гостинна садиба», програму екомаркування «Зелена садиба», Методичні рекомендації з надання послуг сільської гостинності в корона- та посткоронавірусний період, та зараз працює над оновленням внутрішнього стандарту категоризації «Українська гостинна садиба» для виходу українських сільських закладів розміщення на європейський ринок.

З огляду на наявні проблеми щодо регулювання сільського туризму державними органами та роль і досягнення Спілки в цьому напрямі, надзвичайно важливим для розвитку як сільського туризму, так і всієї туристичної галузі в Україні, вбачається запровадження інституту саморегульованих організацій. Він передбачає передачу частини прав щодо встановлення правил і контролю над ними від держави профільним та репрезентативним громадським організаціям, реалізуючи у такий спосіб принцип саморегулювання в державній політиці. Це дасть можливість Спілці запроваджувати обов'язкові стандарти якості в галузі та контролювати їх дотримання і виконувати інші регуляторні функції, забезпечуючи тим самим розвиток сільського туризму відповідно до найкращих

міжнародних стандартів [20]. Тим більше, що підґрунтя для надання таких повноважень у туристичній галузі закладене в проєкті оновленого закону України про туризм [74]. Поки що цей проєкт, як і проєкт закону про саморегулівні організації, очікує на розгляд Верховною Радою [75].

Отже, сприятливе інституційно-правове середовище для забезпечення сталого розвитку сільського туризму передбачає врегулювання законодавчих та інституційних аспектів його розвитку, створення нормативно-правової основи для цього виду діяльності, розробку та впровадження механізмів державної підтримки, збільшення повноважень профільних та громадських організацій та забезпечення ефективної взаємодії між державою, громадськістю та органами місцевого самоврядування на принципах партнерства та співпраці.

Науково-інформаційне забезпечення сільського туризму полягає в зборі актуальних статистичних даних для моніторингу, оцінки та ухвалення рішень, проведення досліджень для планування його розвитку та сприяння впровадженню новітніх технологій та підходів до його організації. Так, регуляторна функція держави та органів місцевого самоврядування у сфері сільського туризму має спиратися на наявну науково обґрунтовану та статистичну інформацію щодо сучасного стану, перспектив та можливостей його розвитку, проте на сьогодні є значна прогалина в забезпеченості сільського туризму актуальною статистикою та інноваційними науковими розробками.

У наш час сільський туризм так чи інакше розвинений у всіх регіонах України, а сільські гостинні садиби успішно діють у всіх областях, проте в державній та регіональній статистичній аналітиці суспільно-економічні процеси, пов'язані із сільським туризмом, жодним чином не відображаються, що є наслідком недосконалої системи збору туристичної статистики та організаційно-правової невизначеності функціонування сільського туризму. Враховуючи, що більшість фермерських господарств працюють за спрощеною системою оподаткування (і, відповідно, за спрощеною звітністю), туристична діяльність цих господарств статистично ніяк не відображається, так само як не відображається туристична діяльність особистих селянських господарств. Фактично немає

жодного статистичного інструментарію, за допомогою якого можна облікувати туристичні потоки сільського туризму, а значний сектор туристичної індустрії залишається поза увагою держави [4]. Тому запровадження міжнародних стандартів системи комплексної туристичної статистики та необхідних законодавчо-нормативних рішень є першочерговим для забезпечення сталого та ефективного розвитку сільського туризму. Важливим інструментом для цього може стати створення в Україні обсерваторій Міжнародної мережі сталих туристичних обсерваторій ЮНВТО (INSTO) [57]. Своєю чергою, територіальні громади можуть налагоджувати власні системи для збору та аналізу туристичних даних у громаді по типу туристичних барометрів, зважаючи на їх можливості та наявні управлінські ресурси.

Завданням держави також має стати створення умов для здійснення наукових досліджень у сфері сільського туризму на рівні науково-освітніх установ, а завданням громад – створення попиту на такі дослідження та співробітництво з науковими інституціями в ролі науково-дослідних майданчиків, у тому числі для впровадження новітніх технологій для сталого сільського розвитку.

Основою кадрового забезпечення сільського туризму є розвиток потенціалу його людських ресурсів. Однією з найбільших проблем сільського туризму в Україні є низький рівень надання послуг унаслідок браку підготовлених кадрів. Локалізація його виключно в сільській місцевості на сьогодні не сприяє привабленню спеціалізованих фахівців, а послуги сільської гостинності надає місцеве населення, у переважній більшості – особи середнього та старшого віку, які не володіють організаційними, психологічними, підприємницькими та іншими навичками, необхідними для успішного ведення діяльності.

Важливим напрямом кадрового забезпечення є розвиток системи профільної освіти та підготовки фахівців для сільського туризму на базі навчальних закладів різних рівнів – впровадження відповідних навчальних курсів у межах туристичних спеціальностей та започаткування окремих освітніх програм із сільського туризму, налагодження співпраці навчальних закладів із

територіальними громадами та профільними громадськими організаціями для забезпечення місць практики студентів туристичних спеціальностей на базі сільських гостинних садиб.

Іншим не менш важливим напрямом є широке інформування сільських жителів щодо можливостей сільського туризму як способу диверсифікації сільськогосподарської діяльності [50]. Органи місцевого самоврядування можуть організовувати такі заходи в співпраці з навчальними закладами, регіональними центрами зайнятості, громадськими організаціями. Важливим кроком для цього є розроблена Спільною сприяння розвитку сільського зеленого туризму концепція формування української мережі інформаційно-консультативних агротуристичних осередків у громадах (ІКАТО) на базі успішних гостинних господарств, що дасть змогу селянам вивчати кращі практики створення креативних та інноваційних туристичних продуктів сільського туризму та розвивати необхідні навички [94].

Третім вектором кадрового забезпечення є навчання та підвищення кваліфікації осіб, які вже залучені до надання послуг сільського туризму, у тому числі господарів діючих гостинних садиб. У наш час інформаційної глобалізації власники садиб потребують постійного поповнення багажу знань та інформації щодо підходів ведення діяльності, зокрема з таких важливих тем як діючі норми правового регулювання сільського туризму, залучення інвестицій та фінансових ресурсів, створення та розвиток бренду садиби, промоція послуг сільського туризму, діджиталізація, психологія роботи з відвідувачами, забезпечення стандартів якості надання послуг, впровадження засад сталого розвитку сільського туризму тощо. Таке навчання має базуватися на вивченні та перейманні найкращого закордонного досвіду, у тому числі кластеризації. Важливим напрямом підготовки є вивчення іноземних мов, особливо зважаючи на майбутній потенціал євроінтеграції для виходу на іноземні ринки.

Маркетингове забезпечення сільського туризму включає три ключові компоненти: створення продукту сільського туризму, його промоцію та реалізацію. Одним із головних завдань щодо створення якісного продукту сільського туризму є його диверсифікація. Так, сьогодні в Україні є закріплене

стереотипно сприйняття сільського туризму здебільшого лише як відпочинку в сільських садибах, що залучає обмежене коло цільової аудиторії. Як показує світовий досвід, сільський туризм включає також багато інших форм організації відпочинку в сільській місцевості. В Україні наявні умови та ресурси для створення та поширення інноваційних форм сільського туризму – агроготелів, агрокемпінгів, агропарків розваг, тематичних сіл тощо, що дозволить диверсифікувати продукт сільського туризму, мінімізувати вплив чинника сезонності і сприяти залученню різних категорій туристів, особливо молоді. Важливим є вивчення найкращих закордонних практик у цій сфері, зокрема Польщі, Іспанії, Італії та інших країн Європи. Перспективним є також подальший розвиток мережі географічних зазначень, який на сьогодні досягнув вагомих результатів завдяки діяльності проекту Європейського Союзу «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні». Так, продукти та об'єкти, які отримали статус географічних зазначень, стають локальними культурними та/або гастрономічними брендами і можуть стати основою для спеціалізації місцевого продукту сільського туризму – наприклад, гуцульська овеча бриндзя, закарпатський мед, крелевецькі рушники.

Промоція сільського туризму передбачає необхідність реалізації комплексного підходу до просування продукту сільського туризму на національному та міжнародному ринку туристичних послуг. На жаль, Державне агентство розвитку туризму як центральний орган виконавчої влади, на який покладено реалізацію державної політики щодо промоції туристичного потенціалу України, не приділяє достатньої уваги наряду сільського туризму. Проєкт «Мандруй Україною» [18], спрямований на популяризацію внутрішнього туризму, мав позитивний вплив на промоцію сільських регіонів як місць для відпочинку, проте все ще бракує комплексної маркетингової та рекламної стратегії просування сільського туризму на всеукраїнському рівні.

Особливо важливим є створення на рівні держави єдиної інформаційної системи, яка надавала б туристам інформацію про наявні пропозиції щодо відпочинку в селі та можливість бронювання послуг сільського туризму. Також

варто на регулярному рівні організовувати такі промоційні заходи як рекламні кампанії, створення електронних каталогів, путівників, проведення виставок. Територіальним громадам необхідно розробити й забезпечити реалізацію грамотної маркетингової політики, яка б базувалася на багатоканальній промоції їх туристичного потенціалу – природно-рекреаційного, історико-культурного, етнографічного, гастрономічного тощо.

На рівні гостинних садиб існує гостра потреба в налагодженні комунікацій між власниками садиб та потенційними споживачами туристичного продукту через використання сучасних інтернет-технологій, особливо соціальних мереж, що дозволило б надавати туристам всю необхідну інформацію, забезпечувати належний оперативний зв'язок та просувати послуги садиби серед потенційної аудиторії.

Напряму продажу передбачає налагодження співпраці виробників туристичного продукту сільського туризму з туристичними агенціями та операторами, насамперед внутрішнього туризму, для реалізації туристичного продукту. Ці заходи мають стимулюватися державою (через налагодження контактів та створення платформ взаємодії між виробниками та туроператорами) та реалізуватися на місцевому рівні, у тому числі через організацію промотурів у громадах.

Особливе місце в маркетинговому забезпеченні займає використання сучасних інформаційних технологій цифрового маркетингу – розробка віртуальних турів та квестів, створення електронних туристичних порталів, каталогів та мап, використання соціальних мереж та онлайн-систем бронювання надає значні можливості та переваги як для створення і промоції, так і для реалізації продукту сільського туризму.

Фінансове забезпечення полягає в застосуванні органами державної влади, місцевого самоврядування і громадськими об'єднаннями механізмів залучення коштів та інвестицій на розвиток сільського туризму відповідно до їх можливостей та повноважень. Воно може здійснюватися через реалізацію програм розвитку та створення фондів сільського розвитку, співфінансування

проектів щодо розвитку сільського туризму в громадах, надання кредитів суб'єктам сільського туризму на особливих умовах, надання податкових пільг та преференцій, залучення коштів місцевого бізнесу на розвиток громади, залучення міжнародних інвесторів для розвитку регіону, реалізацію проектів державно-приватного партнерства, ініціювання грантових проектів донорських організацій та міжнародної технічної допомоги.

Важливим інструментом фінансування розвитку сільського туризму на рівні громади може стати туристичний збір, можливість запровадження якого та його розмір знаходяться виключно в компетенції органів місцевого самоврядування.

Як свідчать результати проведених досліджень, значною проблемою для розвитку сталого сільського туризму на рівні територіальних громад є поганий стан туристичної та соціальної інфраструктури. Завдання щодо інфраструктурного забезпечення мають включати: розвиток місць розміщення туристів – приватного житла селян та закладів колективного розміщення (котеджів, кемпінгів), їх модернізація та реконструкція; покращення стану доріг та транспортної доступності сільських регіонів; розвиток комунікацій та інженерної інфраструктури – тепло та водопостачання, освітлення, мобільного зв'язку та високошвидкісного інтернету; облаштування територій рекреаційного значення (встановлення смітєвих баків, інформаційних знаків, громадських вбиралень); облаштування, відновлення та реконструкцію туристичних пам'яток та магнітів; маркування туристичних маршрутів та екологічних стежок; відновлення соціально-культурної інфраструктури в громадах – будинків культури, музеїв, бібліотек, центрів дозвілля тощо, які можуть бути залучені до процесу організації сільського туризму.

Оновлена інфраструктура має відповідати державним санітарним вимогам та міжнародним стандартам, критеріям сталості та інклюзивності, та створювати найкращі умови не лише для відвідування туристів, а і для життя місцевих мешканців.

Хоча значний вплив на розв'язання цих проблем має держава (наприклад, через реалізацію державних програм, таких як «Велике будівництво»), проте

реформа децентралізації передбачає покладання відповідальності на розвиток інфраструктури громади саме на органи місцевого самоврядування. Як показує практика, на рівні територіальних громад це питання найбільш ефективно вирішувати приватними інвестиціями, співпрацею з місцевим бізнесом та залученням міжнародної технічної допомоги. На сьогодні свою діяльність в Україні ведуть багато закордонних фондів та донорських організацій (Міжнародний фонд «Відродження», фонд «Євразія», Фонд ім. Гайнріха Бьоля, Програма розвитку ООН, Агентство США з міжнародного розвитку, програми транскордонного співробітництва Європейського Союзу та багато інших), які надають цільову консультативну, організаційну та фінансову допомогу для сталого розвитку сільських громад. Часто програми підтримки таких організацій спрямовані на такі цільові групи, як особисті селянські та сімейні фермерські господарства, підприємства мікро, малого та середнього бізнесу, жінки-підприємці та жінки, які займаються сільськогосподарською діяльністю, що становлять більшість серед тих, хто надає послуги сільського туризму.

Етап повоєнного відновлення України відкриває нові можливості для залучення міжнародної підтримки та допомоги в реалізації основних напрямів державної та регіональної політики сталого розвитку. Багато аспектів, які прямо чи опосередковано стосуються сільського розвитку та розвитку туризму, включені в План відновлення України, що передбачає програми та заходи з післявоєнного відновлення та розвитку держави [69], та Векторів економічного розвитку до 2030 року, які стануть основою формування Національної економічної стратегії України до 2030 року [10]. Тільки злагоджена діяльність та консолідація зусиль влади, бізнесу, освіти, науки, громадськості й небайдужих жителів сприятиме максимальному використанню цих можливостей для реалізації стратегічних перспектив сільського туризму як інструменту сталого сільського розвитку.

Висновки до 4 розділу

1. Напрацювання методики кластерного розвитку Іфора Ффоукс-Вільямса дають змогу обґрунтувати алгоритм запуску кластерної ініціативи сталого сільського туризму. Запропонований алгоритм на прикладі Камінь-Каширської територіальної громади включає 12 основних кроків: запуск кластерного бачення в громаді, визначення смартспеціалізації кластера, аналіз внутрішнього середовища діяльності, вибір моделі управління та фінансування, формування місії та візії, визначення первинної стратегії, реалізацію перших ініціатив, формалізацію кластерної ініціативи, бенчмаркінг, формування бренду кластера, налагодження зовнішніх зв'язків, оцінювання результатів діяльності кластера. За результатами дослідження запропоновано універсальну адаптивну модель кластеризації туризму в сільській місцевості на засадах сталості. Основними компонентами такої моделі є туристично-рекреаційні ресурси території, елемент управління кластером, склад і структура учасників, рівні учасників, рівні взаємодії в кластері, взаємозв'язки між учасниками кластера та середовище діяльності кластера.

2. За результатами аналізу сучасного стану сільського туризму виявлено, що можливості сільського туризму щодо забезпечення добробуту сільських громад в Україні сьогодні обмежуються багатьма чинниками, які негативно впливають на його розвиток. Для максимальної реалізації стратегічного потенціалу сільського туризму необхідна цілеспрямована та скоординована діяльність щодо вживання регулятивних заходів для вдосконалення середовища його розвитку за такими напрямками, як інституційно-правове, наукове, кадрове, маркетингове, фінансове та інфраструктурне забезпечення.

3. Основні результати, представлені у цьому розділі, опубліковано у працях автора [50].

ВИСНОВКИ

Проведені автором польові натурні дослідження основних центрів розвитку сільського туризму в Україні засвідчують, що найбільш перспективною для ефективно організації туризму в громаді є кластерна модель розвитку туризму в сільській місцевості, яка враховує особливості туристично-рекреаційних ресурсів території та основні принципи сталого розвитку.

1. Сучасний стан теоретичних досліджень сільського туризму зумовлює необхідність розвитку поняттєво-термінологічного та категоріального апарату сільського туризму та процесів його кластеризації. Зважаючи на вітчизняні особливості розвитку сільського туризму та з метою наголосу на сільському туризмі як виді додаткової діяльності сільських домогосподарств, запропоновано власне трактування терміну «сільська гостинність» – це маломасштабна невідприємницька діяльність сільських домогосподарств, яка передбачає надання сільськими господарями послуг проживання, харчування та організації дозвілля особам, які відвідують сільську місцевість із метою відпочинку, оздоровлення, освітньої метою, для ознайомлення з природою, історичною спадщиною, традиціями, особливостями сільського способу життя та праці в сільському господарстві, на базі власних ресурсів сільського домогосподарства.

В процесі роботи також виникла необхідність конкретизувати поняття «модель кластера сільського туризму», що являє собою теоретико-концептуальне відображення системи кластера та основних її компонентів – ресурсів, продуктів, видів діяльності, структури та складу учасників, характеру взаємодій та взаємозв'язків між ними, а також основних фундаментальних елементів, які визначають середовище та умови функціонування кластера.

На основі узагальненого емпіричного матеріалу, вперше запропоновано трактування поняття «смартспеціалізація туристичного кластера» – це концепція інноваційного розвитку туристичного кластера, яка описує процес та результат взаємодії учасників кластера щодо визначення його конкурентних переваг, базуючись на наявних та потенційних туристично-рекреаційних ресурсах

території (природних, історико-культурних, інфраструктурних), які можуть бути використані для створення та реалізації комплексного туристичного продукту кластера та визначають напрям дій кластерної ініціативи щодо його майбутнього розвитку. Так, зважаючи на наявність спеціалізації і ступінь розвитку кластерних структур та кластерних ініціатив, можна виділити три сценарії розвитку туристичних кластерів: 1) перший сценарій, коли у регіоні існують первинні кластерні структури, зв'язки та наявна спеціалізація, але відсутня дієва кластерна ініціатива. Розвиток регіону в такому випадку відбувається лінійно, туристичні підприємства розрізнені та не мають можливості працювати максимально ефективно, кластер не розвивається й не може ефективно конкурувати з іншими більш потужними регіонами чи на міжнародному рівні; 2) другий сценарій, коли у регіоні немає очевидних кластерних структур та зв'язків і розвиненої спеціалізації, але створена дієва кластерна ініціатива. Насамперед кластерній ініціативі необхідно спрямувати зусилля на визначення або створення місцевої туристичної спеціалізації, налагодження та розвиток ефективних взаємозв'язків та формування механізмів взаємодії. Розвиток кластера в такому випадку буде поступовим та відбуватиметься експоненційно; 3) та третій сценарій, коли у регіоні існують первинні кластерні структури і зв'язки, наявна спеціалізація та створена дієва кластерна ініціатива. Кластерній ініціативі необхідно спрямувати ресурси на створення та розвиток бренду та іміджу регіону, поглиблення наявної спеціалізації, зміцнення наявних взаємозв'язків та залучення нових учасників кластера. При правильній організації діяльності кластер може розвиватися швидкими темпами та підвищувати свою конкурентоспроможність.

Для визначення основних учасників туристичного кластера, запропоновано схему узагальнення можливих учасників на основі п'ятикратної спіралі взаємодії. В такому випадку, в основі кластера знаходяться туристичні ресурси та атракції території, а структуру складають елементи бізнесу (основні та допоміжні учасники, які можуть бути залучені до виробництва, просування та реалізації туристичного продукту), влади (органів державної влади та місцевого

самоврядування), академії (інституцій освіти та науки) та громадськості (громадських об'єднань та ЗМІ), що взаємодіють у визначеному середовищі.

Виявлено, що, порівняно з іншими видами туристичних кластерів, кластери сільського туризму мають свої особливості, які зумовлені здебільшого мікромасштабом їх діяльності, високим рівнем залученості місцевої громади у діяльність кластера, підвищеною роллю органів місцевого самоврядування у його формуванні та розвитку та значенням кластера як інструменту сталого розвитку громади. Досвід формування та діяльності вітчизняних кластерів сільського туризму дозволяє доповнити наявні на сьогодні класифікації з виділенням двох основних їх типів за способом утворення: центрових, коли кластер сільського туризму формується навколо певного центру туристичного інтересу (населеного пункту, регіону, атракції чи дестинації), та маршрутних, в яких кластерні зв'язки формуються вздовж наявного туристичного маршруту.

2. Специфіка кластерів сільського туризму як комплексних систем, які поєднують географічні, економічні, соціальні, управлінські, екологічні та інші елементи, зумовили необхідність розробки та апробації нової методики туризмологічного аналізу кластерів сільського туризму, яка полягає у 1) опрацюванні наявних теоретико-методологічних праць у галузі туризму; 2) формулюванні поняттєво-термінологічного й категоріального апарату дослідження; 3) пошуку наукових підходів і відповідних їм методів дослідження; 4) зборі інформації; 5) обробці, аналізі та представленні інформації; 6) синтезі отриманої інформації для формулювання проміжних висновків. В основу такої методики покладено системно-процесуальний підхід до вивчення кластерних структур, а збір первинних даних реалізовано через дослідницькі напівструктуровані глибинні інтерв'ю з менеджментом та учасниками кластерів.

3. Зібрані первинні експедиційні матеріали дали змогу детально проаналізувати процес кластеризації сільського туризму в Україні з виявленням особливостей кластерної співпраці на різних рівнях. Так, визначено, що головними напрямками роботи вітчизняних кластерів сільського туризму є організаційний, навчальний, рекламно-маркетинговий, комунікаційний, створення

спільного туристичного продукту, розвиток громади та її туристичного потенціалу та напрям співпраці. Учасники кластерів отримують значні вигоди від спільної діяльності – соціальні, маркетингові, доступ до знань та інформації, фінансові, доступ до ресурсів та вигоди щодо створення туристичного продукту. Дослідження показало, що основними чинниками, які зумовлюють успішність кластерів сільського туризму в Україні, є сильне лідерство, розвинений соціальний капітал, підтримка місцевої влади, активний внесок кожного учасника кластера, наявність спільної вигоди, територія із наявними ресурсами, єдина ідея туристичного продукту кластера (визначена спеціалізація), комплексність туристичного продукту кластера, дієвість і висвітлення діяльності кластера.

Визначено, що діяльність кластерів сільського туризму в Україні безпосередньо пов'язана зі сталим розвитком сільських територій, а вплив цієї діяльності на розвиток громад можна прослідкувати в трьох вимірах – економічному, суспільно-культурному та вимірі навколишнього середовища. Виявлено, що розвиток сільського туризму має потенціал прямо чи опосередковано сприяти вирішенню більшості проблем, з якими сьогодні зіштовхуються українські села, що підтверджується також аналогічним досвідом Естонії в цьому напрямку. Тому одним із чинників розвитку в Україні ефективних та сталих туристичних кластерів на сільських територіях може стати вивчення та переймання найкращих іноземних практик організації сільського туризму.

4. Виявлено, що сільський туризм тісно пов'язаний з концепцією сталості, оскільки він здатен прямо чи опосередковано впливати на досягнення кожної з глобальних цілей сталого розвитку. Оцінка впровадження засад сталого розвитку у сільську гостинність в Україні на основі опитування власників сільських гостинних садиб із 20 областей засвідчує, що на сьогодні наявне загальне розуміння власниками садиб концепції сталості та її актуальності та здійснюються спроби імплементації певних аспектів сталості в діяльність із надання послуг сільського туризму, але, крім цього, є значна потреба та зацікавленість (89,1%) в подальшому отриманні знань, інформації та підтримки в напрямі забезпечення більш сталої діяльності сільських гостинних садиб. За результатами оцінювання

запропоновано багаторівневий підхід до підвищення сталості сільського туризму в Україні, який передбачає цілеспрямовані дії одразу на трьох основних рівнях – рівні туристичної одиниці (сільська садиба), рівні громади та рівні держави.

На державному рівні курс на забезпечення сталості сільського туризму може бути імплементований такими заходами як застосування фінансових механізмів, здійснення навчально-просвітницької діяльності, розробка та підтримання стандартів якості, впровадження системи комплексної туристичної статистики. На рівні територіальної громади сталість сільського туризму може досягатися різноманітними діями економічного, соціального, культурного чи екологічного спрямування, залежно від потреб та можливостей розвитку громади на даному етапі. На рівні кожної окремої садиби невеликі системні дії для підвищення сталості можуть мати відчутний вплив у короткостроковій перспективі. Для цього запропоновано алгоритм впровадження аспектів сталості в діяльність сільської гостинної садиби, який включає сім основних кроків: визначення мети; оцінювання поточного стану аспектів сталості; визначення пріоритетних напрямів, формування довгострокової стратегії та плану операційної діяльності; імплементацию первинних рішень сталості; вивчення можливостей для партнерства та співробітництва; оцінювання й аналіз результатів впровадження аспектів сталості; комунікацію результатів.

5. На прикладі Камінь-Каширської громади Волинської області запропоновано та апробовано методіку запуску кластерної діяльності. Так, алгоритм запуску кластерної ініціативи сільського туризму передбачає запуск кластерного бачення в громаді, визначення смартспеціалізації кластера, аналіз внутрішнього середовища діяльності, вибір моделі управління та фінансування, формування місії та візії, визначення первинної стратегії, реалізацію перших ініціатив, формалізацію кластерної ініціативи, бенчмаркінг, формування бренду кластера, налагодження зовнішніх зв'язків, оцінювання результатів діяльності кластера. Модель кластеризації туризму в сільській місцевості на засадах сталості, яку запропоновано за результатами дослідження, відображає такі елементи, як туристично-рекреаційні ресурси території (в тому числі наявні туристичні

атракції та туристичну інфраструктуру), елемент управління кластером (кластерну організацію), склад і структуру учасників (такі групи учасників, як засоби розміщення; заклади харчування; виробники сільськогосподарської та сувенірної продукції; надавачі транспортних, екскурсійних та додаткових послуг; природоохоронні установи; культурні установи; органи влади; освітні, навчальні та наукові установи; громадські організації; засоби масової інформації; сектор реалізації послуг; надавачі супутніх послуг), рівні учасників (локальний, регіональний, національний, міжнародний), рівні взаємодії в кластері (базовий, рівень залучення, рівень підтримки та рівень впливу), взаємозв'язки між учасниками кластера (внутрішні та зовнішні; горизонтальні, вертикальні та діагональні; соціальні, інформаційні, організаційні, виробничі та фінансові) та середовище діяльності кластера (політико-правове, економічне, соціокультурне та природне).

Аналіз сучасного стану сільського туризму в Україні засвідчує, що подальший його розвиток безпосередньо залежить від здійснення регулятивних заходів для вдосконалення його інституційно-правового, наукового, кадрового, маркетингового, фінансового та інфраструктурного організаційного середовища. Лише цілеспрямована та скоординована діяльність всіх зацікавлених стейкхолдерів за цими напрямками дасть змогу максимально реалізувати стратегічний потенціал сільського туризму як інструменту сільського розвитку.

6. Запропонована модель кластеризації сільського туризму на засадах сталості апробована у Камінь-Каширській громаді Волинської області та покладена в основу кластерної ініціативи «Водні плеса Камінь-Каширщини». Разом з тим, вона є універсальною та може бути адаптована до практичного застосування і для інших кластерів сільського туризму України, які сприяють ефективному й раціональному використанню наявних туристичних ресурсів громад та підвищенню їх конкурентоспроможності. Практичні результати дослідження можуть бути використані для формування державної та регіональних програм розвитку сільського туризму, розробки стратегій розвитку територіальних громад та програм сталого сільського туризму в громадах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агротуристичний кластер «Горбогори». URL: <https://www.horbohory.com.ua>
2. Алексеева, Ю. Туризм об'єднується: українські регіони створюють туристичні кластери. URL: <https://zruchno.travel/News/New/3392?lang=ua>
3. Басюк, Д. (2011). Науково-теоретичні підходи до класифікації туристичних кластерів. *Міжнародна економіка: інтеграція науки та практики: Збірник наук. праць*, 17. Київ: НТУУ «КП».
4. Бедзир, В. С. (2015). Організаційно-правова невизначенність функціонування сільського зеленого туризму. *Регіональна економіка та управління*, 2(05), I, 14-18.
5. Бережанська районна державна адміністрація (2013). Проект програми розвитку туризму в Бережанському районі на 2013-2015 роки. Бережани.
6. Биркович, В. І. (2011). Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України. *Стратегічні пріоритети, Науково-аналітичний щоквартальний збірник*, 1(6), 138-143.
7. Васильєв, В. (2021). Історія та етапи формування фірмового стилю Спілки сільського зеленого туризму України. *Туризм сільський зелений*, 5(62), 18-26.
8. Васильєв, В. П. Сільський зелений туризм в Україні. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/vasyljev.htm
9. Васильєв, В., Гафурова, О., Зінько, Ю., Рутинський, М., Шпеник, Т., Товт, М. (2017). *Сільський зелений туризм – від роз'єднаних садиб до територіальних кластерів*. Київ: Спілка сільського зеленого туризму України.
10. Вектори економічного розвитку України 2030 (2020). URL: <https://nes2030.org.ua>
11. Вергун, Л. І. (2010). Сільський туризм в Україні. *Географія та туризм*, 9, 104-110.
12. Войнаренко, М. П. (2008). Кластери як полюси зростання конкурентоспроможності регіонів. *Економіст*, 10, 27-30.

13. Гідрологічна пам'ятка природи «Озеро Добре». URL: <http://eco.voladm.gov.ua/category/ozero-dobre>
14. Горішевський, П., Васильєв, В., Зінько, Ю. (2003). *Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності*. Івано-Франківськ: місто НВ.
15. Горун, М. В. (2012). Кластер – основна модель розвитку Гусятинсько-Сатанівського рекреаційного району. *Географія та туризм*, 23, 167-174.
16. Дармостук, Д. Г. (2016). Розвиток сільського туризму через створення туристичних кластерів. *Теорія та практика державного управління*, 4 (55), 1-6.
17. Дарчук, В. Г. (2014). Формування стратегічних основ розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні. (Автореф. дис. ... канд. екон. наук). Донецьк.
18. Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ). URL: <https://www.tourism.gov.ua>
19. Дубодєлова, А. В., Малкуш, Х. Ю. (2013). Особливості та тенденції розвитку сільського туризму в Україні. *Науковий вісник НЛТУ України*, 23.2, 118–123.
20. Заблоцький, А. (2016). Саморегульвні організації – це крок вперед до «розумного регулювання». URL: <https://blog.liga.net/user/azablotskiy/article/22646>
21. Закон України «Про особисте селянське господарство» (2003). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/742-15#Text>
22. Закон України «Про сільськогосподарську дорадчу діяльність» (2004). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/1807-15#Text>
23. Закон України «Про туризм» (1995). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
24. Закон України «Про фермерське господарство» (2003). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/973-15#Text>
25. Зінько, Ю. В., Рутинський, М. Й., Горішевський, П. А. (2011). Інноваційні форми занять в сільському туризмі та агротуризмі. *Науковий вісник національного університету біоресурсів і природокористування України*,

- Серія Економіка, аграрний менеджмент, бізнес*, 163, 1, 30-38. Київ: ВЦ НУБіП України.
26. Зінько, Ю. В., Рутинський, М. Й., Кудла, Н. Є. (2009). *Збереження і сталий розвиток Карпат: навчальний посібник зі сталого туризму*. Київ.
 27. Зінько, Ю., Мальська, М., Дубіс, Л., Васильєв, В., Околович, І. (2019). Кластери туризму як один з інструментів сталого сільського розвитку України. *IPSI Proceedings*, 12-15. Рим, Італія.
 28. Зінько, Ю., Мальська, М., Околович, І. (2021). Сільський і водний туризм в умовах коронавірусної пандемії. «Водний туризм: національний та міжнародний досвід» *Матеріали наукової конференції з міжнародною участю*, 29-34. Львів: ФОП Корпан Б. І.
 29. Іванова, В. Г. (2010). «Сільський туризм» як категорія науки адміністративного права та законодавства. *Право і суспільство*, 3, 119-125.
 30. Івашина, Л. (2017). Роль об'єднаних територіальних громад у розвитку сільського зеленого туризму. *Державне управління та місцеве самоврядування*, 3, 143-148.
 31. Ісаєнко, В. М., Ніколаєв, К. Д., Бабікова, К. О., Білявський, Г. О., Смирнов, І. Г. (2014). *Стратегія сталого розвитку (туристична галузь)*. Київ: Видавництво НПУ імені М. П. Драгоманова.
 32. Кальченко, О. М. (2009). Кластеризація в туристичній галузі. Вісник Чернігівського державного технологічного університету, *Серія Економічні науки*, 39, 186-195.
 33. Камінь-Каширська міська громада. URL: <https://kmk.gromada.org.ua>
 34. Камінь-Каширська міська рада (2022). Програма розвитку туризму та рекреації в Камінь-Каширській територіальній громаді на 2022-2025 рр. Камінь-Каширський.
 35. Камінь-Каширська міська рада (2022). Стратегія розвитку Камінь-Каширської територіальної громади на 2022-2032 рр. Камінь-Каширський.
 36. Києво-Могилянська бізнес-школа (КМБШ) (2012). *Феномен кластеру: аномальні бізнес-долини*. Київ: kmbs.

37. Колесник, О. О. (2009). Кластерна модель розвитку туризму в Україні. *Економіка. Управління. Інновації*, 1, 22-25.
38. Корж, Н. В., Басюк, Д. І. (2017). *Управління туристичними дестинаціями: підручник*. Вінниця: ПП «ТД Едельвейс і К».
39. Кравчук, А. О. (2015). Кластерний розвиток суб'єктів зеленого туризму в Україні. *Ефективна економіка*, 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4089>
40. Кудла, Н. Є. (2015). *Сільський туризм: основи підприємництва та гостинності: навчальний посібник*. Київ: «Центр учбової літератури».
41. Кужель, В. В. (2015). Інноваційні інструменти розвитку підприємств сільського (зеленого) туризму в Україні. *Ефективна економіка*, 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4098>
42. Кулік, А. В. (2012). Особливості розвитку сільського зеленого туризму в Україні. *Економіка. Управління. Інновації*, 2(8).
43. Литвин, І. В., Нек, М. О. (2013). Проблеми та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в регіоні. *Регіональна економіка*, 2, 81-88.
44. Лучейко, Я. (2021). Ключові компоненти у розвитку сталого сільського туризму. *Матеріали навчального курсу «Сільський зелений туризм: підвищення кваліфікації»*. Київ: Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні.
45. Мальська, М. П. (2012). Туристичні кластери Львівської області. *Географія та туризм*, 17, 87-93.
46. Мальська, М., Дубіс, Л., Зінько, Ю., Любіцева, О. (2020). Туристичні кластери як інноваційні структури: український і польський досвід формування і функціонування. *Modern technologies in the development of economy and human well-being (monograph)*, 145-156. Katowice: Publishing House of University of Technology.
47. Мальська, М., Зінько, Ю. (2018). Типи і моделі кластерів сільського туризму в Україні. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв, Серія: Туризм*, 2, 8-23.

48. Матвієнко, Н. М., Матвієнко, В. М., Околович, І. І. (2018). Сільський туризм у контексті сталого розвитку. *«Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика» Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції*, 288-291. Львів: ЛТЕУ.
49. Матвієнко, Н. М., Околович, І. І. (2018). Сільський туризм: сутність та аспекти понятійно-термінологічного апарату. *Економічна та соціальна географія*, 80, 28–32. DOI:10.17721/2413-7154/2018.80.28-32
50. Матвієнко, Н., Матвієнко, В., Околович, І. (2023). Розвиток територіальних громад через сільський туризм. *Міста та регіони в епіцентрі просторових змін: збірник наукових праць*, 77-78. Київ: ВПЦ «Київський університет».
51. Матвійчук, Л. Ю., Тищук, І. В. (2017). *Сільський зелений туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід (монографія)*. Луцьк.
52. Мікула, Н. А., Толкованов, В. В., Демченко, В. В., Тимечко, І. Р., Матвеев, Є. Е., Жук О. П., Федоришин О. З., Цибульська, Ю. О., Цисінська О. Б. & Гусева М. О. (2010). *Рекомендації щодо впровадження нових форм транскордонного співробітництва*. Львів: НАН України, Інститут регіональних досліджень.
53. Мілашовська, О. І., Гоблик-Маркович, Н. М. (2013). Модель туристичного кластера Закарпатської області. *Науковий вісник НЛТУ*, 23 (2), 284-292.
54. Мілінчук, О. В. (2020). Розвиток сільського туризму в умовах децентралізації: досвід Житомирщини. *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського, Серія Економіка і Управління*, 31(70), 3, 11-19.
55. Мінагрополітики розробило проект закону про сільський туризм (2010). URL: <https://www.unian.ua/economics/agro/360085-minagropolitiki-rozrobilo-proekt-zakonu-pro-silskiy-turizm.html>
56. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України (2017). Національна доповідь «Цілі сталого розвитку: Україна». URL: <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=6f446a44-9bba-41b0-8642-8db3593e696e&title=NatsionalnaDopovid-tsiliStalogoRozvitku-Ukraina->

57. Мойсей, С., Височанський, О., Кіптенко, В. (2021). Можливості запровадження в Україні обсерваторій мережі UNWTO INSTO. *Матеріали конференції Молодіжної наукової ліги*. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/liga/article/view/16631>
58. Носко, Є., Примаченко, А., Кіптенко, В. (2021). Можливості запровадження в Україні критеріїв та стандартів сталого туризму GSTC. *Збірник наукових праць SCIENTIA*. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/scientia/article/view/16652>
59. Околович, І. (2020). Сільський туризм і виклики COVID-19: європейський досвід реагування. *«Туризм у XXI столітті: виклики та реагування» Матеріали міжнародної науково-практичної конференції*, 86-90. Київ.
60. Околович, І. (2022). Напрями забезпечення сталості сільського туризму в Україні. *Journal of Innovatios and Sustainability*, 6(4), 01. DOI:10.51599/is.2022.06.04.01
61. Околович, І. (2022). Особливості кластеризації сільського туризму в Україні. *Географія та туризм*, 70, 37-49. DOI:10.17721/2308-135X.2022.70.37-49
62. Околович, І. І. (2021). Кластеризація сільського туризму як інструмент розвитку сільських територій. *Матеріали зимової сесії Міжнародної Карпатської Школи «Захист вразливих екосистем в умовах пандемії та зміни клімату»*, 79-81. Косів: Наукове товариство імені Шевченка.
63. Околович, І. І. (2022). Естонський досвід формування та діяльності кластерів сільського туризму. *Інтеграція освіти, науки і бізнесу: монографія*, 11, 124-130. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика».
64. Околович, І. І. (2023). Багаторівневий підхід до підвищення сталості сільського туризму в Україні. *Матеріали зимової сесії Міжнародної Карпатської Школи «Сталий розвиток Карпатського регіону: виклики та перспективи»*.
65. Оніпко, Т. В., Петренко, І. М. (2015). Туристичний кластер «Гоголівські місця Полтавщини». *Модернізація туризмознавства: теорія і практика*

- партнерства: монографія* (за заг. ред. Г. П. Скліяра), 215-231. Полтава: ПУЕТ.
66. Парфіненко, А. Ю., Босенко, К. І. (2018). Кластеризація як напрям рекреаційно-туристичного розвитку Подільського регіону України. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, Серія Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*, 7, 122-129.
 67. Пащенко, Т., Ціпідіс, В., Додурас, С. (Ред.). (2007). *Розвиток сталого сільського туризму: тематичний довідник*. Ужгород. URL: http://www.url.prismanet.gr/cms/content/downloads/Guide_Final_UkrainianVis.pdf
 68. Печенюк, А. П. (2018). Формування стратегії розвитку сільського зеленого туризму. (Дисертація на здобуття наукового ступеня канд. економ. наук). Подільський державний аграрно-технічний університет, Кам'янець-Подільський.
 69. План Відновлення України (2022). URL: <https://recovery.gov.ua>
 70. Поліщук, Я. П. (2014). Еволюція сільського розвитку в Україні: євроінтеграційний вимір. *Інноваційна економіка*, 3, 119-126.
 71. Полуніна, О. (2019). Просування сталого туризму в Україні. URL: <http://cpis.org.ua/prosuvannya-stalogo-turizmu-v-ukrayini>
 72. Проект Закону про аграрний туризм та агротуристичну діяльність (2009). URL: <http://ruraltourism.com.ua/?a=viewmaterial&id=9>
 73. Проект Закону про внесення змін до Закону України «Про особисте селянське господарство» щодо розвитку сільського зеленого туризму (2015). URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?pf3516=2232%D0%B0&skl=9
 74. Проект Закону про внесення змін до Закону України «Про туризм» та деяких інших законодавчих актів щодо основних засад розвитку туризму (2020). URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=70072
 75. Проект Закону про саморегулювні організації (2022). URL: <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/Card/38927>

76. Проект Закону про сільський зелений туризм (2004). URL: https://tourlib.net/zakon/pro_siltur.htm
77. Проект Закону про сільський та сільський зелений туризм (2004). URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?pf3516=4299&sk1=5
78. Проект Закону про сільський та сільський зелений туризм (2021). URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=71321
79. Проект «Перспективи сталого розвитку сільських територій» (2022). *Попри війну та інші труднощі: як розвиваються сільські громади України*. Київ: ТОВ «Перша Чесна Друкарня»
80. Проект «Перспективи сталого розвитку сільських територій» (2023). *Гастрономічна карта Камінь-Каширської громади*. Камінь-Каширський.
81. Проект «Туристичні кластери 300+». URL: <https://travelpeople.com.ua>
82. Проект національної програми кластерного розвитку до 2027 року (2020). URL: <https://www.industry4ukraine.net/publications/proyekt-naczialnoyi-programy-klasterного-rozvytku-do-2027>
83. Романюк, І. А. (2015). Системно-структурні дефініції категорій у галузі сільського зеленого туризму: узагальнення та використання. *Науковий вісник Херсонського державного університету, Серія Економічні науки*, 15, 3, 29-31.
84. Рутинський, М. Й., Зінько, Ю. В. (2006). *Сільський туризм: навчальний посібник*. Київ: Знання.
85. Савчук, Н. (2021). Кластер сільського туризму «Водні плеса Камінь-Каширщини». *Туризм сільський зелений*, 5(62), 27-29.
86. Смирнов, І., Бенч, Ю. (2017). Логістичний чинник сталого розвитку туристських територій (дестинацій) на прикладі міського та сільського туризму. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Географія*, 1-2 (66-67), 41-49.
87. Смирнов, І. Г., Любіцева, О. О. (2022). *Міжнародний туристичний бізнес і логістика в туризмі: навч. посіб.* У 2-х книгах. Кн. 1. Міжнародний туристичний бізнес. Київ: Видавництво Ліра-К.

88. Сонячна садиба. URL: <https://www.sunnychaletua.com>
89. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні (2017). *Матеріали для учасників зборів зі створення кластеру сільського туризму Сколівського гірського району, 24 жовтня 2017 р.* Сколе.
90. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні (2017). *Матеріали для учасників стратегічної сесії кластеру сільського туризму Сколівського гірського району, 7 грудня 2017 р.* Сколе.
91. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні (2018). *Матеріали для учасників конференції «Сучасні виклики для сільського зеленого туризму України: правові, освітні, організаційні та ринкові аспекти», 1 березня 2018 р.* Київ: Спілка СЗТУ.
92. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні (2021). *Методичні рекомендації (Протокол) з надання послуг сільського зеленого туризму (сільської гостинності) у корона- та посткоронавірусний період, 2-е видання, перероблене і доповнене. Туризм сільський зелений, 1(58), 4-23.*
93. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні (2021). *Пропозиції до законодавчого врегулювання та стимулювання розвитку сфери сільської гостинності в Україні. Туризм сільський зелений, 1(58), 30-33.*
94. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні (2022). *Концепція формування української мережі інформаційно-консультативних агротуристичних осередків в громадах (ІКАТО).* Київ: Спілка СЗТУ.
95. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. URL: <https://www.greentour.com.ua>
96. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року (2017). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80>
97. Ткаченко, Т. І. (2009). *Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія* (2-ге вид.). Київ: Київський національний торговельно-економічний університет.
98. *Туристичні послуги. Сільський туризм. Загальні вимоги. Класифікація засобів розміщення.* (2021). ДСТУ 9105:2021 з 01 липня 2022. Київ: ДП «УкрНДНЦ»

99. Фарйон, О. О. (2013). Сільський зелений туризм: поняття, функції й тенденції розвитку в Україні та світі. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: науковий збірник* (за ред. І. Г. Ткачук), 9, 2, 151-156. Івано-Франківськ: Видавництво Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.
100. Фенрих, П., Газізова, О. (2016). *Багатоаспектний туризм: нестандартні ідеї для сільських мікропідприємств та розвитку сільських громад*. Київ: «Інтерконтинентальн-Україна».
101. Центр етнографічного, сільського зеленого туризму і сімейного відпочинку «Фрумушика-Нова». URL: <https://frumushika.com>
102. Шилкіна, К. О. (2014). Особливості життєвого циклу туристичного кластеру. *International Scientific Journal Collection of Scientific Papers «SWorld»*, 3(36), 53-57.
103. Як в громадах України впроваджують сучасні методи поводження з відходами. (2021). URL: <https://ecolog-ua.com/news/yak-v-gromadah-ukrayiny-vprovadzhuuyut-suchasni-metody-povodzhennya-z-vidhodamy>
104. Ammirato, S., Felicetti, A., Raso, C., Pansera, B., Violi, A. (2020). Agritourism and Sustainability: What We Can Learn from a Systematic Literature Review. *Sustainability*, 12(22), 9575. DOI:10.3390/su12229575
105. Ayazlar, G., Ayazlar, R. A. (2015). Rural Tourism: A Conceptual Approach. In *Tourism, Environment and Sustainability*, 167-185. Sofia: St. Kliment Ohridski University Press.
106. Biosphere Sustainable. URL: <https://www.biospheresustainable.com>
107. Biosphere. *The definitive guide to sustainable tourism*. URL: <https://www.biospheretourism.com/en/downloads>
108. Borkowska-Niszczoła, M. (2017). Clusters as instruments of implementation of innovation on the example of the tourist structures of Eastern Poland. In *Economic and Social Development. Book of Proceedings, 22nd International Scientific Conference on Economic and Social Development – «Legal Challenges of Modern World»*, 813-822.

109. Carayannis, E. G., Barth, T. D., Campbell, D. F. J. (2012). The Quintuple Helix innovation model: global warming as a challenge and driver for innovation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 1 (1): 2. DOI:10.1186/2192-5372-1-2
110. Checkliste: Betriebliche Maßnahmen für einen Re-Start im Landtourismus. URL: <https://wfa.de/checkliste-betriebliche-massnahmen-fuer-einen-re-start-im-landtourismus>
111. Dashper, K. (Ed.) (2014). *Rural Tourism: An International Perspective*. Cambridge Scholars Publishing.
112. Dawson, C. (2019). *Introduction to Research Methods: A Practical Guide for Anyone Undertaking a Research Project* (5th Edition). Little, Brown Book Group.
113. Derlukiewicz, N., Mempel-Śnieżyk, A., Mankowska, D., Dyjakon, A., Minta, S., Pilawka, T. (2020). How do Clusters Foster Sustainable Development? An Analysis of EU Policies. *Sustainability*, 12, 1297. DOI:10.3390/su12041297
114. Etzkowitz, H., Leydesdorff, L. (1995). The Triple Helix — University-Industry-Government Relations: A Laboratory For Knowledge Based Economic Development. *EASST Review*, 14, 1, 14-19.
115. European Commission, Directorate-General for Communication (2019). *Towards a sustainable Europe by 2030: reflection paper*. Publications Office. DOI: 10.2775/676251
116. European Commission, Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, Izsak, K., Meier zu Köcker, G., Ketels, C. (2016). *Smart guide to cluster policy*. Publications Office. DOI:10.2873/729624
117. European Commission, Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises, Notten, A., Delponte, L., Wintjes, R. (2019). *Cluster programmes in Europe and beyond*. Publications Office. DOI:10.2826/357551
118. European Secretariat for Cluster Analysis (ESCA). URL: <https://www.cluster-analysis.org>
119. European Tourism Indicators System for sustainable destination management. URL: https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_en
120. Ffowcs-Williams, I. (2016). *Cluster Development Handbook*. Cluster Navigators.

121. Global Survey on Sustainability and the SDGs (2020). *Report of Results: Awareness, Priorities, Need for Action*. Hamburg: Schlange & Co. GmbH. URL: <https://www.globalsurvey-sdgs.com>
122. Global Sustainable Tourism Council (GSTC). URL: <https://www.gstcouncil.org>
123. Hall, C. M. (2005). Rural Wine and Food Tourism Cluster and Network Development. In *Rural Tourism and Sustainable Business*, 149-164. Channel view publications.
124. Hall, D. R., Kirkpatrick, I., Mitchell, M. (Eds.). (2005). *Rural Tourism and Sustainable Business*. Channel view publications.
125. Hollanders, H., Merkelbach, I. (2020). *European panorama of clusters and industrial change*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. DOI:10.2826/451726
126. Ida-Viru turismiklastri partnerid. Ida-Virumaa on seiklusmaa. URL: <https://idaviru.ee/klastri-partnerid>
127. Iirrshad, H. (2010). *Rural Tourism — an Overview*. Government of Alberta: Rural Development Division.
128. Ivona, A., (2021). Sustainability of Rural Tourism and Promotion of Local Development. *Sustainability*, 13(16), 8854. DOI:10.3390/su13168854
129. Kiptenko, V., Okolovych, I. (2022). Introduction of sustainable development aspects in the field of rural tourism in Ukraine. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Географія*, 1/2 (82/83), 39-46. DOI:10.17721/1728-2721.2022.82.6
130. López-Sanz, J., Leguía, A., Gutierrez-Rodriguez, P., Cuesta-Valiño, P. (2021). Rural tourism and the sustainable development goals. A study of the variables that most influence the behavior of the tourist. *Frontiers in Psychology*, 12. DOI:10.3389/fpsyg.2021.722973
131. Medidas para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-CoV-2: Alojamientos rurales. Directrices y recomendaciones. URL: <https://www.mincotur.gob.es/es-es/COVID-19/turismo/Paginas/Guias-sector-turistico.aspx>

132. Medlik, S. (2003). *Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality* (3d ed.). Butterworth-Heinemann.
133. Michael, E. J., Gibson, L., Hall, C. M., Lynch, P., Mitchell, R., Morrison, A., Schreiber, C. (2007). *Micro-clusters and networks: The growth of tourism*. Oxford: Elsevier Ltd.
134. Moric, I. (2013). Clusters as a Factor of Rural Tourism Competitiveness: Montenegro Experiences. *Business Systems Research*, 4, 2, 94-107.
135. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2018). *OECD Tourism Trends and Policies 2018*. Paris: OECD Publishing. DOI:10.1787/tour-2018-en
136. Paju, K. (2018). *Turismiklastrite regionaalne mõõde ja roll Eesti piirkondlikus arengus: Magistritöö*. Tallinn.
137. Park, H. (2014). Transition from the Triple Helix to N-Tuple Helices? An interview with Elias G. Carayannis and David F. J. Campbell. *Scientometrics*, 99. DOI:10.1007/s11192-013-1124-3
138. Pilving, T., Kull, T., Suškevics, M., Viira, A. H. (2019). The tourism partnership life cycle in Estonia: Striving towards sustainable multisectoral rural tourism collaboration. *Tourism management perspectives*, 31, 219–230.
139. Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Free Press, New York.
140. Radović, G., Petrović, M. D., Demirović, B. D., Radovanović, M., Vuković, N. (2020). Can Proper Funding Enhance Sustainable Tourism in Rural Settings? Evidence from a Developing Country. *Sustainability*, 12(18), 7797. DOI:10.3390/su12187797
141. Roberts, L., Hall, D. (Eds.) (2001). *Rural tourism and recreation: Principles to practice*. Cabi.
142. Roberts, L., Hall, D., Morag, M. (Eds.). (2004). *New Directions in Rural Tourism* (1st ed.). Routledge. DOI:10.4324/9781315248097
143. Roman, M. (2013). Klastry jako forma współdziałania w działalności turystycznej. *Zarządzanie i Finanse*, 1 (11), 309-320.

144. Romania – Gef Danube Delta Biodiversity Project. Washington, D.C.: World Bank Group. URL: <http://documents.worldbank.org/curated/en/878571474576010794/Romania-Gef-Danube-Delta-Biodiversity-Project>
145. Rosenfeld, S. A. (2001). Backing into clusters: Retrofitting public policies. *Symposium on Strategic Responses to Integration Pressures: Lessons from Around the World, JFK School of Government, Harvard University (March 29–30)*
146. Sahakyan, M., Suvaryan, A., Borkowska-Niszczoła, M., Szymanska, E. (2019). The Formation and Development of Tourist Clusters: Case of Poland and Armenia. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 21-33.
147. Saunders, M., Lewis, P., Thornhill, A. (2012). *Research Methods for Business Students* (6th Edition). Pearson Ltd., Harlow.
148. Turismiklaster Hiiumaa Arenduskeskus. URL: <https://hiiumaaarenduskeskus.ee/turismiklaster>
149. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2004). *Rural Tourism in Europe: Experiences, Development and Perspectives*. UNWTO, Madrid.
150. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2007). *A Practical Guide to Tourism Destination Management*. UNWTO, Madrid, Spain.
151. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2011). *Policy and Practice for Global Tourism*. UNWTO, Madrid, Spain.
152. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2019). *UNWTO Tourism Definitions*. UNWTO, Madrid. DOI:10.18111/9789284420858
153. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2020). *UNWTO Recommendations on Tourism and Rural Development – A Guide to Making Tourism an Effective Tool for Rural Development*. UNWTO, Madrid. DOI:10.18111/9789284422173
154. UNWTO International Network of Sustainable Tourism Observatories (INSTO). URL: <http://insto.unwto.org>
155. Veal, A. J. (2006). *Research Methods for Leisure and Tourism: A Practical Guide*. Pearson Education.
156. Visit Lahemaa. URL: <https://visitlahemaa.com>

157. Yalçınkaya, T., Güzel, T. (2019). A general overview of tourism clusters. *Journal of Tourism Theory and Research*, 5(1), 27-39.
158. Zinko, Y., Malska, M., Kriba, I. (2018). A Multilevel Universal Model of the Rural Tourism Cluster: Implementation at the Local Level. *Studia Periegetica*, 4(24), 11-24.

ДОДАТКИ

Додаток А

Кластери та кластерні ініціативи сільського туризму в Україні

№	Назва кластера	Область
1	Дорога вина та смаку Криворіжжя	Дніпропетровська
2	Дорога вина та смаку Закарпаття	Закарпатська
3	Кластер сільського туризму «Зелене кільце Мелітопольщини»	Запорізька
4	Агро-екотуристичний кластер «Гостинна бойківська Долинщина»	Івано-Франківська
5	Дорога вина та смаку Прикарпаття	Івано-Франківська
6	Кластер народних художніх промислів «Сузір'я»	Івано-Франківська
7	Туристичний кластер «Верховина»	Івано-Франківська
8	Агроекологічний кластер «Медвино»	Київська
9	Агротуристичний кластер «ГорбоГори»	Львівська
10	Етнографічно-екологічний туристичний кластер «Бойківські газди»	Львівська
11	Туристичний кластер «Ковбойки»	Львівська
12	Агрорекреаційний кластер «Коблево»	Миколаївська
13	Агро-еколого-рекреаційний кластер «Фрумушика-Нова»	Одеська
14	Туристичний кластер «Гоголівські місця Полтавщини»	Полтавська
15	Туристичний кластер «Диканька»	Полтавська
16	Агротуристичний кластер «Слобожанське коноплярство»	Сумська
17	Туристичний кластер «Посулля»	Сумська
18	Туристичний кластер «Мальовнича Бережанщина»	Тернопільська
19	Туристичний кластер «Краснокутськ»	Харківська
20	Дорога вина та смаку Херсонщини	Херсонська
21	Туристичний кластер «Соляна дорога»	Херсонська
22	Кластер сільського туризму «Оберіг»	Хмельницька
23	Туристичний кластер «Кам'янецький дивокрай»	Хмельницька
24	Туристичний кластер «Чигирин»	Черкаська
25	Дорога вина та смаку Української Бессарабії	Одеська

Джерело: розроблено автором

Додаток Б

Характеристика досліджуваних кластерів сільського туризму в Україні

№	Назва кластера	Область	Тип за смарт-спеціалізацією	Характеристика туристичного продукту	Кількість учасників	Рік створення/заснування	Організаційно-правова форма
1	Агро-еколого-рекреаційний кластер «Фрумушика-Нова»	Одеська	Агротуристичний	Кластер формує комплексний туристичний продукт із наданням послуг розміщення, харчування, трансферу та дозвілля. Важливий напрям діяльності кластера – гастрономія, тут пропонують страви традиційної Бессарабської кухні та локальні продукти (баранина, бринза, мед, дикий кабан, вино), організують дегустації сирів та вина. Проводяться екскурсії на фазанарій, овечу ферму, виноробню, бринзарню. Серед інших пропонованих туристично-рекреаційних занять: рибальство, полювання, фотосафарі, мінігольф, чан, баня на дровах, басейн, виступи народних колективів, збирання лікарських трав.	Орієнтовно 30	2018	Громадська спілка

Продовження додатку Б

				Реалізують сувенірну та локальну гастрономічну продукцію на місці та через інтернет. Основне спрямування туристичного продукту – відпочинок вихідного дня, сімейний відпочинок та організовані групи, у тому числі ділові.			
2	Агро-екотуристичний кластер «Гостинна бойківська Долинщина» (Кластер сільського туризму «Бойківський колорит»)	Івано-Франківська	Нічліжно-гастрономічний (садибний)	Учасники кластера працюють над створенням багатоденних екскурсійних маршрутів у регіоні та пропонують туристам нічліжну та гастрономічну базу в поєднанні з відпочинком на природі, походами в гори, збиранням грибів та ягід, лікарських трав, відвідуванням кузні, овечої та козячої ферм, доглядом за тваринами, катанням на конях, сном на вуликах, майстер-класами з варіння сирів, ковальства, приготування старовинних бойківських страв, дегустаціями овечих сирів, десертів із козячого молока, меду, напоїв,	Орієнтовно 20	2019	Громадська організація

Продовження додатку Б

				<p>відвідуванням садиб-музеїв історичного побуту.</p> <p>Додатково організують фестивалі, традиційні вечорниці, реалізують крафтові гастрономічні товари та сувенірну продукцію.</p> <p>Основною цільовою групою кластера є сімейні та організовані туристи з ближніх регіонів.</p>			
3	Агротуристичний кластер «ГорбоГори»	Львівська	Агротуристичний	<p>Зусилля кластера спрямовані на облаштування зон відпочинку в громадах, відвідування фермерських господарств, екскурсії на виробництва, дегустації, майстер-класи та гастротури, організацію гастрономічних фестивалів. Кластер відкрив свій фермерський магазин, у якому реалізується продукція учасників кластера туристам та місцевим жителям.</p> <p>У планах розширення кластера – завершення</p>	Орієнтовно 35	2017	Громадська організація та сільськогосподарський обслуговуючий кооператив

Продовження додатку Б

				будівництва туристично-інформаційного центру, формування нових туристичних маршрутів, у тому числі велосипедних, власний велопрокат, організація відпочинку на природі та створення кемпінгу. Основна цільова група – туристи вихідного дня, сім'ї та шкільні екскурсійні групи.			
4	Кластер сільського туризму «Оберіг»	Хмельницька	Нічліжно-гастрономічний (садибний)	Основою продукту кластера було обрано освітній напрям – організація тренінгів, семінарів та навчальних програм зі сталого сільського розвитку та розвитку сільського туризму. Для учасників навчальних програм надавали послуги з проживання в сільських садибах, харчування стравами традиційної локальної кухні та організації дозвілля: активний відпочинок на природі, збір грибів та ягід, катання на конях, човнах,	Орієнтовно 60	2002	Громадська організація (офіційно припинила діяльність у 2017 році)

Продовження додатку Б

				велосипедах, майстер-класи народних промислів та рукоділля. Організовувалися фестивалі та традиційні свята.			
5	Туристичний кластер «Мальовнича Бережанщина»	Тернопільська	Краєзнавчо-екскурсійний	Кластер пропонує туристам послуги розміщення в сільських садибах, харчування та дозвілля – екскурсії історико-культурними та природними об'єктами регіону, рибальство, збирання грибів, трав та ягід, відпочинок у чанах, відвідування музеїв та мистецьких галерей, фестивалів, ферм, майстер-класи із сироваріння, гри на кобзі та бандурі, а також дегустації та гастрономічний туризм. Також у рамках кластера виготовляють та реалізують сувенірну продукцію. Цільовою аудиторією кластера є здебільшого сімейні пари з дітьми – жителі ближніх областей, проте є і такі	Орієнтовно 35	2007	Громадська організація

Продовження додатку Б

				специфічні напрями діяльності, як робота з діловими туристами та відпочинок діаспори.			
6	Туристичний кластер «Чигирин»	Черкаська	Краєзнавчо-екскурсійний	Основний напрям роботи кластера – створення пізнавального культурно-історичного патріотичного туристичного продукту в регіоні. Зусиллями кластера організуються щорічні фестивалі «Вшанування героїв Холодного Яру» та «Нескорена нація». Важливим напрямом є гастрономія та популяризація традиційної української кухні. В етнографічному просвітницько-розважальному комплексі «Зерноленд» відвідувачам пропонують катання на конях, стрільбу з луків та арбалетів, різноманітні майстер-класи, відвідування музею українського побуту, догляд за вівцями, а також катання на санках та інші зимові розваги.	Орієнтовно 30	2015	Громадська організація

Продовження додатку Б

				Основна цільова аудиторія кластера – сім'ї з дітьми та великі організовані екскурсійні групи, у тому числі шкільні.			
--	--	--	--	---	--	--	--

Джерело: розроблено автором

Додаток В

Характеристика респондентів дослідження

№	Прізвище, ім'я, по батькові	Назва кластера	Статус в кластері	Вид діяльності	Дата інтерв'ю	Тривалість інтерв'ю
1	Гнатюк Наталія	Кластер сільського туризму «Оберіг»	менеджмент кластера	керівниця громадської організації «Фонд сталого розвитку «Стара Волинь»» та Хмельницької обласної асоціації «Поділля Перший»	11.08.2021	1:16:11
2	Гуцалова Людмила	Кластер сільського туризму «Оберіг»	член кластера	власниця гостинної садиби «У бабусі», смт Гриців	09.09.2021	0:26:57
3	Клебан Оксана	Агро-екотуристичний кластер «Гостинна бойківська Долинщина» (Кластер сільського туризму «Бойківський колорит»»)	менеджмент кластера	керівниця громадської організації «Кластер сільського туризму «Бойківський колорит»», власниця гостинної садиби «Дарваїв кут», с. Старий Мізунь	27.05.2021	1:08:59
4	Кузеляк Іванна	Агро-екотуристичний кластер «Гостинна бойківська Долинщина» (Кластер сільського туризму «Бойківський колорит»»)	член кластера	власниця садиби-музею «Бойківські світанки», с. Новошин	15.04.2021	0:42:10
5	Лавріненко Назарій	Туристичний кластер «Чигирин»	член кластера	власник етнографічного просвітницько-розважального комплексу «Зерноленд», с. Івківці	02.06.2021	0:37:43
6	Лучків Оксана	Агро-екотуристичний кластер «Гостинна бойківська Долинщина» (Кластер сільського туризму «Бойківський колорит»»)	член кластера	власниця овечої ферми «Дубовий ку», с. Новий Мізунь	03.11.2021	0:30:36

Продовження додатку В

7	Мацюк Лідія	Кластер сільського туризму «Оберіг»	член кластера	власниця гостинної садиби «Лідія», смт Гриців	20.08.2021	0:56:15
8	Мільчевич Антон	Агротуристичний кластер «ГорбоГори»	менеджмент кластера	керівник громадської організації «Горбогори»	10.09.2021	1:08:39
9	Островська Леся	Туристичний кластер «Чигирин»	менеджмент кластера	керівниця громадської організації «Туристичний рух Чигиринщини», власниця музейно-етнографічного комплексу «Дикий хутір», хутір Буда	26-27.03.2021	1:31:13
10	Паларієв Олександр	Агро-еколого-рекреаційний кластер «Фрумушика-Нова»	менеджмент кластера	голова громадської спілки «Агро-еколого-рекреаційний кластер «Фрумушика-Нова», власник центру етнографічного, сільського, зеленого туризму та сімейного відпочинку «Фрумушика-Нова»	03.04.2021	1:51:14
11	Постолян Оксана	Туристичний кластер «Мальовнича Бережанщина»	член кластера	власниця гостинної садиби «У мальвах», с. Жуків	09.09.2021	0:39:15
12	Соколовська Алла	Туристичний кластер «Мальовнича Бережанщина»	менеджмент кластера	керівниця громадської організації «Рідне місто», членкиня громадської організації «Кластер туризму «Мальовнича Бережанщина»	28.04.2021	1:13:57
13	Хоменко Юлія	Туристичний кластер «Чигирин»	член кластера	власниця гостинної садиби «Дві сестри», с. Суботів	31.03.2021	0:34:17
14	Цибульський Ігор	Агротуристичний кластер «ГорбоГори»	член кластера	керівник фермерського господарства «Шалена бджілка», с. Зимна Вода	25.10.2021	0:51:01
15	Шаталова Каріна	Агро-еколого-рекреаційний кластер «Фрумушика-Нова»	член кластера	менеджерка з організації роботи закладів харчування центру етнографічного, сільського, зеленого туризму та сімейного відпочинку «Фрумушика-Нова»	14.05.2021	0:58:58

Продовження додатку В

16	Шереметова Олена	Агро-еколого- рекреаційний кластер «Фрумушика-Нова»	член кластера	менеджерка з організації туризму центру етнографічного, сільського, зеленого туризму та сімейного відпочинку «Фрумушика-Нова»	04.06.2021	0:45:13
17	Юськевич Ірина	Агротуристичний кластер «ГорбоГори»	член кластера	власниця фермерського господарства «Західний равлик», с. Солонка	21.10.2021	1:04:50
18	Юськів Олег	Туристичний кластер «Мальовнича Бережанщина»	член кластера	власник гостинної садиби «Карахова», с. Куряни	10.08.2021	0:32:41

Джерело: розроблено автором

Додаток Г

Запитання для інтерв'ю

Запитання для менеджменту кластера

Загальні запитання щодо регіону діяльності кластера

- 1.1. Як ви оцінюєте туристичний потенціал регіону, в якому функціонує ваш кластер (високий, середній, низький)? Чому?
- 1.2. Які об'єкти відвідують туристи у цьому регіоні і чому? Як зазвичай спрямовані туристичні потоки?

Сучасний стан та особливості кластерної співпраці

- 2.1. Яке територіальне охоплення вашого кластера?
- 2.2. Яка історія створення і діяльності вашого кластера?
- 2.3. Яка організаційна структура вашого кластера?
- 2.4. Чи є у вашого кластера визначена смартспеціалізація? Які основні туристичні продукти та послуги ви пропонуєте?
- 2.5. Скільки членів приєдналось до вашого кластера?
- 2.6. За якими основними напрямками співпрацюють члени вашого кластера?
- 2.7. Охарактеризуйте рівень співпраці в рамках вашого кластера між такими учасниками: бізнес, освіта, влада та громадськість.
- 2.8. З якими найбільшими проблемами зіштовхуються члени вашого кластера під час співпраці?
- 2.9. Чи впливає фактор сезонності на діяльність вашого кластера? Наведіть приклади.
- 2.10. Яке ваше бачення розвитку кластера в наступні 10 років?
- 2.11. Ви коли-небудь використовували досвід інших існуючих туристичних кластерів під час організації своєї діяльності?

Переваги кластерної співпраці для учасників кластера

- 3.1. Які вигоди отримують члени вашого кластера від співпраці?
- 3.2. Будь ласка, опишіть детальніше, як співпраця в межах вашого кластера допомагає його членам економити операційні витрати.
- 3.3. Будь ласка, опишіть детальніше, як співпраця в межах вашого кластера допомагає його членам отримати кращий доступ до ресурсів.
- 3.4. Будь ласка, опишіть детальніше, як співпраця в межах вашого кластера допомагає його членам досягти маркетингових переваг.
- 3.5. Будь ласка, опишіть детальніше, як співпраця в межах вашого кластера допомагає його членам досягти переваг під час створення туристичного продукту.
- 3.6. Що, на вашу думку, робить кластер успішним? Чи вважаєте ви свій кластер успішним?

Переваги кластерної співпраці для сільських територій

- 4.1. На вашу думку, як діяльність із сільського туризму в Україні впливає на розвиток сільських територій в цілому? Чи можете навести приклади із сфери діяльності вашого кластера?
- 4.2. Який, на вашу думку, взаємозв'язок між діяльністю кластерів сільського туризму і сталим розвитком сільської місцевості?
- 4.3. Як діяльність кластерів сільського туризму впливає на розвиток регіону в соціальному вимірі?
- 4.4. Як діяльність кластерів сільського туризму впливає на розвиток регіону в економічному вимірі?
- 4.5. Як діяльність кластерів сільського туризму впливає на розвиток регіону в екологічному вимірі?
- 4.6. Які, на вашу думку, є найбільші проблеми в розвитку сільських територій?
- 4.7. Чи сприяла якимось чином діяльність вашого кластера вирішенню цих проблем? Наведіть приклади.

4.8. На вашу думку, що і ким повинно бути зроблено для розвитку кластерів, щоб забезпечити їх кращий внесок у розвиток сільських територій?

Запитання для учасників кластера

Загальні запитання щодо регіону діяльності кластера

1.1. Як ви оцінюєте туристичний потенціал регіону, в якому функціонує ваш кластер (високий, середній, низький)? Чому?

Сучасний стан та особливості кластерної співпраці

2.1. За якими основними напрямками ви співпрацюєте з іншими учасниками в межах кластера?

2.2. Охарактеризуйте рівень співпраці в рамках кластера між вами та такими учасниками: бізнес, освіта, влада та громадськість.

2.3. Чи задоволені ви рівнем комунікації всередині кластера?

2.4. З якими найбільшими проблемами ви зіштовхуєтеся під час співпраці в межах кластера?

2.5. Чи впливає фактор сезонності на вашу діяльність?

Переваги кластерної співпраці для учасників кластера

3.1. Які вигоди ви отримуєте від співпраці з іншими учасниками в межах кластера?

3.2. Будь ласка, опишіть детальніше, як співпраця в межах кластера допомагає вам економити операційні витрати.

3.3. Будь ласка, опишіть детальніше, як співпраця в межах кластера допомагає вам отримати кращий доступ до ресурсів.

3.4. Будь ласка, опишіть детальніше, як співпраця в межах кластера допомагає вам досягти маркетингових переваг.

- 3.5. Будь ласка, опишіть детальніше, як співпраця в межах кластера допомагає вам досягти переваг під час створення туристичного продукту.
- 3.6. Яка ваша основна мотивація бути учасником туристичного кластера?
- 3.7. Чи задоволені ви менеджментом кластера?
- 3.8. Що, на вашу думку, робить кластер успішним? Чи вважаєте ви ваш кластер успішним?

Переваги кластерної співпраці для сільських територій

- 4.1. На вашу думку, як діяльність із сільського туризму в Україні впливає на розвиток сільських територій в цілому? Чи можете навести приклади із сфери вашої діяльності?
- 4.2. Який, на вашу думку, взаємозв'язок між діяльністю кластерів сільського туризму і сталим розвитком сільської місцевості?
- 4.3. Як діяльність кластерів сільського туризму впливає на розвиток регіону в соціальному вимірі?
- 4.4. Як діяльність кластерів сільського туризму впливає на розвиток регіону в економічному вимірі?
- 4.5. Як діяльність кластерів сільського туризму впливає на розвиток регіону в екологічному вимірі?
- 4.6. Які, на вашу думку, є найбільші проблеми в розвитку сільських територій?
- 4.7. Чи сприяла якимось чином ваша діяльність в межах кластера вирішенню цих проблем? Наведіть приклади.
- 4.8. На вашу думку, що і ким повинно бути зроблено для розвитку кластерів сільського туризму, щоб забезпечити їх кращий внесок у розвиток сільських територій?

Джерело: розроблено автором

Додаток Д

Анкета опитування власників сільських гостинних садиб

Блок 1. Загальна інформація

1. *Вкажіть, будь ласка, вашу стать.*

- Жіноча
- Чоловіча
- Бажаю не відповідати

2. *Вкажіть, будь ласка, ваш вік.*

- До 29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60 і старше
- Бажаю не відповідати

3. *Вкажіть, будь ласка, ваш рівень освіти.*

- Початкова (1-4 класи)
- Середня (загальноосвітня школа, гімназія тощо)
- Професійно-технічна (училище, технікум тощо)
- Вища
- Бажаю не відповідати

4. *Як давно ви займаєтеся діяльністю з надання послуг сільської гостинності?*

- До 5 років
- 5-10 років
- 11-20 років
- Більше 20 років

5. *В якій області знаходиться ваша садиба?*

- Вінницька
- Волинська
- Дніпропетровська
- Донецька
- Житомирська

Продовження додатку Д

- Закарпатська
- Запорізька
- Івано-Франківська
- Київська
- Кіровоградська
- Луганська
- Львівська
- Миколаївська
- Одеська
- Полтавська
- Рівненська
- Сумська
- Тернопільська
- Харківська
- Херсонська
- Хмельницька
- Черкаська
- Чернівецька
- Чернігівська

6. Яка кількість ліжко-місць у вашій садибі?

- До 10
- 11-20
- 21-30
- Більше 30

7. Який розмір земельної ділянки ви використовуєте для надання послуг сільської гостинності?

- До 0,5 га
- 0,6-1 га
- 1,1-1,5 га
- 1,6-2 га
- Більше 2 га

Продовження додатку Д

8. Скільки членів вашої родини залучені разом з вами у наданні послуг з сільської гостинності?

- Я займаюся цим самостійно
- Я займаюся цим разом із чоловіком/ дружиною/ іншим членом сім'ї/ партнером (вдвох)
- Від трьох осіб та більше у моїй родині залучені до цієї діяльності

9. Чи є діяльність з надання послуг сільського туризму основною для вас і забезпечує весь ваш сімейний дохід?

- Так, це основна діяльність у моїй сім'ї
- Це значний за обсягом, але не єдиний вид діяльності у моїй сім'ї
- Ні, це не основна діяльність, а лише джерело додаткового доходу/хобі

10. Скільки відсотків вашого загального сімейного доходу в середньому забезпечує діяльність з надання послуг сільського туризму?

- До 25%
- 26-50%
- 51-75%
- 76-99%
- 100%
- Інше

Блок 2. Рівень ознайомлення з цілями сталого розвитку

11. Чи знайоме вам поняття «сталий розвиток»?

- Добре знайоме
- Поверхнево знайоме
- Зовсім не знайоме
- Важко відповісти

12. Чи відомо вам про глобальні Цілі сталого розвитку (ЦСР)?

- Добре відомо
- Поверхнево відомо
- Зовсім не відомо
- Важко відповісти

13. Які з наведених нижче цілей сталого розвитку безпосередньо хвилюють вас? Можна обрати декілька варіантів відповіді.

- Ціль 1. Подолання бідності
- Ціль 2. Подолання голоду
- Ціль 3. Міцне здоров'я і благополуччя
- Ціль 4. Якісна освіта
- Ціль 5. Гендерна рівність
- Ціль 6. Чиста вода та належні санітарні умови
- Ціль 7. Доступна та чиста енергія
- Ціль 8. Гідна праця та економічне зростання
- Ціль 9. Промисловість, інновації та інфраструктура
- Ціль 10. Скорочення нерівності
- Ціль 11. Сталий розвиток міст і громад
- Ціль 12. Відповідальне споживання та виробництво
- Ціль 13. Пом'якшення наслідків зміни клімату
- Ціль 14. Збереження морських ресурсів
- Ціль 15. Захист та відновлення екосистем суші
- Ціль 16. Мир, справедливість та сильні інститути
- Ціль 17. Партнерство заради сталого розвитку
- Жодна з зазначених
- Важко відповісти

Блок 3. Використання найманої праці

14. Чи використовуєте ви для забезпечення надання послуг у вашій садибі найману працю?

- Так, використовую на постійній основі
- Інколи використовую
- Ні, використовую тільки свою та працю членів родини

15. Якщо так, то яку найману працю ви використовуєте для забезпечення надання послуг у вашій садибі? Можна обрати декілька варіантів відповіді.

- Працівники з повною зайнятістю
- Працівники з частковою зайнятістю
- Сезонні працівники

Продовження додатку Д

- Практиканти, стажери
- Не використовую найману працю взагалі
- Інше

16. Чи готові ви, за бажанням, взяти на практику студентів профільних спеціальностей без досвіду роботи?

- Повністю готовий/готова
- Швидше готовий/готова
- Важко відповісти
- Швидше не готовий/не готова
- Зовсім не готовий/не готова

17. Чи готові ви, за бажанням, взяти на роботу людей з інвалідністю?

- Повністю готовий/готова
- Швидше готовий/готова
- Важко відповісти
- Швидше не готовий/не готова
- Зовсім не готовий/не готова

18. Чи звертаєте ви увагу на гендерну приналежність особи під час приймання на роботу?

- Завжди звертаю увагу
- Іноколи звертаю увагу
- Важко відповісти
- Майже не звертаю увагу
- Ніколи не звертаю увагу

Блок 4. Екологія та відповідальне споживання

19. Чи сортуєте ви побутові відходи від діяльності з надання послуг гостинності (пластик, скло, метал, папір тощо)?

- Так, завжди сортую
- Намагаюся сортувати за можливості
- Ніколи не сортую

20. Чи використовуєте ви під час надання послуг гостинності пластиковий та одноразовий посуд?

- Так, часто використовую
- Використовую дуже рідко (один раз в місяць або рідше)
- Ні, не використовую

21. Чи намагаєтеся ви цілеспрямовано вживати заходів щодо зменшення споживання енергії (наприклад, перехід на енергоощаджуюче освітлення, LED-лампи, тощо)?

- Так, цілеспрямовано вживаю заходів
- Ні, не вживаю заходів

22. Якщо так, то яких заходів щодо зменшення споживання енергії ви вживаєте?

23. Чи користуєтеся ви під час надання послуг гостинності різноманітними відновлюваними джерелами енергії (наприклад, біомаса як паливо, сонячні батареї, вітрогенератори тощо)?

- Так, використовую відновлювані джерела енергії
- Ні, не використовую відновлювані джерела енергії

24. Якщо так, то які відновлювані джерела енергії ви використовуєте?

25. Якщо так, то який відсоток від загальної кількості ваших енергетичних потреб становлять відновлювані джерела енергії?

26. Скільки в середньому електроенергії ви споживаєте протягом місяця під час надання послуг гостинності (в кВт)?

27. З яких джерел ви отримуєте воду для забезпечення діяльності з надання послуг гостинності? Можна обрати декілька варіантів відповіді.

- Централізоване водопостачання
- Власний колодязь
- Свердловина
- Джерело
- З прісних водойм
- З опадів

Продовження додатку Д

- Інше

28. Чи намагаєтеся ви цілеспрямовано вживати заходів щодо зменшення споживання води (наприклад, душові розпилювачі та крани з низьким потоком, крапельне зрошення для садівництва тощо)?

- Так, цілеспрямовано вживаю заходів
- Ні, не вживаю заходів

29. Якщо так, то яких заходів щодо зменшення споживання води ви вживаєте?

30. Який середній обсяг води ви споживаєте протягом місяця під час надання послуг гостинності (в м³)?

31. Чи схвильовані ви явищем глобальної зміни клімату та його наслідками?

- Дуже схвильований/схвильована
- Швидше схвильований/схвильована
- Важко відповісти
- Швидше не схвильований/не схвильована
- Зовсім не схвильований/не схвильована

32. Чи вплинули різні нетипові для вашого регіону погодні умови на результати вашої діяльності з надання послуг гостинності за останній рік (нетипова зміна сезонності, негативні погодні явища, в тому числі посухи тощо)?

- Дуже вплинули
- Швидше вплинули
- Важко відповісти
- Швидше не вплинули
- Зовсім не вплинули

33. Чи використовуєте ви під час надання послуг гостинності (в тому числі під час організації екскурсійного обслуговування туристів) екологічні види транспорту?

- Так, використовую
- Ні, не використовую

34. Якщо так, то які екологічні види транспорту ви використовуєте?

Продовження додатку Д

35. Чи звертаєте ви увагу на критерій екологічності під час створення нових продуктів та послуг сільського туризму?

- Завжди звертаю увагу
- Швидше звертаю увагу
- Важко відповісти
- Швидше не звертаю увагу
- Ніколи не звертаю увагу

36. Чи використовуєте ви критерій екологічності під час реклами і промоції своїх послуг?

- Завжди використовую
- Швидше використовую
- Важко відповісти
- Швидше не використовую
- Ніколи не використовую

Блок 5. Партнерство для сталого розвитку

37. Який відсоток товарів та продуктів місцевого (в тому числі особистого) виробництва ви використовуєте під час надання послуг гостинності?

- До 25
- 26-50%
- 51-75%
- 76-100%
- Не використовую

38. Який відсоток послуг, якими ви користуєтеся для забезпечення діяльності з організації сільської гостинності, надають місцеві постачальники?

- До 25%
- 26-50%
- 51-75%
- 76-100%
- Не використовую

Продовження додатку Д

39. Чи співпрацюєте ви з будь-якими іншими суб'єктами у вашому регіоні для створення продукту сільського туризму (власники сільських садиб, органи місцевого самоврядування, музеї, національні природні парки, екскурсійні бюро тощо)?

- Часто співпрацюю
- Іноколи співпрацюю
- Зовсім не співпрацюю
- Важко відповісти

40. Як ви оцінюєте вірогідність майбутньої співпраці з органами державної влади та/або місцевого самоврядування зі створення продукту сільського туризму?

- Цілком можливо
- Швидше можливо
- Важко відповісти
- Швидше неможливо
- Зовсім неможливо

41. Як ви оцінюєте вірогідність майбутньої співпраці з громадськими організаціями, спілками, ініціативними групами активістів тощо зі створення продукту сільського туризму?

- Цілком можливо
- Швидше можливо
- Важко відповісти
- Швидше неможливо
- Зовсім неможливо

42. Як ви оцінюєте вірогідність майбутньої співпраці з іншими приватними суб'єктами (підприємствами, компаніями, фізичними особами) зі створення продукту сільського туризму?

- Цілком можливо
- Швидше можливо
- Важко відповісти
- Швидше неможливо
- Зовсім неможливо

Продовження додатку Д

43. Чи готові ви до співпраці з різними суб'єктами, зокрема з природоохоронними організаціями, з метою захисту та збереження природних ресурсів вашого регіону, підтримки місцевого біорізноманіття, ландшафту тощо?

- Так, я вже співпрацюю у цьому напрямку
- Так, я ще не працюю у цьому напрямку, але готовий до співпраці
- Ні, наразі мені це не цікаво

Блок 6. Інше

44. Чи надаєте ви послуги гостинності з сезонними обмеженнями?

- Так, надаю послуги гостинності сезонно
- Ні, надаю послуги гостинності протягом всього року

45. Чи готові ви надавати послуги гостинності людям з інвалідністю?

- Повністю готовий/готова
- Швидше готовий/готова
- Важко відповісти
- Швидше не готовий/не готова
- Зовсім не готовий/не готова

46. Чи озвучуєте ви туристам правила перебування у вашій садибі (поводження з відходами, ставлення до матеріально-технічної бази, навколишнього середовища, природних та історико-культурних об'єктів тощо)?

- Так, у мене є відповідний набір правил для всіх туристів, який я озвучую
- Озвучую правила перебування вибірково окремим категоріям туристів
- Ні, не озвучую правила перебування попередньо

47. Як ви працюєте з відгуками туристів?

- Збираю відгуки кожного туриста і працюю з ними
- Не збираю відгуки цілеспрямовано, але за наявності таких працюю з ними
- Не звертаю уваги на відгуки
- Інше

48. Чи вважаєте ви, що для діяльності з надання послуг сільської гостинності культурна самобутність вашого регіону (місцеві звичаї, традиції, історія тощо) є важливою?

- Дуже важлива
- Швидше важлива
- Важко відповісти
- Швидше не важлива
- Зовсім не важлива

49. Чи намагаєтеся ви вживати заходів щодо збереження і відновлення культурної самобутності вашого регіону?

- Так, регулярно ініціюю такі заходи самостійно
- Не ініціюю такі заходи самостійно, але завжди приєднуюсь до них за запрошенням
- Дуже рідко беру участь у таких заходах
- Ніколи не беру участь у таких заходах

50. Якщо так, то яких заходів ви найчастіше вживаєте (або берете участь) щодо збереження і відновлення культурної самобутності вашого регіону?

51. Чи проходили ви коли-небудь добровільні процедури сертифікації та категоризації сільських садиб (в тому числі екологічної)? Можна обрати декілька варіантів відповіді.

- Так, за програмою «Українська гостинна садиба» від Спілки СЗТУ
- Так, за програмою «Зелена садиба» від Спілки СЗТУ
- Так, за іншими програмами
- Ні, не проходив/не проходила
- Інше

52. Які критерії, на вашу думку, характеризують сталість діяльності з надання послуг сільської гостинності?

Блок 7. Подальше ознайомлення з питаннями сталого розвитку

53. Чи зацікавлені ви в отриманні детальнішої та актуальної інформації про сталий розвиток та цілі сталого розвитку?

- Дуже зацікавлений/зацікавлена
- Швидше зацікавлений/зацікавлена
- Важко відповісти

- Швидше не зацікавлений/зацікавлена
- Зовсім не зацікавлений/не зацікавлена

54. Яка інформація щодо досягнення цілей сталого розвитку була б найбільш цікавою для вас? Можна обрати декілька варіантів відповіді.

- Зелена та відновлювана енергетика, енергоощадження
- Поводження з відходами (сортування, утилізація тощо)
- Обробка та використання води
- Можливості партнерства для досягнення цілей сталого розвитку
- Збереження культурної самобутності регіону
- Жоден із зазначених варіантів
- Інше

55. В якій формі вам було б найзручніше отримувати інформацію про сталий розвиток?

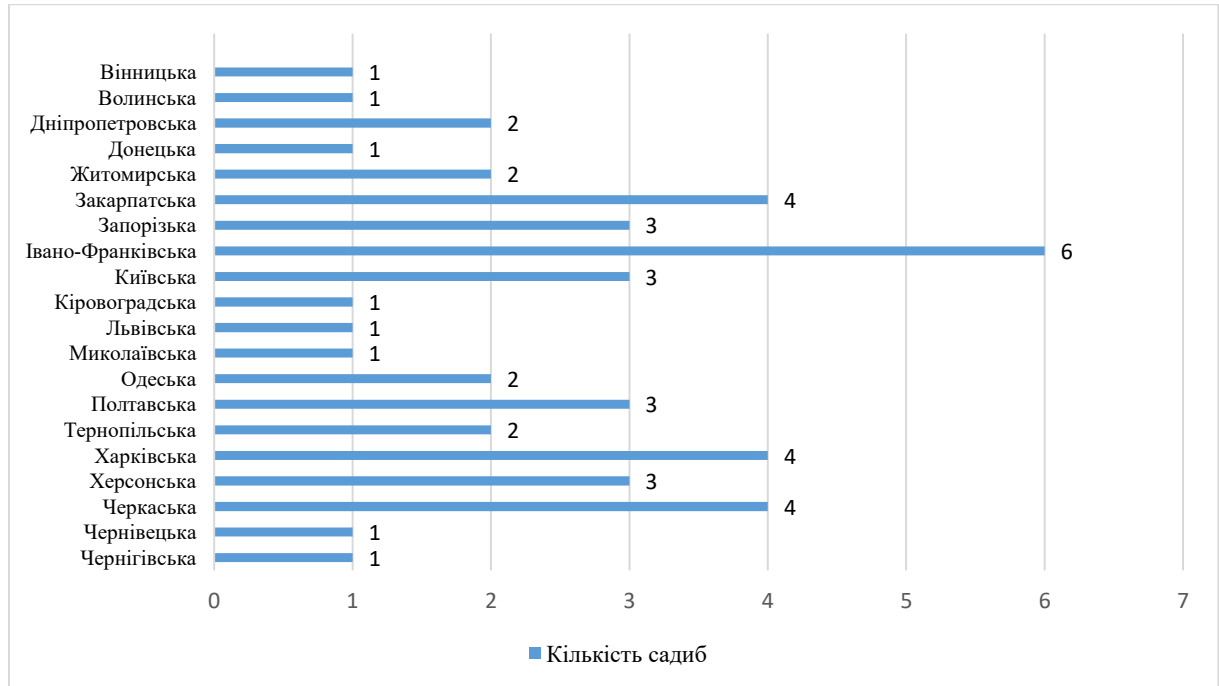
- Брошури, довідники та інші друковані матеріали
- Спеціалізовані тренінги чи семінари
- Вебінари або онлайн-курси
- Відповідні/профільні сторінки в соціальних мережах
- Спеціалізовані веб-сайти
- Жоден із зазначених варіантів
- Інше

Джерело: розроблено автором

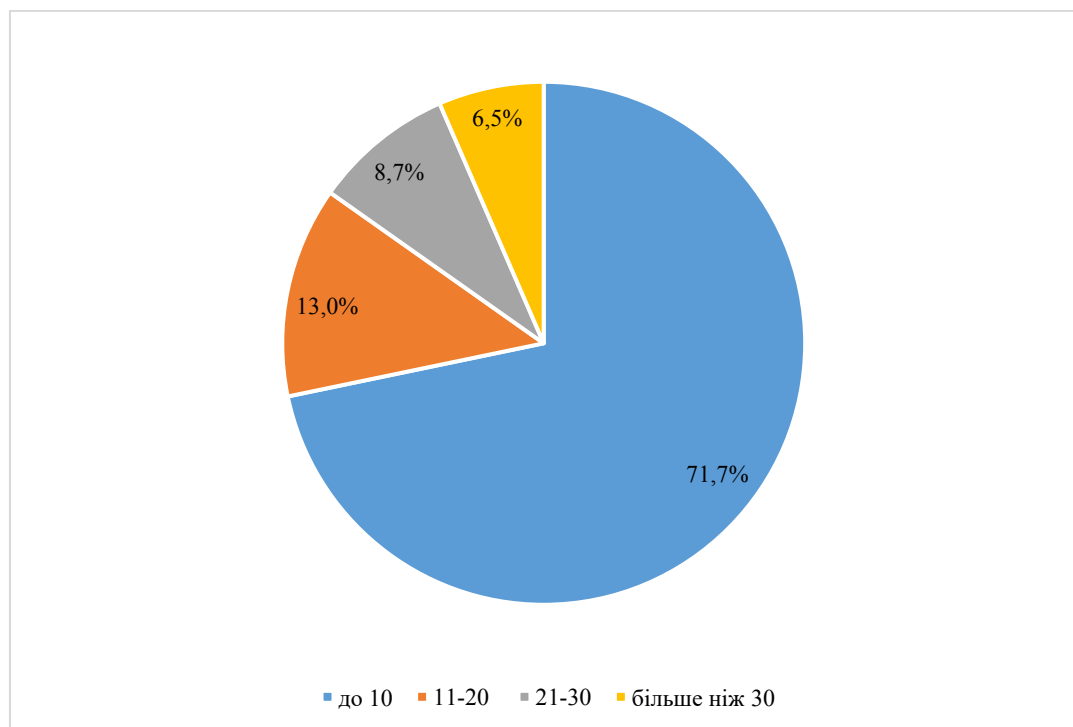
Додаток Е

Результати опитування власників сільських гостинних садиб щодо впровадження засад сталого розвитку

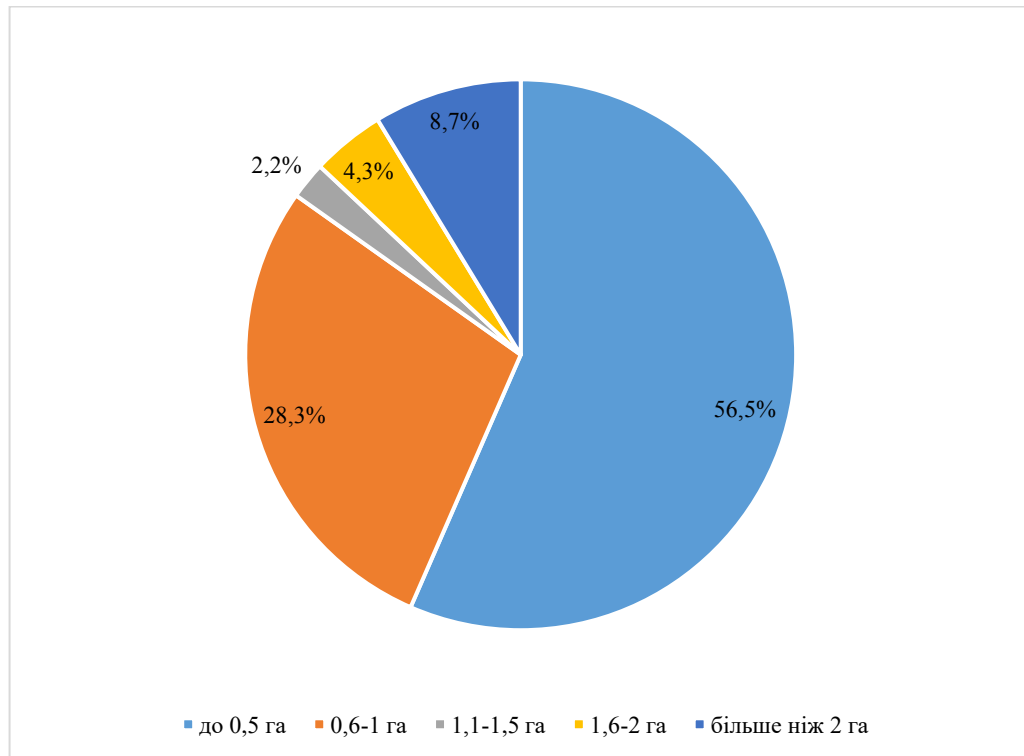
Географічне розташування сільських гостинних садиб респондентів



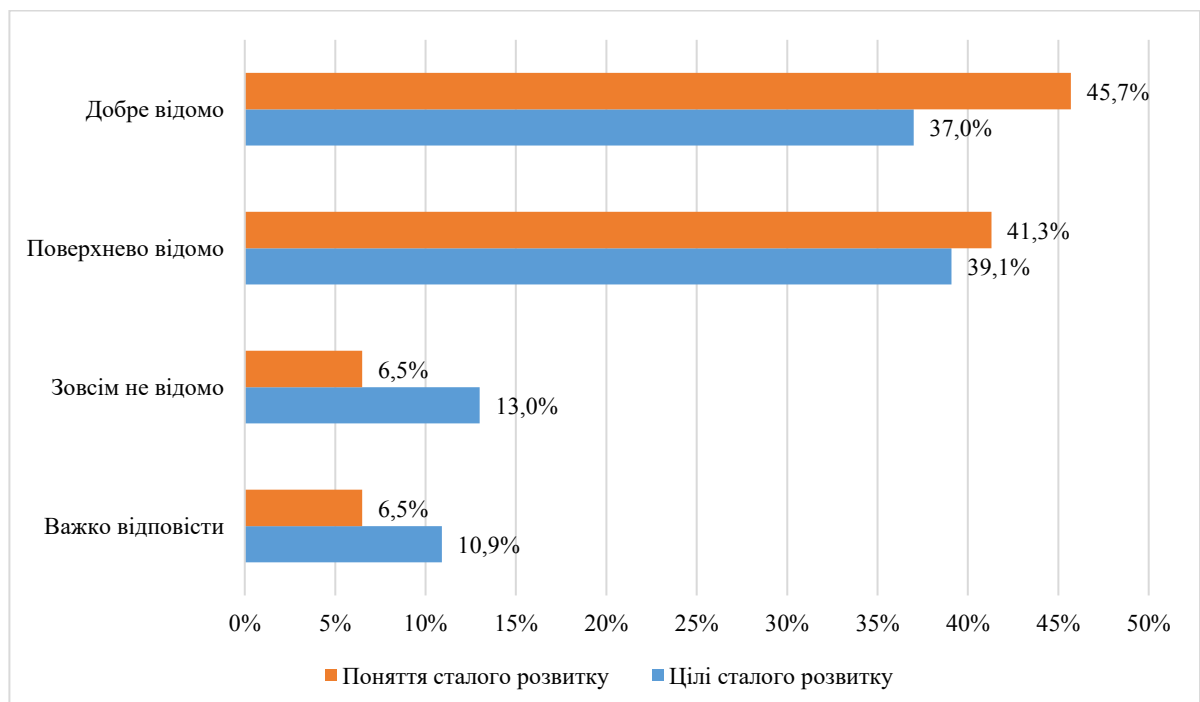
Кількість лішко-місць у гостинних садибах



Розмір земельних ділянок для надання послуг сільської гостинності



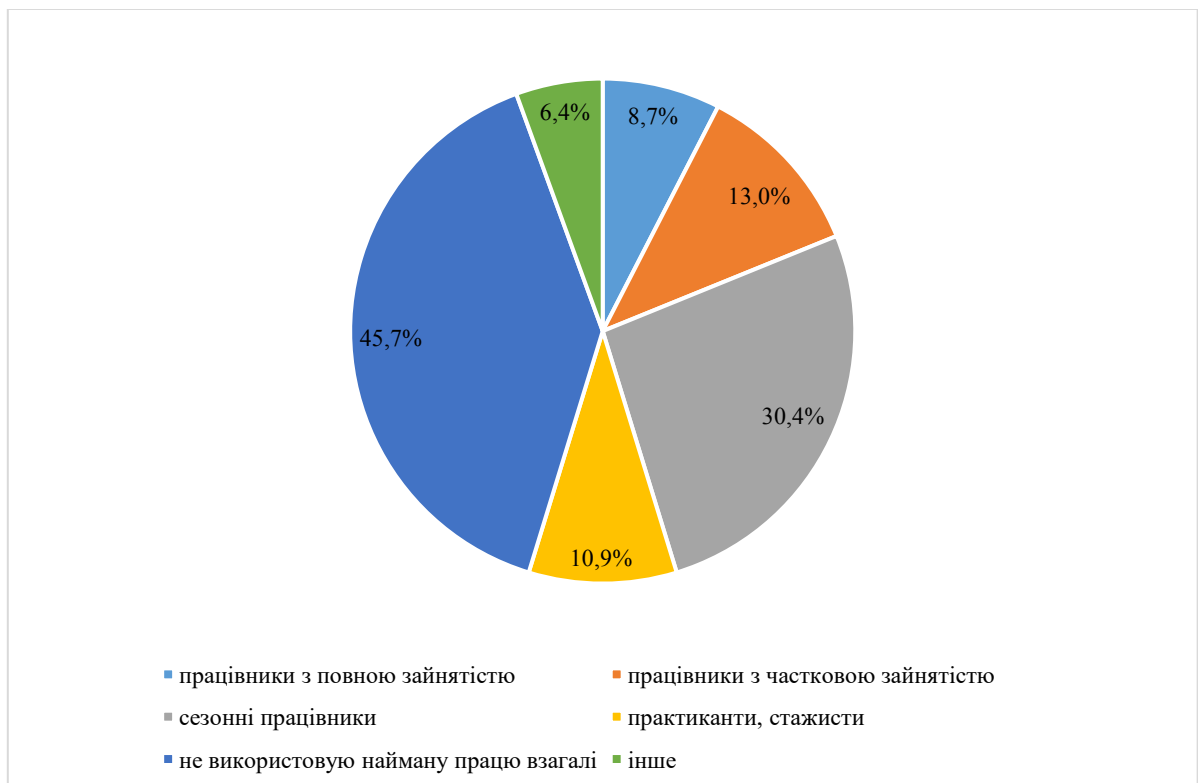
Рівень ознайомлення власників садиб із поняттям сталого розвитку та цілями сталого розвитку



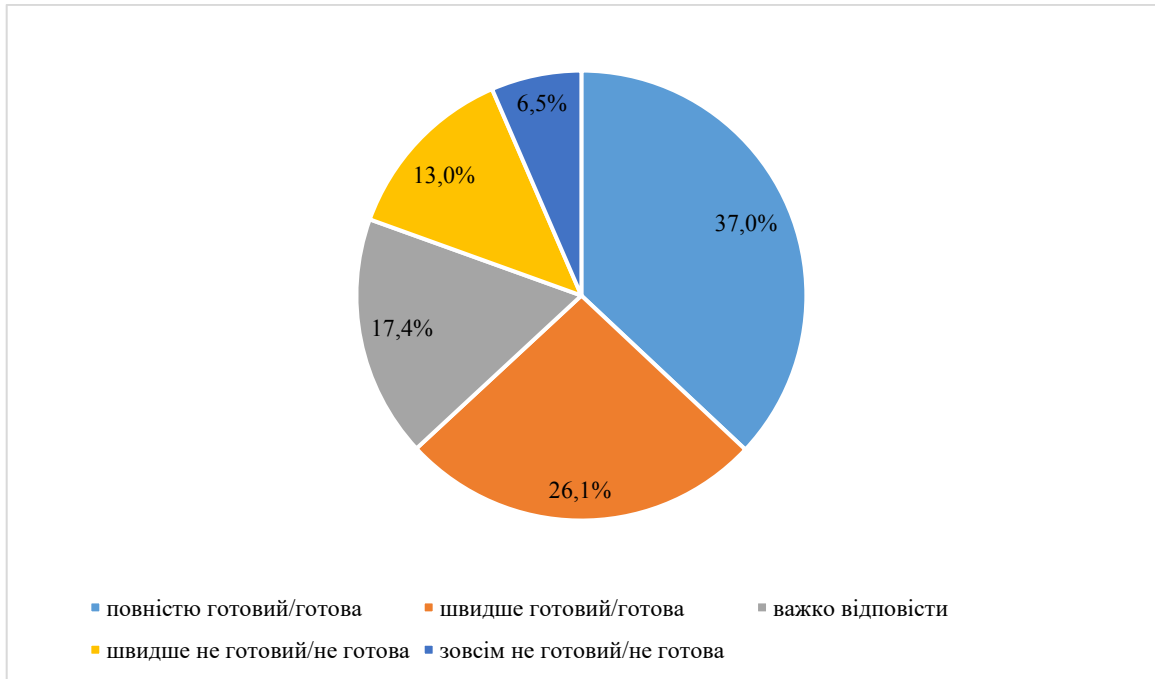
Рівень актуальності цілей сталого розвитку



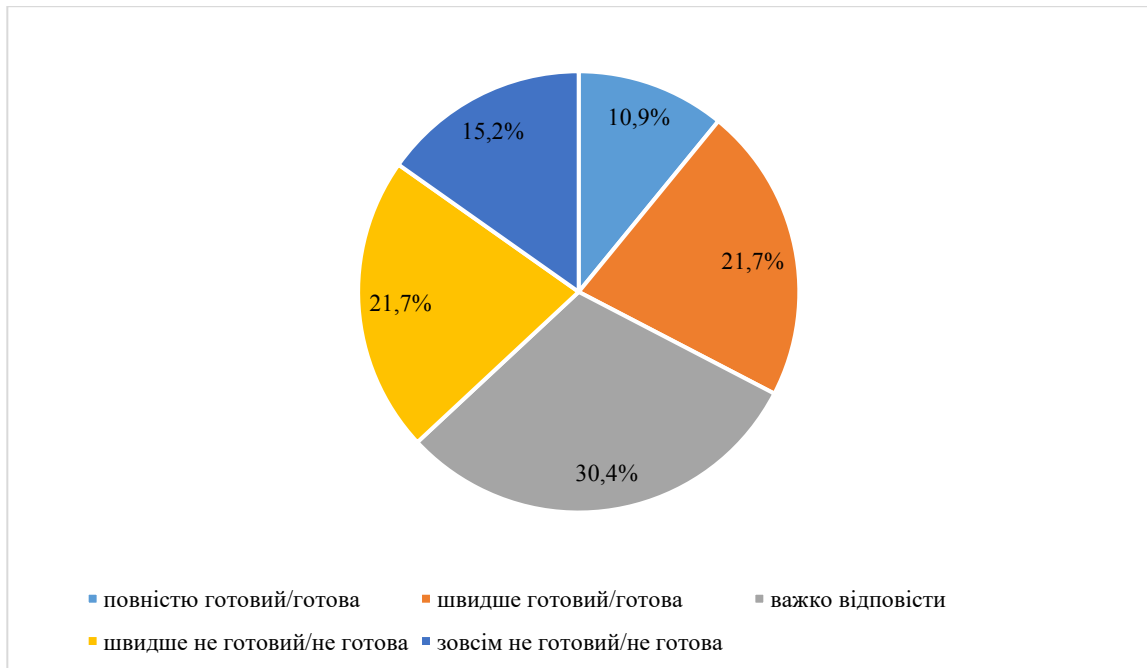
Використання найманої праці для надання послуг у гостинних садибах



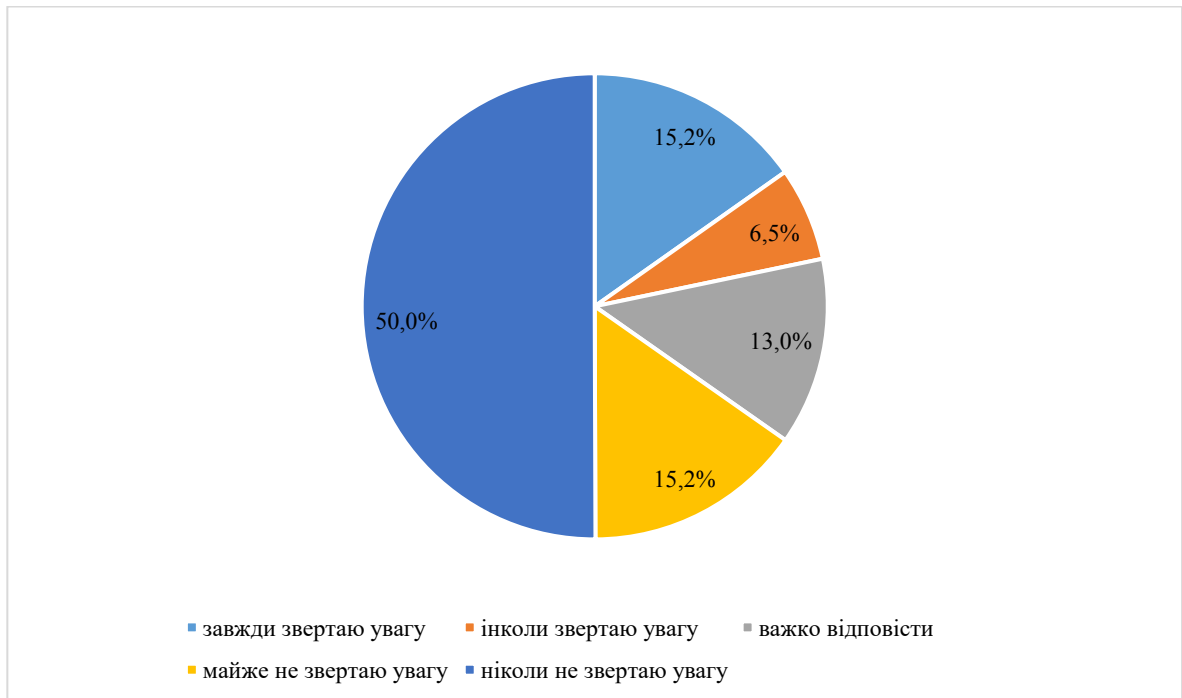
Рівень готовності власників садиб забезпечити практику студентам профільних спеціальностей



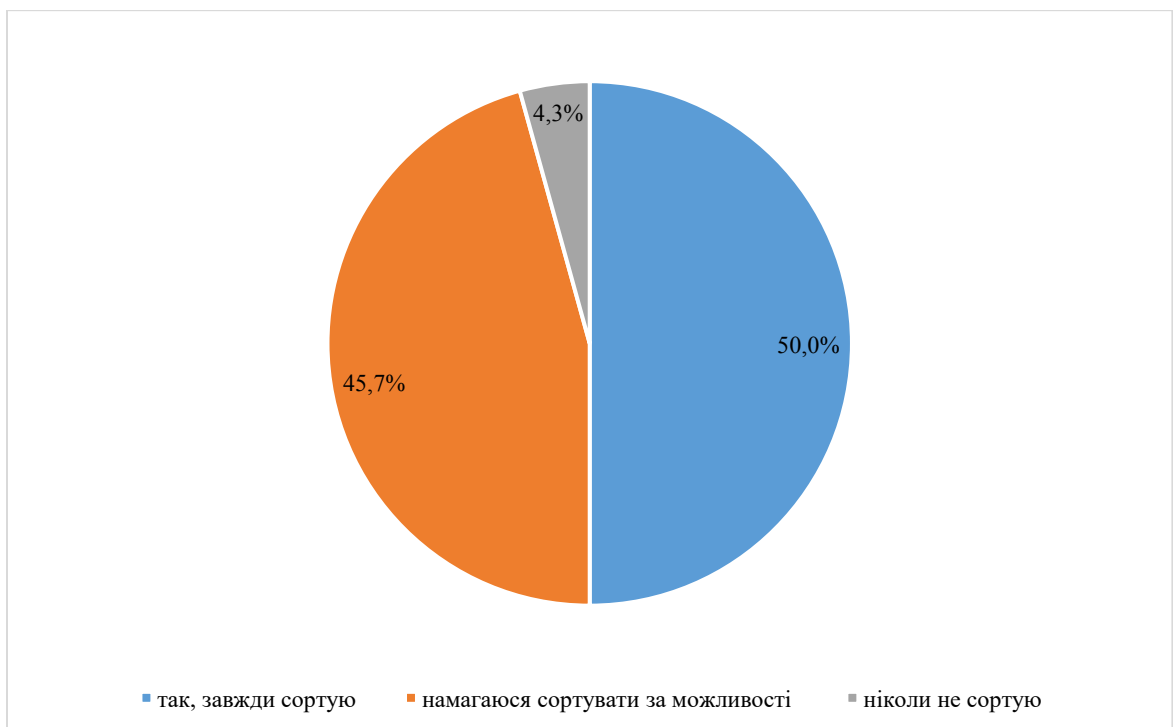
Рівень готовності власників садиб забезпечити робоче місце людям з інвалідністю



Рівень важливості гендерної приналежності особи під час приймання на роботу

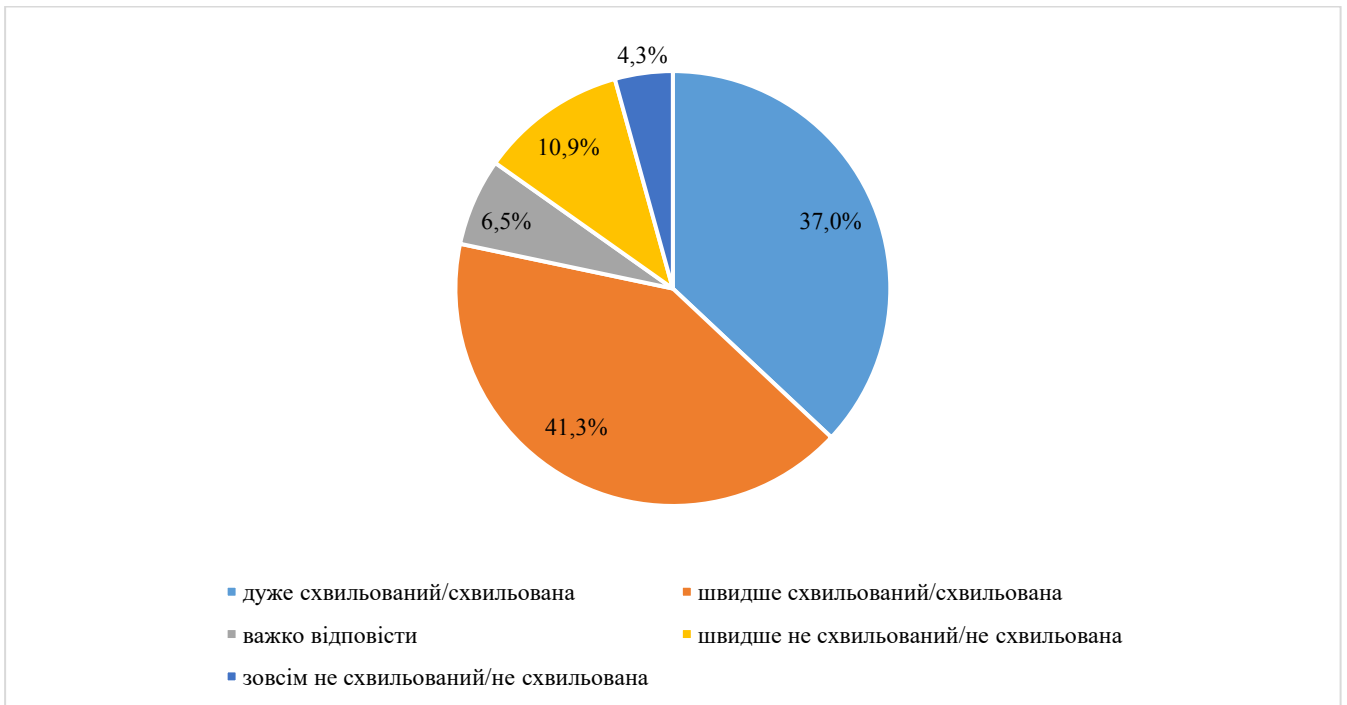


Рівень сортування побутових відходів від діяльності з надання послуг гостинності

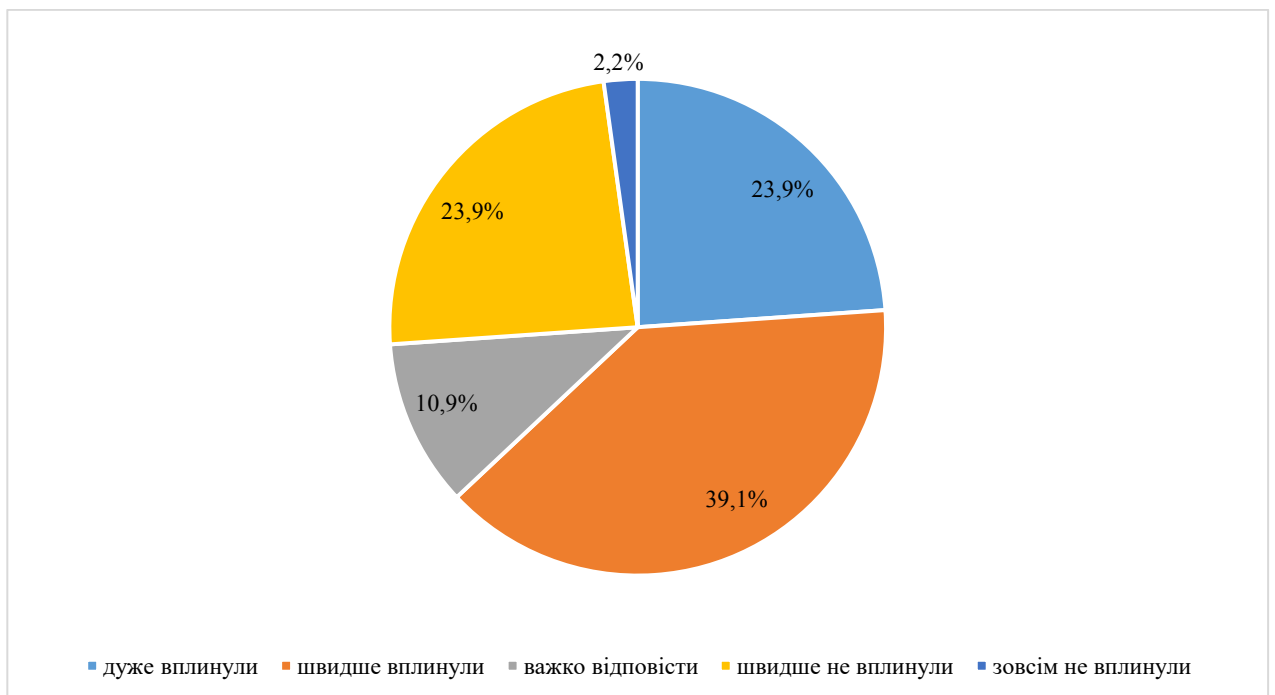


Продовження додатку Е

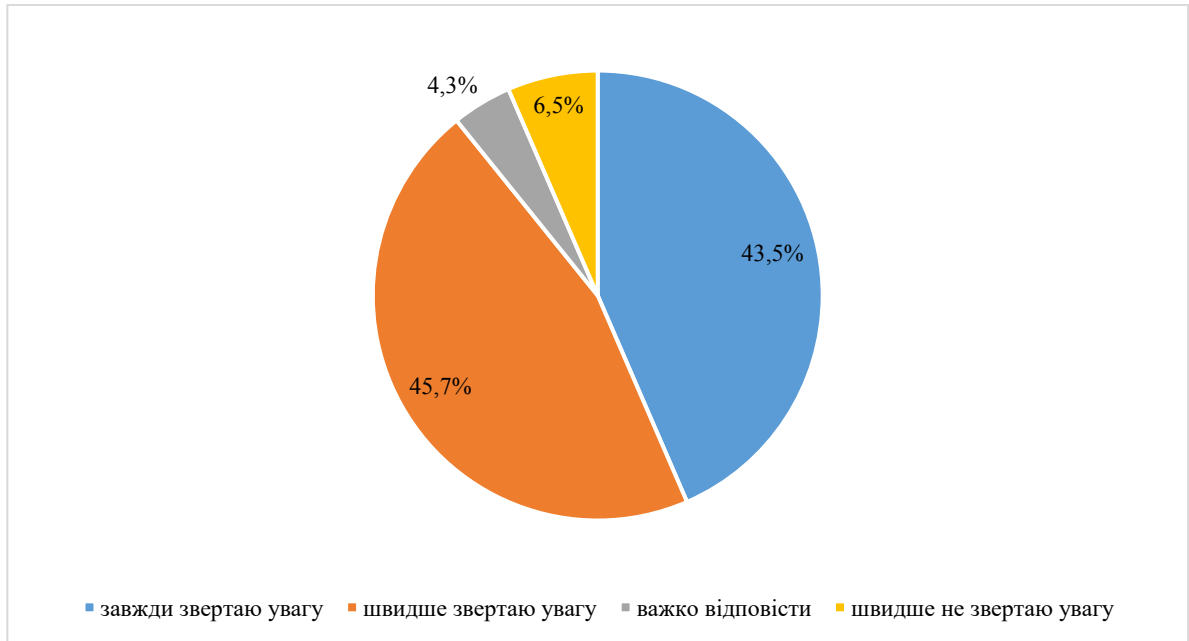
Рівень схвильованості явищем глобальної зміни клімату та його наслідками



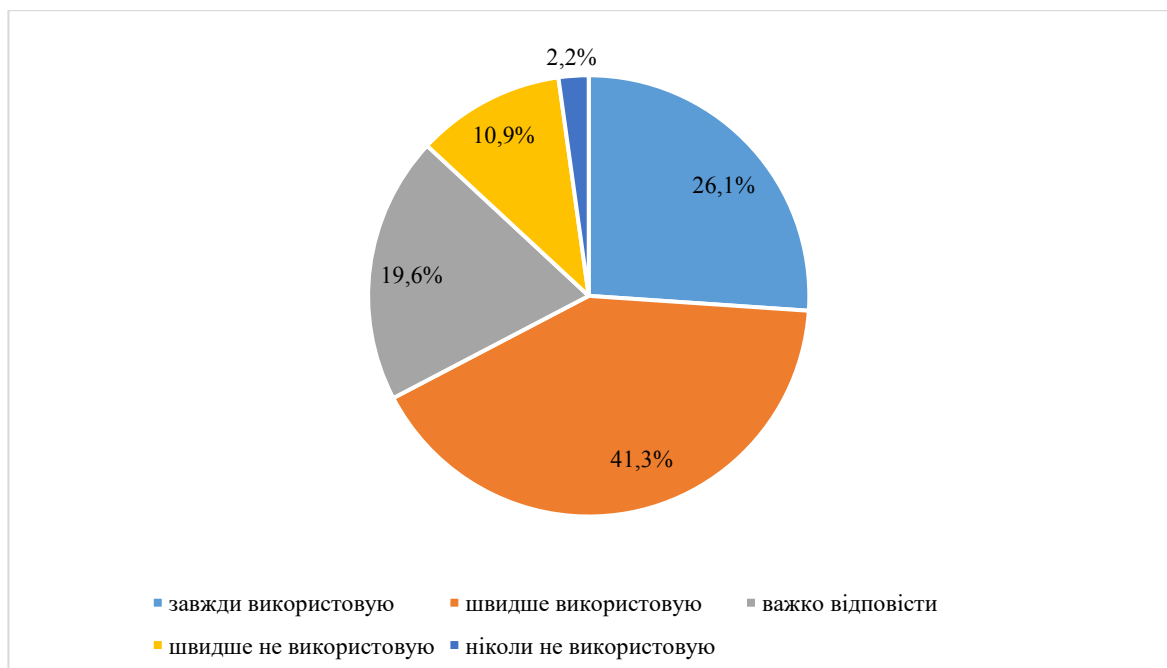
Рівень впливу нетипових погодних умов на надання послуг гостинності



Рівень важливості критерію екологічності під час створення нових продуктів та послуг сільського туризму

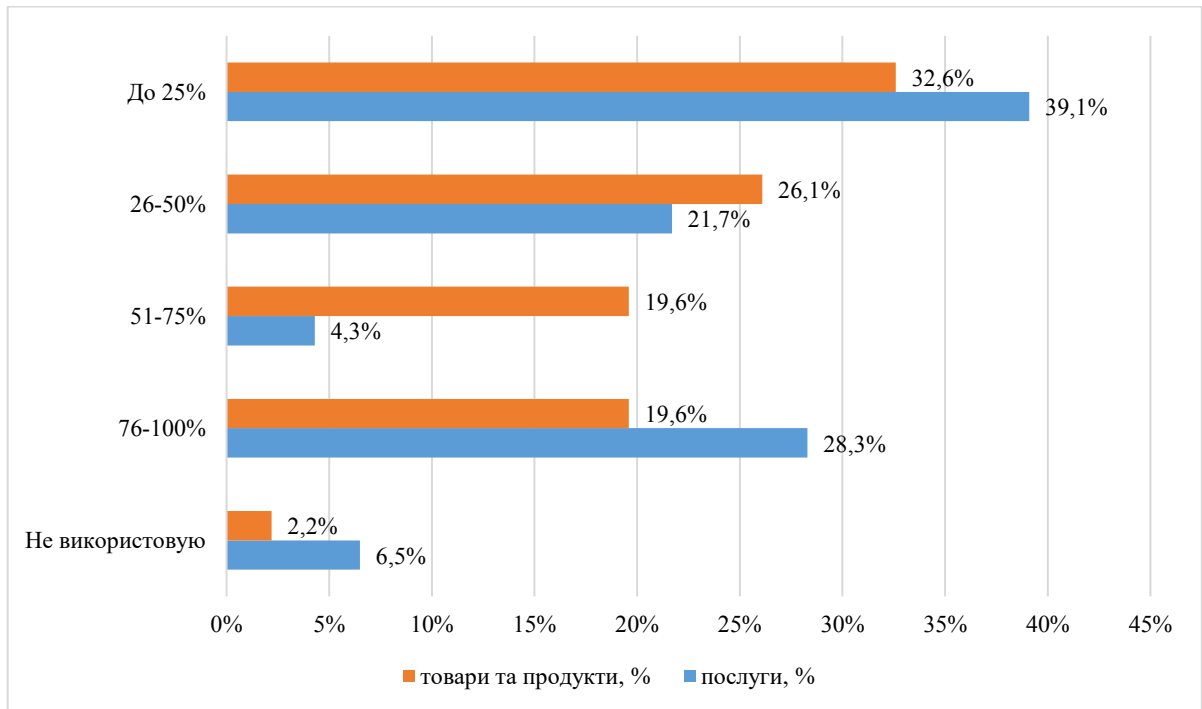


Рівень використання критерію екологічності під час реклами і промоції послуг сільського туризму

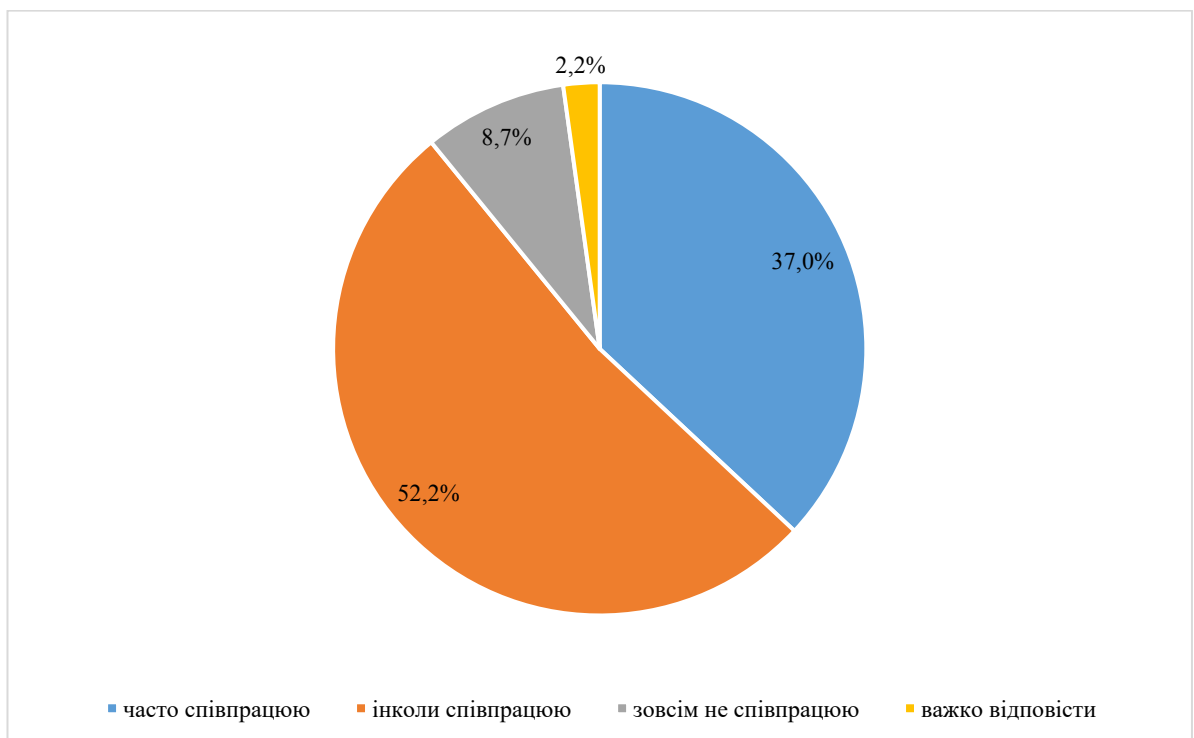


Продовження додатку Е

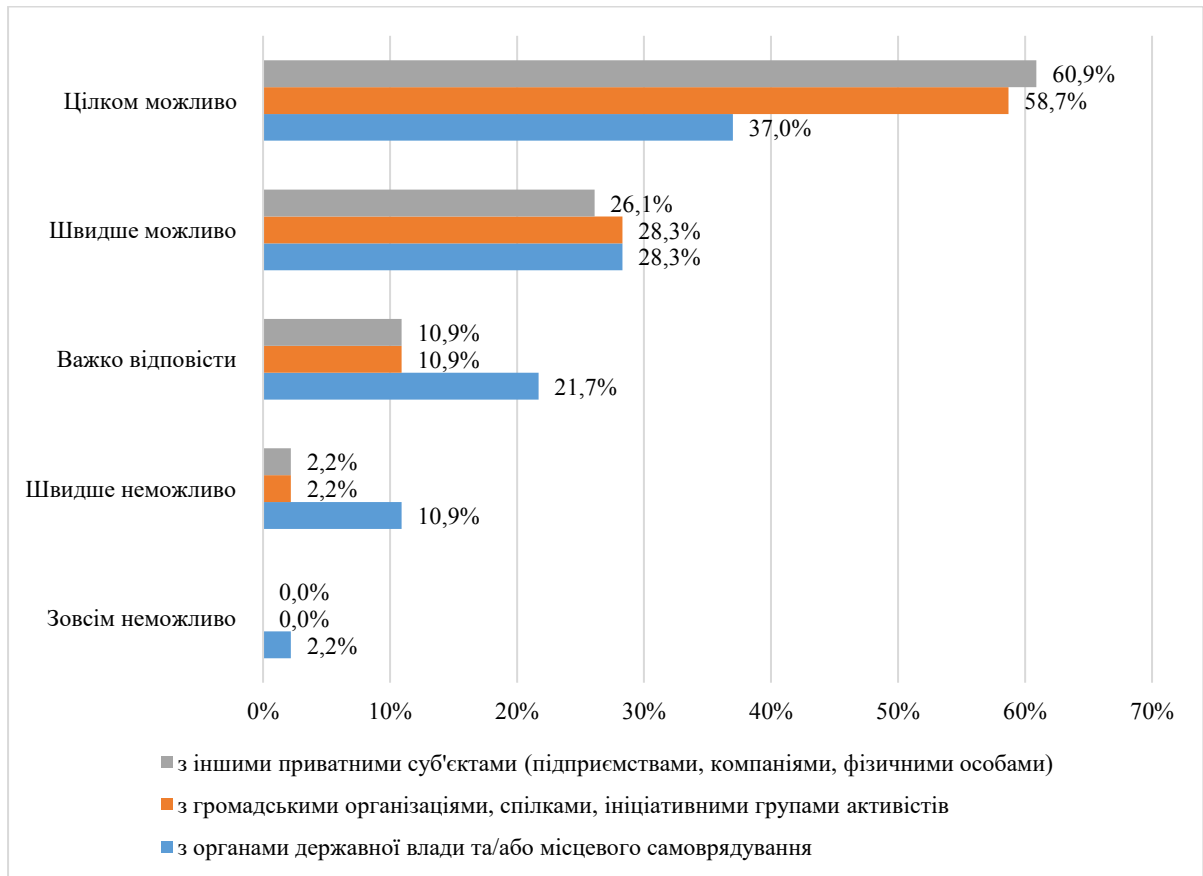
Рівень використання локальних товарів та послуг



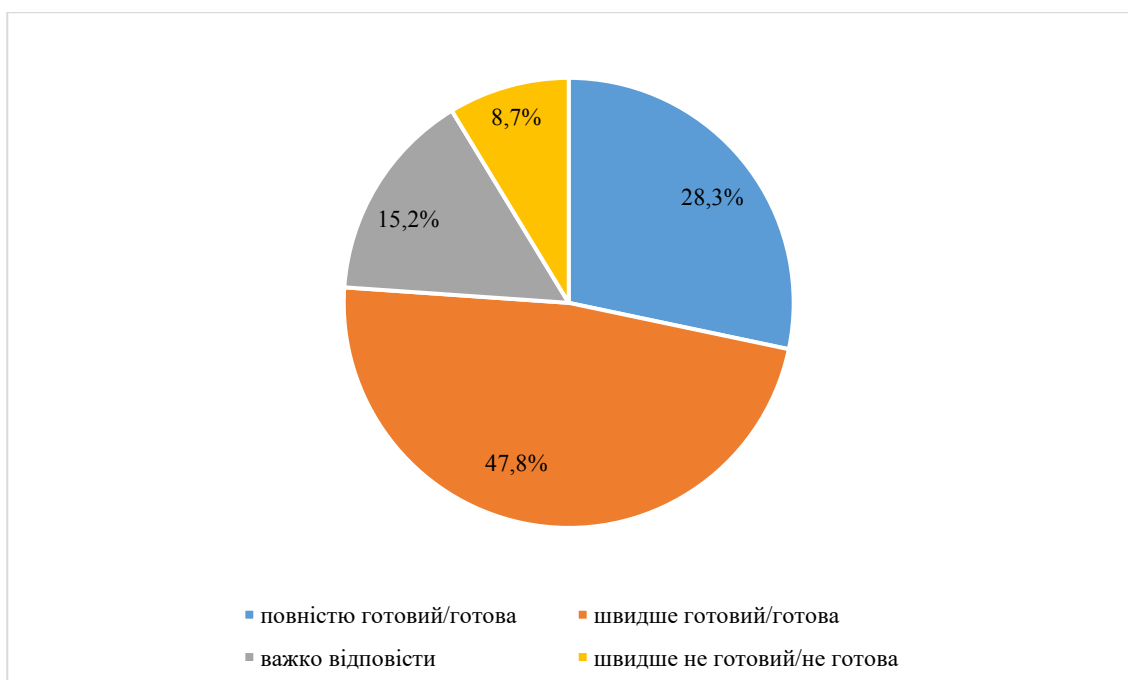
Рівень співпраці з іншими суб'єктами у регіоні для створення продукту сільського туризму



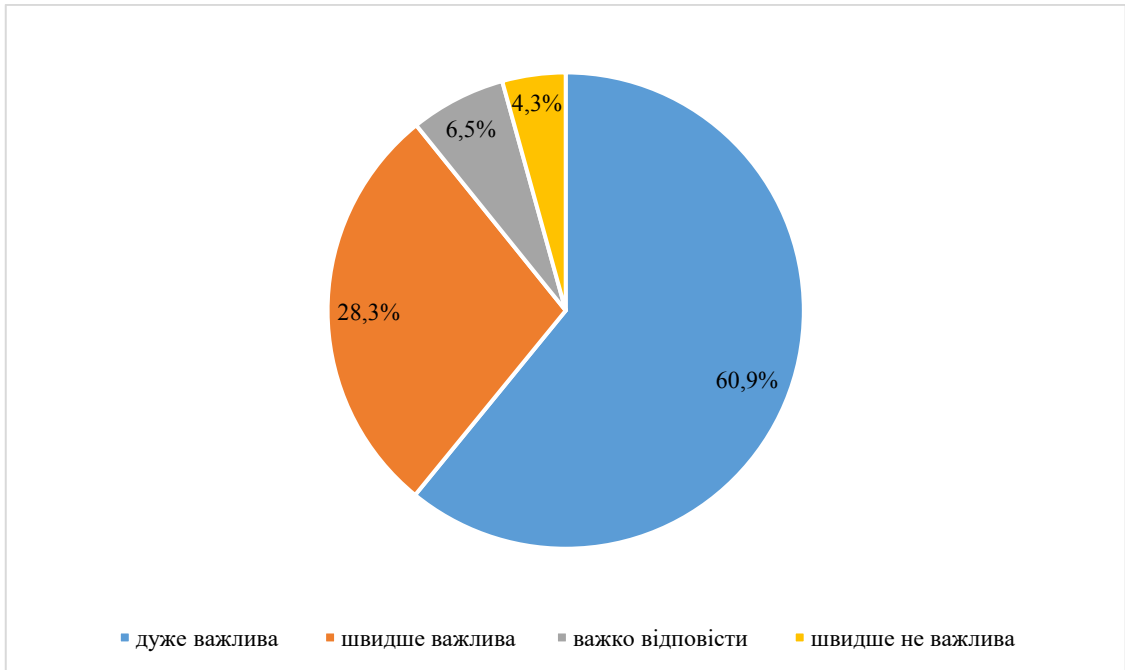
Вірогідність співпраці зі створення продукту сільського туризму



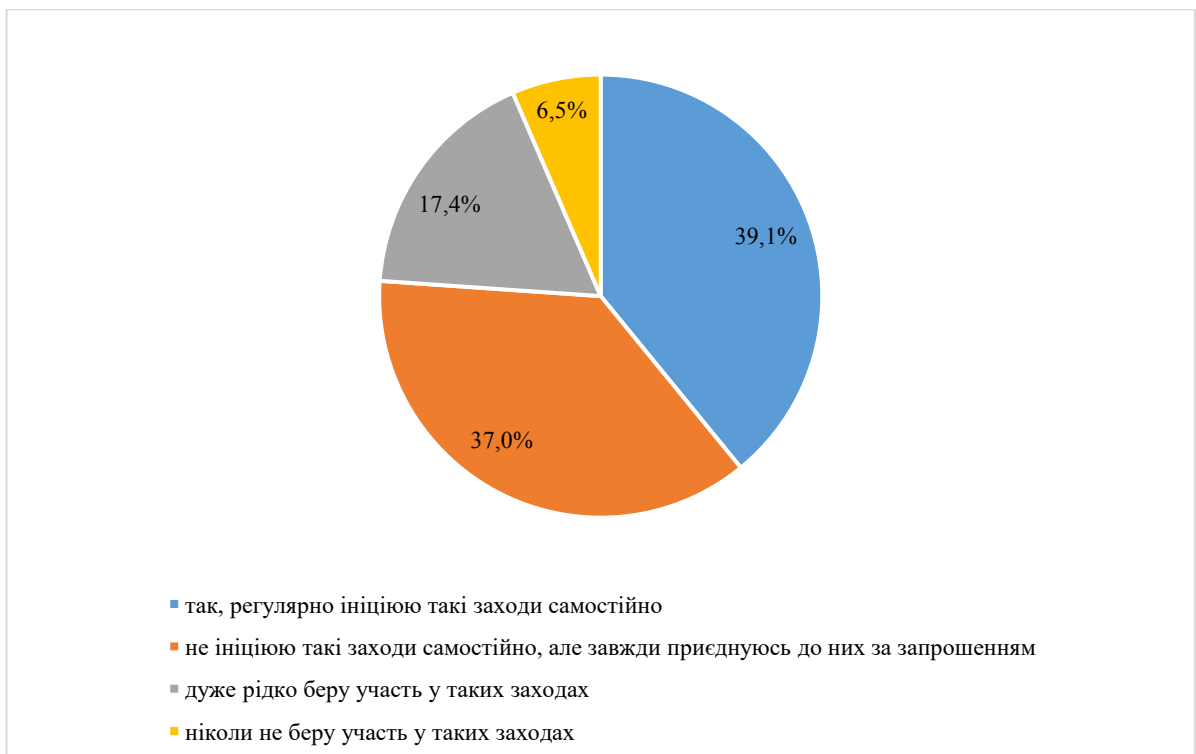
Рівень готовності надавати послуги гостинності людям з інвалідністю



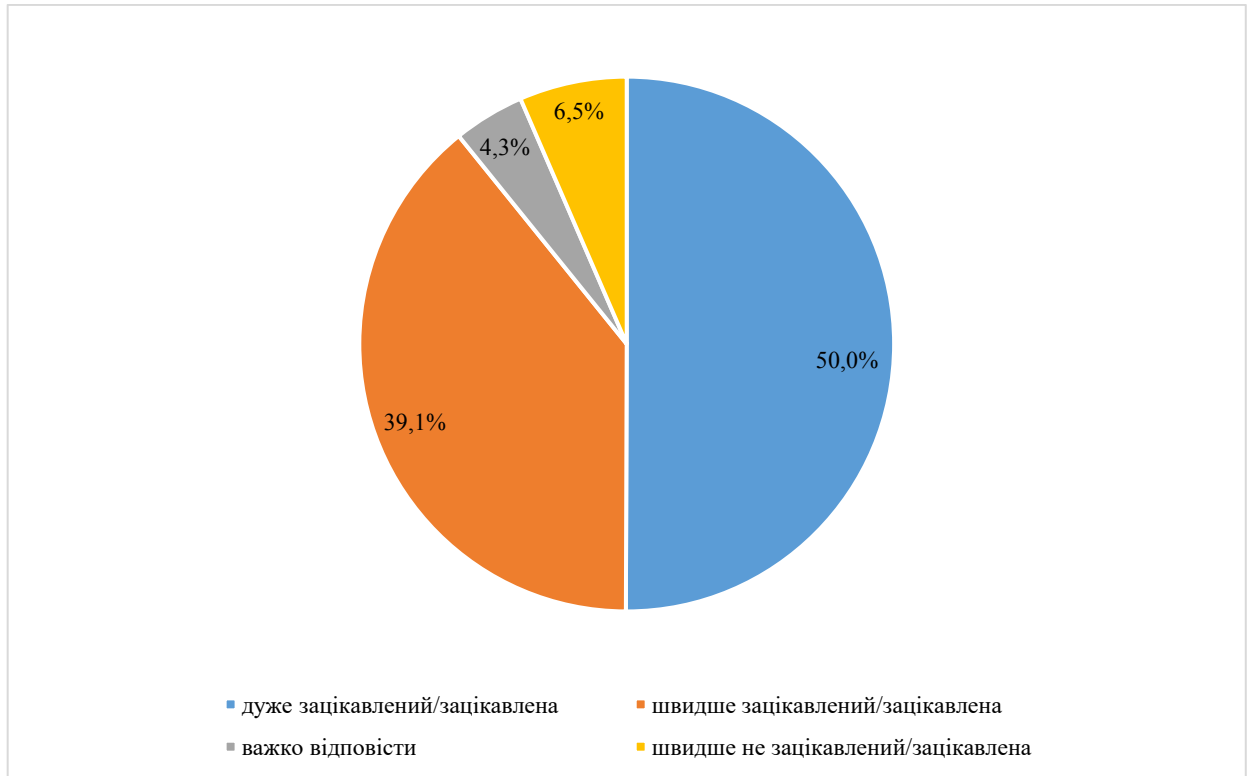
Рівень важливості культурної самобутності регіону для діяльності з надання
послуг сільської гостинності



Рівень вживання заходів щодо збереження і відновлення культурної самобутності
регіону



Рівень зацікавлення в отриманні детальнішої та актуальної інформації про сталий розвиток та цілі сталого розвитку



Джерело: розроблено автором

Додаток Ж

Напрями підвищення сталості сільських гостинних садиб за цілями сталого розвитку

Ціль 1. Подолання бідності	<p>Регулярні пожертви на благодійність</p> <p>Підтримання державних та приватних ініціатив та проєктів проти бідності (наприклад, акцій збору одягу, продуктів та інших ресурсів для вразливих категорій населення)</p> <p>Пріоритет найму місцевих працівників, близьких до свого економічного та соціального середовища</p> <p>Участь у локальних проєктах, які покращують громаду в економічному та соціальному плані</p>
Ціль 2. Подолання голоду	<p>Закупівля сільськогосподарської продукції локальних виробників</p> <p>Споживання та популяризація продуктів харчування з захищеним географічним зазначенням</p> <p>Підтримання та пропагування концепції повільної їжі (з англ. slow food)</p> <p>Застосування методів землеробства та садівництва, які спрямовані на бережливе використання сільськогосподарських угідь та не виснажують земельні ресурси</p> <p>Використання сертифікованих добрив</p> <p>Співпраця з фермерами, які використовують сертифіковані добрива та дотримуються політики підтримання та покращення ґрунту</p> <p>Використання та пропагування методів органічного землеробства</p> <p>Закупівля сільськогосподарської продукції в постачальників, які використовують методи органічного землеробства</p> <p>Дотримання правильної сільськогосподарської політики щодо тварин</p> <p>Закупівля сільськогосподарської продукції в постачальників, які дотримуються правильної сільськогосподарської політики щодо тварин</p> <p>Впровадження методів солідарного фермерства</p> <p>Використання системи безпеки та контролю якості харчових продуктів під час приготування їжі за міжнародними вимогами ХАССП</p> <p>Щоденне планування меню задля мінімізації харчових відходів</p> <p>Купівля продуктів харчування в межах наявних потреб</p> <p>Заохочення використання компосту</p>
Ціль 3. Міцне здоров'я і благополуччя	<p>Впровадження протоколів надзвичайних ситуацій, безпеки та гігієни</p> <p>Наявність постійних запасів засобів індивідуального захисту</p> <p>Інформування туристів про техніку безпеки та потенційно небезпечні активності під час відпочинку</p> <p>Заохочення використання свіжих і корисних продуктів харчування, контроль за якістю продуктів харчування</p> <p>Організація активного дозвілля для туристів</p> <p>Організація та підтримання спортивних заходів у громаді</p> <p>Встановлення велосипедних стоянок біля садиби, прокат велосипедів</p>

Продовження додатку Ж

	<p>Забезпечення найманим працівникам безоплатної вакцинації та/або перевірки стану здоров'я</p> <p>Впровадження обов'язкових заходів щодо зниження рівня зараження коронавірусом Covid-19</p> <p>Участь у добровільній ініціативі Safe Travels, дотримання вимог Протоколу з надання послуг сільського зеленого туризму (сільської гостинності) у корона- та посткоронавірусний період</p>
Ціль 4. Якісна освіта	<p>Регулярна участь у навчанні, обміні досвідом та підвищенні кваліфікації власників садиб та найманих працівників із врахуванням наявних потреб у знаннях та інформації</p> <p>Дотримання принципів концепції освіти впродовж життя (з англ. lifelong learning)</p> <p>Організація навчально-просвітницьких заходів та активностей для туристів</p> <p>Поширення інформації з питань сталого розвитку</p> <p>Створення в садибі інформаційних куточків для туристів на актуальні тематики</p> <p>Організація та підтримання навчально-просвітницьких проєктів та ініціатив у регіоні</p> <p>Надання можливостей для практики чи стажування студентів</p>
Ціль 5. Гендерна рівність	<p>Гарантування рівної оплати праці всім працівникам без будь-якої дискримінації</p> <p>Забезпечення недискримінаційної політики найму працівників</p> <p>Забезпечення всім працівникам рівних прав на особистий розвиток</p> <p>Застосування принципів ООН щодо розширення прав і можливостей жінок</p>
Ціль 6. Чиста вода та належні санітарні умови	<p>Аналіз та контроль за кількістю та якістю води, що споживається</p> <p>Виявлення можливих джерел забруднення води</p> <p>Дотримання всіх норм та правил, встановлених місцевою владою щодо збереження чистоти води</p> <p>Зменшення використання токсичних, хімічних речовин, пластику та інших матеріалів, які не підлягають біологічному розкладанню</p> <p>Регулярне очищення каналізаційних стоків</p> <p>Впровадження заходів з очищення стічних вод</p> <p>Повторне використання попередньо очищених стічних вод для поливу, прибирання та інших цілей</p> <p>Встановлення ємностей для збору дощової води</p> <p>Використання води із водойм для технічних потреб</p> <p>Встановлення вуличних літніх душів та туалетів</p> <p>Встановлення систем оптимізації поливу для садівництва й городництва (крапельне зрошення, розпилювачі тощо)</p> <p>Встановлення лічильників води</p> <p>Використання якісних приладів та сантехніки, які пропонують рішення для ощадливого використання води</p>

Продовження додатку Ж

	<p>Використання душових розпилювачів та кранів із низьким потоком</p> <p>Встановлення фільтрів для очищення питної води</p> <p>Встановлення таймерів для використання води</p> <p>Проведення інформаційних кампаній щодо ощадливого споживання води серед працівників та відвідувачів</p>
Ціль 7. Доступна та чиста енергія	<p>Заощадливе використання енергії</p> <p>Вимикання приладів із розеток у неробочий час</p> <p>Встановлення таймерів для регулювання освітлення</p> <p>Проведення інформаційних кампаній щодо споживання енергії серед працівників та туристів</p> <p>Використання довговічної, якісної, енергоефективної техніки та обладнання</p> <p>Використання LED-ламп та інших технологій сучасного енергоощадного освітлення</p> <p>Використання нічного тарифу на споживання електроенергії</p> <p>Будівництво енергопасивних будівель</p> <p>Утеплення будинків та споруд</p> <p>Встановлення обладнання та пристроїв для енергозбереження</p> <p>Виробляння та споживання відновлюваної зеленої енергії</p> <p>Використання сонячної енергії (панелі, електростанції, сонячні колектори)</p> <p>Використання менш забруднюючого біопалива (дрова, пелети, листя)</p>
Ціль 8. Гідна праця та економічне зростання	<p>Забезпечення захисту трудових прав найманих працівників згідно з діючим законодавством</p> <p>Прийняття на роботу та навчання людей із вразливих категорій населення</p> <p>Створення якісних робочих місць</p> <p>Забезпечення вільного доступу працівників до навчання та підвищення кваліфікації</p> <p>Підтримання проєктів та ініціатив із розвитку місцевого підприємництва</p> <p>Диверсифікація діяльності садиби для зменшення негативного впливу сезонності</p>
Ціль 9. Промисловість, інновації та інфраструктура	<p>Ініціювання та участь у заходах, спрямованих на покращення інфраструктури та планування території громади</p> <p>Будівництво інфраструктури з екологічно чистих матеріалів</p> <p>Інвестування в створення нової чи реконструкцію наявної інфраструктури в громаді</p> <p>Ініціювання заходів для того, щоби територія громади ставала більш привабливою</p> <p>Надання рівного доступу до об'єктів туристичної інфраструктури як туристам, так і мешканцям громади</p> <p>Внесення ідей та пропозицій у відповідні установи, які відповідають за благоустрій громади</p>

Продовження додатку Ж

	<p>Сприяння використанню нових та більш ефективних технологій у всіх сферах діяльності садиби</p> <p>Використання нових технологій для інформування та комунікації з туристами</p> <p>Регулярне оновлення інформації про діяльність, продукти та послуги на вебсайті садиби та в соціальних мережах</p> <p>Зменшення споживання паперу завдяки використанню новітніх технологій</p> <p>Підтримання місцевих інноваційних проєктів</p> <p>Розвиток особистісних компетенцій власника садиби та найманих працівників у напрямку цифрової культури та безпеки</p>
Ціль 10. Скорочення нерівності	<p>Заборона будь-яких форм дискримінації в садибі</p> <p>Організація регулярних зустрічей із працівниками, щоби забезпечити практику соціальної інтеграції</p> <p>Створення та розвиток інфраструктури садиби для надання послуг людям з інвалідністю</p> <p>Надання інформаційних елементів у садибі шрифтом Брайля</p> <p>Створення графічних та аудіовізуальних матеріалів, які адаптовані для людей з різними здібностями</p> <p>Створення інклюзивних туристичних продуктів</p> <p>Співпраця, підтримання та створення можливостей для місцевих мікро, малих та середніх підприємств (ММСП)</p> <p>Рекламування послуг і продуктів місцевих ММСП серед туристів</p> <p>Сприяння доступу місцевих ММСП до асоціацій та груп, які допомагають їм бути більш конкурентоспроможними</p>
Ціль 11. Сталий розвиток міст і громад	<p>Ініціювання та участь у заходах і проєктах щодо популяризації та збереження культурної та природної спадщини регіону</p> <p>Популяризація традиційної культури регіону</p> <p>Приготування туристам страв місцевої кухні та популяризація гастрономічної спадщини регіону</p> <p>Організація виставок робіт місцевих митців на території садиби</p> <p>Оформлення інформаційних куточків для туристів та надання інформації про традиції та культуру регіону</p> <p>Розробка каталогів культурної спадщини території</p> <p>Співпраця з локальними транспортними компаніями для перевезення туристів</p> <p>Співпраця з локальними закладами харчування для організації харчування туристів</p> <p>Поширення інформації про різноманітні туристичні об'єкти для уникнення перевантаженості в певних місцях</p> <p>Популяризація пішохідних маршрутів, велосипедного та інших екологічних видів транспорту</p> <p>Підтримання хорошого стану транспорту та елементів туристичного спорядження</p>

Продовження додатку Ж

	<p>Ознайомлення туристів з актуальною інформацією про доступний громадський транспорт</p> <p>Полегшення доступу туристів до громадського транспорту</p> <p>Облаштування приміщень згідно з вимогами доступності для осіб старшого віку, людей з інвалідністю тощо</p>
<p>Ціль 12. Відповідальне споживання та виробництво</p>	<p>Придбання та споживання місцевих та екологічних продуктів та послуг</p> <p>Використання біорозкладних матеріалів для пакування крафтових товарів та сувенірів, які пропонуються відвідувачам</p> <p>Встановлення достатньої кількості сміттєвих баків у загальних та приватних зонах садиби</p> <p>Правильне використання залишків їжі (компостування, переробка тощо)</p> <p>Створення умов для належної утилізації відходів від діяльності</p> <p>Встановлення смітників для роздільного збору сміття на території садиби та встановлення спеціальних вказівників/табличок з інструкціями для туристів та працівників</p> <p>Обмеження придбання пластикового пакування чи предметів із пластику для одноразового використання</p> <p>Надання пріоритету партнерам, які пропонують екологічно чутливу продукцію</p> <p>Купівля продуктів харчування в необхідній кількості та відповідної якості, надаючи перевагу продуктам із мінімальним пакуванням</p> <p>Забезпечення повторного використання речей шляхом продажу непотрібних вживаних меблів, посуду, предметів декору тощо</p> <p>Використання екологічних матеріалів для декорування та оформлення інтер'єру садиби</p> <p>Співпраця з іншими суб'єктами в регіоні для просування критеріїв стійкості</p>
<p>Ціль 13. Пом'якшення наслідків зміни клімату</p>	<p>Впровадження заходів із вимірювання та компенсації вуглецевого сліду діяльності садиби</p> <p>Поширення інформації про засоби компенсації вуглецевого сліду на вебсайті садиби та в соціальних мережах</p> <p>Використання більш екологічних транспортних засобів</p> <p>Розвиток інфраструктури для обслуговування екологічних транспортних засобів у садибі та в громаді</p> <p>Полегшення доступу та пропагування використання громадського транспорту</p> <p>Володіння інформацією про можливі ризики стихійних лих у регіоні</p> <p>Встановлення дренажних систем для адаптації до ризику повеней</p> <p>Встановлення резервуарів для збору води для адаптації до ризику посух</p> <p>Проведення інформаційних кампаній та надання працівникам та туристам інструкцій щодо запобігання лісових пожеж</p>
<p>Ціль 14. Збереження морських ресурсів</p>	<p>Впровадження заходів щодо запобігання забрудненню води</p> <p>Використання екологічних миючих засобів для прання та прибирання</p> <p>Відмова від використання одноразового пластику</p>

Продовження додатку Ж

	<p>Співпраця з неурядовими організаціями, які прагнуть зберегти морські екосистеми</p> <p>Заохочення обізнаності й поваги до водних екосистем серед працівників та туристів</p> <p>Організація таких водних та рекреаційних видів діяльності, які дбайливо використовують пляжі та водні екосистеми</p> <p>Організація прибирання пляжів та берегів водойм від забруднень</p>
<p>Ціль 15. Захист та відновлення екосистем суші</p>	<p>Ініціювання та участь у проєктах зі створення, утримання та охорони зелених насаджень</p> <p>Співпраця з місцевими організаціями щодо відновлення та збереження зелених насаджень</p> <p>Створення зелених відпочинкових зон у садибі та в громаді</p> <p>Переробка біорозкладного сміття з подальшим його використанням у сільському господарстві чи садівництві</p> <p>Скорочення використання пестицидів у сільськогосподарській діяльності садиби</p> <p>Відмова від викопного палива та зменшення спалювання деревини</p> <p>Організація прибирання лісів та інших забруднених природних зон</p> <p>Надання відвідувачам інформації про природні ресурси регіону</p> <p>Співпраця з адміністрацією природоохоронних зон та організація відвідування туристами природоохоронних територій із метою спостереження за флорою та фауною, інформаційно-просвітницькими цілями тощо</p> <p>Організація активного та пасивного дозвілля туристів на природі</p> <p>Інформування відвідувачів про локальні види флори та фауни, занесені до Червоної книги України та/або Червоного списку Міжнародного союзу охорони природи</p> <p>Організація піших та велосипедних екскурсій у місцях, що мають велике екологічне значення, у тому числі нічних</p> <p>Пропонування відвідувачам досвіду навчання на природі</p> <p>Ініціювання та участь в освітніх екологічних ініціативах</p>
<p>Ціль 16. Мир, справедливість та сильні інститути</p>	<p>Надання туристам повної, прозорої та достовірної інформації про роботу садиби</p> <p>Регулярне складання звітів про доходи та доведення їх до відома найманих працівників</p> <p>Отримання всіх необхідних ліцензій, реєстрацій або інших дозвільних документів для ведення діяльності, відповідно до чинного місцевого та національного законодавства і правил</p> <p>Розробка та використання персоналізованої системи кількісних та якісних показників для вимірювання рівня підвищення сталості діяльності садиби в коротко, середньо та довгостроковій перспективі</p> <p>Публічне звітування про цілі сталого розвитку садиби та успіхи в їх досягненні, публікація інформації про план сталого розвитку садиби на вебсайті та сторінках садиби в соціальних мережах</p>

Продовження додатку Ж

	<p>Використання механізмів вимірювання рівня задоволеності відвідувачів, проведення опитувань щодо задоволеності туристів перебуванням у садибі та аналіз їх результатів для майбутнього покращення</p> <p>Інформування туристів про інші послуги та об'єкти інфраструктури в регіоні, що становлять суспільний інтерес (місцеві компанії, культурно-архітектурні місця тощо)</p> <p>Пропонування відвідувачам садиби туристичних карт та путівників для ознайомлення з місцевістю</p> <p>Вживання заходів із боротьби проти будь-яких видів корупції, які можуть виникнути під час діяльності</p> <p>Співпраця з партнерами, які гарантують якість своїх продуктів та послуг</p> <p>Розробка інструкцій для найманих працівників щодо забезпечення належного надання послуг у садибі</p> <p>Розробка та використання системи управління якістю надання послуг у садибі, впровадження заходів щодо постійного підвищення якості послуг у садибі</p> <p>Дотримання вимог національних стандартів щодо забезпечення якості надання туристичних послуг</p> <p>Участь у програмі добровільної категоризації «Українська гостинна садиба» та інших програмах добровільної категоризації, сертифікації чи екомаркування</p>
<p>Ціль 17. Партнерство заради сталого розвитку</p>	<p>Активна співпраця з органами державної влади та місцевого самоврядування</p> <p>Співпраця з іншими власниками садиб та приватними структурами у своєму регіоні</p> <p>Співпраця з навчальними закладами в регіоні</p> <p>Участь у локальних туристичних кластерах</p> <p>Участь у релевантних місцевих та національних мережах, організаціях, спілках, альянсах, асоціаціях</p> <p>Обмін досвідом розвитку з іншими власниками садиб</p> <p>Участь у локальних та національних ярмарках та конференціях</p>

Джерело: розроблено автором

Додаток И
Паспорт кластера сільського туризму
Камінь-Каширської територіальної громади

Інформація про громаду

Загальна інформація	<p>Камінь-Каширська територіальна громада Волинської області – одна з найбільших міських громад з сільським населенням в Україні. Вона була утворена в результаті процесу децентралізації 25 листопада 2020 року. До громади увійшли адміністративний центр громади м. Камінь-Каширський та 54 сільські населені пункти. Площа громади – 1474 км² (7,3 % площі Волинської області). Населення – понад 55 тис. осіб, в тому числі міське населення понад 12 тис. осіб (22 %) та сільське населення – понад 43 тис. осіб (78 %).</p>
Географічне розташування	<p>Камінь-Каширська територіальна громада розташовується в межах історико-етнографічного та природно-географічного регіону Українського Полісся, на півночі Волинської області в міжріччі річок Стохід і Турія. Межує з Самарівською, Забродівською, Велимченською громадами на заході, Сошиченською та Маневицькою громадами на півдні та Прилісненською і Любешівською громадами на сході. На півночі має вихід до державного кордону із Республікою Білорусь.</p> <p>Відстань до обласного центру м. Луцьк – 124 км, до м. Київ – 470 км, до найближчого міжнародного аеропорту «Львів» – 246 км, до кордону з Європейським Союзом (Польща, пункт пропуску «Ягодин») – 120 км.</p>
Природно-рекреаційні ресурси	<p>Клімат у громаді помірно-континентальний. Середньорічна температура повітря становить +7°C, середня температура найтеплішого місяця липня +18,8°C, а найхолоднішого січня – -5,1°C. Річна кількість опадів – понад 500 мм. Кількість сонячних днів у році – 140.</p> <p>Територія громади лежить у межах Поліської низовини та має рівнинний рельєф зі слабопогорбкованою поверхнею середньої абсолютної висоти 165 метрів над рівнем моря. Для ландшафту громади характерні значна лісистість, порівняно густа мережа річок та озер та один із найбільших на Волині масивів заболочених земель і лук.</p> <p>Значний рекреаційний потенціал мають лісові ресурси, переважають соснові та вільхові в перемішку з березою ліси. Ліси багаті на гриби, ягоди й лікарські рослини, там ростуть суниця, чорниця, малина, ожина, брусниця, журавлина, лохина, з лікарських трав поширені чебрець звичайний, іван-чай, ромашка лікарська, м'ята водяна, звіробій, волошка синя. Долини рік широко вкриті заплавними луками.</p> <p>Фауна є досить різноманітною – у лісах та чагарниках зустрічаються кабани, лосі, косулі, лисиці, зайці, вовки. Гніздяться в лісах такі рідкісні птахи як глухарі, тетеруки, чаплі. Найбільш багатий тваринний світ водно-болотних угідь, на гніздуванні зустрічаються</p>

Продовження додатку И

	<p>крижень, лунь очеретяний, курочка водяна, лиска, очеретянка велика та інші. Річки та озера багаті на рибу, серед якої найчастіше зустрічається щука, плітка, линь. Із земноводних і плазунів поширені тритон звичайний, жаба ставкова, черепаха болотяна, вуж звичайний.</p> <p>Загальна площа земель громади – 142 525 га, з них землі сільськогосподарського призначення – 54 092 га, землі природно-заповідного та іншого природоохоронного призначення – 4 566 га, землі лісгосподарського призначення – 67 466 га, землі водного фонду – 2 689 га.</p> <p>На території громади протікає 7 річок – Стохід, Турія, Прип'ять, Коростянка, Блохниця, Лелейкова, Цир. Є 10 озер – Біле, Добре, Святе, Сірче, Свиринець, Сошичне, Деркачівське, Крупинське, Озюрко, Ольбле.</p> <p>У межах громади розташовуються 3 об'єкти природно-заповідного фонду загальнодержавного значення (ландшафтний заказник «Стохід», гідрологічна пам'ятка природи «Озеро Добре» у с. Підріччя та національний природний парк «Прип'ять-Стохід») та 31 об'єкт місцевого значення. У національному парку «Прип'ять-Стохід» ростуть 42 види рослин, занесених до Червоної книги України, та проживають 84 види червонокнижних тварин.</p> <p>Ґрунти дернові, дерново-підзолисті, болотні та торфоболотні. З корисних копалин зустрічаються торф, пісок, глина.</p>
Історико-культурні ресурси	<p>Історія Камінь-Каширщини сягає глибокої давнини. На території міста та його околиць було знайдено сліди споруд бронзового та раннього залізного віку, а також предмети (зброя, посуд, прикраси) епохи мезоліту, неоліту. Тут збереглися залишки городища, оточеного земляним валом і ровом, а також курган часів Київської Русі.</p> <p>Перша літописна згадка про Камінь-Каширський датується 1196 роком, коли волинський князь Роман Мстиславович збудував на цьому місці фортецю для захисту північних рубежів Волинської землі. Фортецю було названо Каменем, а городище, що виникло навколо неї – Кошером, звідки й виникла надалі назва міста Камінь-Каширський. У 1241 році під час татаро-монгольської навали фортецю було зруйновано, а городище спустошено.</p> <p>У 1340 році місто перейшло під владу Литовського князівства та стало власністю литовського князя Любарта Гедіміновича, тоді ж розпочалися роботи з відбудови фортеці. У 1430 році місто стало одним із перших на Волині, яке отримало Магдебурзьке право. Після Люблінської унії 1569 року Камінь-Каширський разом з усією Волинню відійшов під владу Польщі. У 1607 році місто майже дощенту згоріло, і було відбудоване лише у 20-ті роки XVII століття. Після третього розділу Польщі в 1795 р. Камінь-Каширський входить до складу Ковельського повіту Волинської губернії Російської імперії. На той час місто нараховувало менш як 500 мешканців, серед них 57% євреїв.</p>

Продовження додатку И

	<p>Наприкінці XIX століття місто нараховувало вже 1220 мешканців, тут діяв водяний млин, було 12 крамниць, чотири рази на рік відбувалися ярмарки. У цей період Камінь-Каширський підтримував торговельні зв'язки з багатьма містами, предметом торгівлі були ремісничі вироби місцевої промисловості, сільськогосподарські товари, віск, хутро й риба. У місті й надалі переважало сільськогосподарське виробництво. У 1913–1915 роках було збудовано залізничну колію, яка поєднала Камінь-Каширський із Ковелем.</p> <p>На підставі положень мирного Ризького договору від 1921 р., територія Камінь-Каширського відійшла до Польщі. У 1932–1935 роки було збудовано лінію вузькоколійної залізниці, яка поєднала місто з містом Любешів.</p> <p>У листопаді 1939 року Камінь-Каширський було включено до складу Білоруської РСР Радянського Союзу. Після визначення кордонів між Українською та Білоруською РСР, 4 грудня 1939 року Камінь-Каширський увійшов у склад новоутвореної Волинської області Української РСР. У 1940 році Камінь-Каширський став адміністративним центром району та містом районного підпорядкування. У першій половині 1941 року в місті діяли державні деревопереробні підприємства, підприємства харчової промисловості, залізнична станція та засоби зв'язку. Також створено підприємства лісової промисловості.</p> <p>У червні 1941 року в місто увійшли гітлерівці. Фашисти розстріляли та закатували 1535 мешканців, понад 100 молодих хлопців та дівчат було вивезено на каторжні роботи до Німеччини. Місто знову перейшло до радянської влади у квітні 1944 року. Від того часу поновили свою роботу комунальні підприємства, залізниця, ліспромгосп.</p> <p>У 1950 році промисловість у місті досягла довоєнного рівня, основою виробництва була деревина. У 1980 році було відкрито історично-краєзнавчий музей. У вересні 2021 р. місто Камінь-Каширський відзначило 825-річчя.</p> <p>Сьогодні на території громади налічуються 76 пам'яток історико-культурної спадщини, зокрема 11 археологічних, 46 історичних та 19 пам'яток архітектури та містобудування. Найбільш давніми є Стрітенський Михнівський монастир 1642 р. у с. Видричі, каплиця Домініканського монастиря XVII ст. та церква Різдва Пресвятої Богородиці 1723 р. у м. Камінь-Каширський, Церква Різдва 1737 р. у с. Видерта. Є одна пам'ятка науки й техніки міжнародного значення – геодезична Дуга Струве у с. Гута-Камінська, що входить до переліку об'єктів культурної спадщини ЮНЕСКО.</p> <p>У сфері культури в громаді сьогодні діють 38 клубних закладів, 40 бібліотек, дитяча школа мистецтв та краєзнавчий музей. Упродовж останніх років на Камінь-Каширщині активно розвивається музейна справа. Камінь-Каширський краєзнавчий музей зберігає майже 7 тис.</p>
--	---

Продовження додатку И

	<p>музейних експонатів, на базі музею проводяться тематичні виставки, майстер-класи. Також створено зразкові етнографічні колекції шкільних музеїв при ЗЗСО «Воєгощанський ліцей», ЗЗСО «Мостищенська гімназія», ЗЗСО «Підбороччанська гімназія», ОЗЗСО «Черченський ліцей». Етнографічний музей у Мостищенській школі розміщений у збереженій поліській хаті початку ХХ століття – зразку народної архітектури та побуту.</p> <p>У громаді діє комунальний заклад «Центр культури та дозвілля», у 2021 році на базі якого було проведено 1320 дозвілєво-масових культурних заходів. Діють декілька творчих фольклорних колективів, які здобули багато нагород на всеукраїнських конкурсах та фестивалях.</p> <p>Значною в громаді є гастрономічна спадщина – тут збереглися рецепти виготовлення традиційних поліських страв: вареники з квасолею, картоплею, чорниціями та сиром; пироги з капустою, начинкою із сухих ягід та груш, бобами; «плячки» – борошняні млинці; бабка із сочевиці, пшениці та ячменю; деруни «плячки» з картоплі; «йожики» з картоплі й сиру; суп із грибами; борщ із грибами з м'ясом та квашеною капустою; м'ясний «каврук»; ковбаса. Місцева традиційна страва з кисломолочного сиру «мандрички» (в давнину подорожуючі брали її в довгі мандри, оскільки вона могла зберігатися протягом тривалого часу) була віднесена до переліку об'єктів нематеріальної культурної спадщини України. Зусиллями міської ради розроблено гастрономічний каталог та гастрономічну карту громади.</p>
Економіка	<p>Основні галузі економіки – сільськогосподарська, харчова та лісопереробна. Виробництво сільськогосподарської продукції здійснюється в приватних господарствах населення та фермерських господарствах.</p> <p>Пріоритетні галузі для розвитку та інвестування – агропромисловий комплекс, харчова та переробна промисловість, впровадження нових технологій переробки лісової сировини, розвиток мисливського господарства й рибальства, розвиток туризму та рекреації, енергоощадження та альтернативна енергетика.</p> <p>Доходи громади у 2021 році становили 504,7 млн гривень, з них 132 млн – власні надходження, а 372 млн – офіційні трансферти, субвенції, дотації.</p> <p>Середня заробітна плата в Камінь-Каширському становить близько 12 тис. грн, у селах – близько 8 тис. грн. Офіційно зареєстровано 177 осіб безробітних, однак близько 3000 осіб виїжджає на заробітки за кордон. У громаді зареєстровано 1484 суб'єктів підприємницької діяльності, у тому числі 1157 фізичних осіб-підприємців та 327 юридичних осіб.</p>

Продовження додатку И

	<p>Найбільші роботодавці громади – ДП «Камінь-Каширське лісове господарство», ТзОВ «ДОФ Арбо», ТзОВ «Біоресурс-2015», ТзОВ «Волиньресурс» (лісопереробна галузь), ФОП Курагеу А. Г. (виробництво хлібобулочних виробів), ПП «Райспоживспілка», ПП «Константа-М» (будівництво), ПП «НІАП» (надання сантехнічних послуг), ФОП Гноянець В. А., ФОП Лисов В. В. (виробництво меблів).</p> <p>Громада має добре налагоджені міжнародні зв'язки та досвід співпраці з іноземними партнерами – місто Мендзижець-Підляський та гміна Біяни, Польща, міста Зіндельфінген та Беблінген, Німеччина, муніципалітет Південне Курземе, Латвія та місто Ленгфорд, Канада.</p>
Управління	<p>Основний орган управління в громаді – Камінь-Каширська міська рада, якій підпорядковуються 17 старостинських округів. На території громади розташовуються також Камінь-Каширська районна рада та Камінь-Каширська районна державна адміністрація.</p> <p>У громаді діють комунальні установи Центр надання соціальних послуг та Центр безпеки громадян. Працює оновлений Центр надання адміністративних послуг, який надає жителям громади понад 174 послуги.</p> <p>Міську раду під'єднано до значної кількості інформаційних ресурсів та сервісів: реєстру територіальної громади, реєстру «Соціальна Громада», Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, реєстру речових прав на нерухоме майно та їх обтяжень. Діють системи електронного документообігу «АСКОД», «Вулик».</p> <p>Діє бюджет участі, у рамках якого вже були успішно реалізовані перші проекти-переможці з очищення водойм та благоустрою територій громади.</p>
Освіта	<p>У громаді функціонують 25 закладів дошкільної освіти та 32 заклади загальної середньої освіти: 23 ліцеї (5 опорних закладів загальної середньої освіти, які мають 11 філій), 7 гімназій та 2 початкові школи. Діють 2 інклюзивно-ресурсні центри та 4 заклади позашкільної освіти, у тому числі школа мистецтв та міжшкільний навчально-виробничий комбінат профільної освіти.</p> <p>Є державний професійно-технічний навчальний заклад «Камінь-Каширське вище професійне училище», у якому готують представників робітничих професій, у тому числі кухарів та кондитерів. Діє Центр професійного розвитку педагогічних працівників.</p>
Здоров'я та спорт	<p>У громаді діють Камінь-Каширський центр первинної медико-санітарної допомоги, Камінь-Каширська центральна районна лікарня, 8 амбулаторій загальної практики-сімейної медицини та 9 фельдшерсько-акушерських пунктів.</p>

Продовження додатку И

	<p>На території громади функціонують дитячо-юнацька спортивна школа, Камінь-Каширський міський центр фізичного здоров'я населення «Спорт для всіх», Федерація футболу Камінь-Каширського району, Федерація важкої атлетики Камінь-Каширського району та Всеукраїнське фізкультурно-спортивне товариство «Колос». Діють стадіон «Колос» та зал важкої атлетики.</p>
Інфраструктура	<p>У Камінь-Каширській громаді працюють 5 засобів розміщення: садиба «Там, де Добре» у м. Камінь-Каширський (5 місць), готель «Лідер» у м. Камінь-Каширський (18 місць), пансіонат «Лісовичок» на узбережжі озера Добре (25 місць), садиба «Чан на Прибережній» у с. Бузаки (5 місць) та відпочинковий хутір «Батьківська хата» у с. Теклине (15 місць).</p> <p>8 закладів надають послуги громадського харчування: ресторани «Застав'я», «Імпреза», «Полісся», кафе «Гриль-бар», піцерія «Бон Аппетит» та паб «Камінь» у м. Камінь-Каширський, ресторан «Вечірній Київ» у с. Раків Ліс та бар «Обрій» у с. Ворокомле.</p> <p>Між селами громади та адміністративним центром налагоджене автобусне сполучення. Зовнішні зв'язки громада здійснює автомобільним та залізничним транспортом. Головними є автошляхи Т-03–11 Седлище – Камінь-Каширський – Ковель – Колодяжне – Купичів – Локачі – Горохів, Т-03–08 Любомль – Головне – Дубечне – Здомишель – Ратне – Камінь-Каширський – Любешів. Налагоджене залізничне сполучення з м. Ковель (Вербка – Камінь-Каширський). Є місцеві автотранспортні перевізники, діє автобусне сполучення з містами Ковель, Луцьк, Рівне, Львів, Київ.</p> <p>У громаді є відділення ПриватБанку та Ощадбанку.</p>
Засоби масової інформації	<p>Інформація про діяльність органів місцевого самоврядування та життя громади поширюється через офіційний сайт та сторінки в соціальних мережах Камінь-Каширської міської ради, місцеву газету «Полісся», інтернет-видання Район.Камінь-Каширський, Район.Культура та Еко.Район. Відділом регіонального розвитку, туризму та інвестиційної діяльності апарату міської ради створена та постійно оновлюється сторінка в мережі Facebook «Камінь-Каширський туристичний». У планах також створення вебсайту «Камінь-Каширський туристичний».</p>

Джерело: розроблено автором за [33, 34, 35, 79, 80, 85]

Інформація про кластер

<p>Історія розвитку кластера</p>	<p>Туризм у Камінь-Каширському районі довгий час не розвивався взагалі, оскільки територія зазнала часткового забруднення внаслідок аварії на Чорнобильській атомній електростанції і в 1991 році населеним пунктам району було надано статус третьої зони гарантованого (добровільного) відселення. Радіаційний фон на території громади щодня вимірюється працівниками обласного лабораторного центру. З початку 2000-х років середньомісячні показники потужності експозиційної дози на території Камінь-Каширської громади не перевищують природного фону по Волинській області, тож сьогодні територія громади чиста й має всі шанси для активного розвитку сільського туризму.</p> <p>Після утворення Камінь-Каширської територіальної громади в листопаді 2020 року, за ініціативи органів місцевого самоврядування та активних жителів громади туризм було визнано одним зі стратегічних напрямів розвитку громади.</p> <p>Відділом проектної діяльності та міжнародного співробітництва апарату міської ради підготовлено конкурсну заявку, яка була відібрана до участі в проєкті «Перспективи сталого розвитку сільських територій», що реалізовувався ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» у 2021–2022 роках. У рамках проєкту представники громади взяли участь у двох навчальних онлайн-курсах із розвитку сталого сільського туризму «Основи сталого розвитку сільського зеленого туризму» та «Сільський зелений туризм: підвищення кваліфікації», а також у навчальній поїздці для обміну досвідом у Грицівську територіальну громаду Хмельницької області (кластер сільського туризму «Оберіг»). У рамках навчання, з консультаціями та за участі експертів Спілки ініціативною групою громади, у яку увійшли працівники органів місцевого самоврядування та місцеві підприємці, було сформовано концепцію кластера сільського туризму в Камінь-Каширській територіальній громаді.</p> <p>Пізніше стратегічні плани щодо розвитку сільського туризму в громаді були затверджені в Стратегії розвитку Камінь-Каширської територіальної громади на 2022–2032 роки та Програмі розвитку туризму та рекреації в Камінь-Каширській територіальній громаді на 2022–2025 роки. На сьогодні кластерна ініціатива щодо формування кластера сільського туризму в Камінь-Каширській громаді все ще перебуває на етапі ініціації. У довгостроковій перспективі планується посилення агротуристичної складової кластера реалізацією інвестиційних проєктів щодо розвитку сільськогосподарського потенціалу громади «Камінь-Каширська ягода», «Камінь-Каширська картопля» та «Камінь-Каширська сироварня».</p>
----------------------------------	--

Продовження додатку И

Мета кластера	<p>Кластер сільського туризму Камінь-Каширської територіальної громади спрямований на розвиток краєзнавчо-етнографічного, культурно-пізнавального, подієвого, гастрономічного, екологічного, відпочинкового, активного, водного та агротуризму в Камінь-Каширській територіальній громаді на базі співпраці надавачів послуг розміщення та харчування, організації дозвілля, фольклорних та творчих колективів, виробників сільськогосподарської та сувенірної продукції, природоохоронних та історико-охоронних установ, навчальних закладів, органів місцевого самоврядування та інших зацікавлених учасників для посилення туристичної привабливості Камінь-Каширської громади, генерування конкурентоспроможних туристичних продуктів та сталого розвитку туризму в громаді.</p>
Основні завдання кластера	<p>Кластерна організація буде виконувати такі завдання із розвитку конкурентоспроможності кластера:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навчання та інформування жителів громади щодо можливостей започаткування власної справи у сфері сільського туризму для збільшення кількості зайнятого населення у сфері туризму; - навчання та підвищення кваліфікації учасників кластера для сталого розвитку туризму в громаді; - сприяння розвитку системи професійної підготовки у сфері туризму та гостинності; - формування конкурентоспроможних та інноваційних туристичних продуктів громади; - створення бренду та формування позитивного іміджу громади як привабливої туристичної дестинації; - промоція туристичного потенціалу громади на регіональному, загальнонаціональному та міжнародному рівнях для збільшення туристичних потоків; - сприяння збереженню, раціональному використанню та розвитку туристичних ресурсів та покращенню туристичної та рекреаційної інфраструктури в громаді; - сприяння реалізації сільськогосподарської та сувенірної продукції учасників кластера; - консолідація зусиль та налагодження співпраці між усіма зацікавленими учасниками для сталого розвитку туризму в громаді; - налагодження та розвиток міжнародних зв'язків для забезпечення виконання завдань діяльності кластера; - залучення інвестицій та фінансування на реалізацію проєктів та ініціатив кластера; - забезпечення та розвиток організаційної спроможності кластерної організації для більш ефективної діяльності кластера.

Продовження додатку И

Продукти та послуги кластера	<p>У перспективі кластер сільського туризму Камінь-Каширської громади планує пропонувати відвідувачам:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проживання в традиційних поліських садибах та інших засобах розміщення в громаді; - харчування в садибах та закладах громадського харчування; - ознайомлення з гастрономічною спадщиною Полісся та традиційними стравами місцевої кухні; - майстер-класи з випічки хліба, хлібобулочних виробів та приготування традиційних поліських страв у печі; - відвідування музеїв та духовних святинь, ознайомлення з історією та побутом поліщан; - мандрівки екологічними стежками, заповідними об'єктами та національним парком «Прип'ять-Стохід»; - спостереження за птахами та дикою природою; - піші, велосипедні та кінні прогулянки; - відпочинок біля озер та річок; - водні мандрівки на катерах, човнах, байдарках; - риболовлю та полювання; - збирання ягід, грибів та лікарських трав; - відвідування народних умільців та спеціалізовані майстер-класи (гончарство, писанкарство, вишивка тощо); - відвідування традиційних забав і свят, ярмарок; - споглядання діяльності фольклорних колективів, участь у народних обрядах і культових діях; - відвідування щорічних фестивалів «Добре-FEST» (до свята Івана Купала) та «Мандричка-FEST» (до Дня міста Камінь-Каширського); - придбання місцевої продукції та сувенірів у сувенірних крамницях при закладах розміщення, на місцевому ринку та сезонних ярмарках – гриби, ягоди, мед, сир та інша сільськогосподарська продукція, вироби з дерева, вишитий одяг та інше.
------------------------------	--

Джерело: розроблено автором

Потенційні учасники та партнери кластера сільського туризму Камінь-Каширської громади

Група учасників	Рівні учасників			
	Локальний рівень	Регіональний	Національний	Міжнародний
Засоби розміщення	Садиба «Там, де Добре» (м. Камінь-Каширський), готель «Лідер» (м. Камінь-Каширський), пансіонат «Лісовичок» (с. Підріччя), садиба «Чан на Прибережній» (с. Бузаки), відпочинковий хутір «Батьківська хата» (с. Теклине)	-	-	-
Заклади харчування	Ресторани «Застав'я», «Імпреза», «Полісся», кафе «Гриль-бар», піцерія «Бон Аппетит» та паб «Камінь» у м. Камінь-Каширський, ресторан «Вечірній Київ» у с. Раків Ліс, бар «Обрій» у с. Ворокомле	-	-	-
Надавачі транспортних, екскурсійних та додаткових послуг	Автотранспортні перевізники Гіди та екскурсоводи (15 туристичних гідів на базі музею, бібліотек, шкіл) Надавачі послуг оренди туристичного спорядження, організації туристичних походів, сплавів тощо	Автотранспортні перевізники Гіди та екскурсоводи Надавачі послуг оренди туристичного спорядження, організації туристичних походів, сплавів тощо	-	-

Продовження додатку И

Виробники сільськогосподарської та сувенірної продукції	Власники особистих селянських та сімейних фермерських господарств, приватні підприємці	-	-	-
Природоохоронні установи	-	НПП «Прип'ять-Стохід» <i>Можливе подальше напрацювання контактів</i>	<i>Можливе подальше напрацювання контактів</i>	<i>Можливе подальше напрацювання контактів</i>
Культурні установи	Камінь-Каширський краєзнавчий музей, Центр культури і дозвілля, майстри народних ремесел, творчі фольклорні колективи, етнографічні музеї при ЗЗСО «Воєгощанський ліцей», ЗЗСО «Мостищенська гімназія», ЗЗСО «Підбороччанська гімназія», ОЗЗСО «Черченський ліцей», Камінь-Каширська дитяча школа мистецтв, клубні заклади та бібліотеки	<i>Можливе подальше напрацювання контактів</i>	<i>Можливе подальше напрацювання контактів</i>	<i>Можливе подальше напрацювання контактів</i>
Органи влади	Представники Камінь-Каширської міської ради (відділ регіонального розвитку, туризму та інвестиційної діяльності та відділ проектної діяльності та міжнародного співробітництва), старостинських округів, Камінь-Каширської районної ради та Камінь-Каширської районної державної адміністрації	Волинська обласна державна адміністрація, адміністрації сусідніх Самарівської ТГ, Забродівської ТГ, Велимченської ТГ, Сошичненської ТГ, Маневицької ТГ, Прилісненської ТГ, Любешівської ТГ	Міністерство цифрової трансформації, Міністерство розвитку громад та територій України, Корсунь-Шевченківська міська рада Черкаського району Черкаської області <i>Можливе подальше</i>	Місто Мендзижець-Підляський та гміна Біляни (Польща), міста Зіндельфінген та Беблінген (Німеччина), муніципалітет Південне Курземе (Латвія), місто Ленгфорд (Канада)

Продовження додатку И

			<i>напрацювання контактів</i>	<i>Можливе подальше напрацювання контактів</i>
Освітні, навчальні та наукові установи	Камінь-Каширське вище професійне училище, Центр професійного розвитку педагогічних працівників, Камінь-Каширська районна філія Волинського обласного центру зайнятості	Волинський регіональний центр підвищення кваліфікації, Волинський обласний центр зайнятості, Луцький національний технічний університет <i>Можливе подальше напрацювання контактів</i>	Львівський національний університет природокористування <i>Можливе подальше напрацювання контактів</i>	Талліннський університет <i>Можливе подальше напрацювання контактів</i>
Громадські організації	Молодіжні, освітні, спортивні, підприємницькі громадські організації в громаді	ГО «Волинські перспективи» <i>Можливе подальше напрацювання контактів</i>	ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні», ГО «Національна асоціація сільськогосподарських дорадчих служб України», ГС «Українська мережа сільського розвитку», ГО «Екодія» <i>Можливе подальше напрацювання контактів</i>	<i>Можливе подальше напрацювання контактів</i>

Продовження додатку И

Засоби масової інформації	Інформаційні ресурси Камінь-Каширської міської ради, Facebook-сторінка «Камінь-Каширський туристичний»	Газета «Полісся», онлайн-видання Район.Камінь-Каширський, Район.Культура, Еко.Район <i>Можливе подальше напрацювання контактів</i>	Онлайн-видання «Агропортал» <i>Можливе подальше напрацювання контактів</i>	<i>Можливе подальше напрацювання контактів</i>
Сектор реалізації послуг (в перспективі)	<i>Туристичні агентства, оператори, екскурсійні бюро</i>	<i>Туристичні агентства, оператори, екскурсійні бюро</i>	<i>Туристичні агентства, оператори, екскурсійні бюро</i>	<i>Туристичні агентства, оператори, екскурсійні бюро</i>
Надавачі супутніх послуг (в перспективі)	<i>Надавачі інформаційних, рекламних, фінансових послуг тощо</i>	<i>Надавачі інформаційних, рекламних, фінансових послуг тощо</i>	<i>Надавачі інформаційних, рекламних, фінансових послуг тощо</i>	<i>Надавачі інформаційних, рекламних, фінансових послуг тощо</i>

Джерело: розроблено автором

Додаток К

SWOT-аналіз потенціалу Камінь-Каширської громади щодо формування кластера сільського туризму

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Найвні природно-рекреаційні ресурси в громаді – 7 річок, 10 озер, 34 об’єкти природно-заповідного фонду</p> <p>Найвні історико-культурні ресурси – 76 пам’яток історико-культурної спадщини та одна пам’ятка науки й техніки міжнародного значення</p> <p>Багата гастрономічна спадщина – збережені рецепти виготовлення традиційних поліських страв, місцева страва «мандрички» віднесена до переліку об’єктів нематеріальної культурної спадщини України</p> <p>Розвинена культурна сфера в громаді – діють краєзнавчий музей та чотири пришкольні етнографічні музеї, численні творчі фольклорні колективи та Центр культури та дозвілля, на базі якого щороку проводяться понад 1300 дозвіллево-масових культурних заходів</p> <p>Підготовлені маркетингові публікації щодо туристичного потенціалу громади – чотири відеоролики, понад десять публікацій та статей у друкованих та онлайн-медіа, гастрономічний каталог та гастрономічна карта громади</p> <p>Активна участь, підтримка та зацікавленість органів місцевого самоврядування в розвитку сільського туризму в громаді</p> <p>Прийнята Стратегія розвитку Камінь-Каширської територіальної громади на 2022–2032 роки, яка затверджує туризм одним зі стратегічних напрямів розвитку громади</p> <p>Прийнята Програма розвитку туризму та рекреації в Камінь-Каширській територіальній громаді на 2022–2025 роки</p>	<p>Низький рівень розвитку туристичної сфери – до утворення громади у 2020 році туризм не розвивався взагалі</p> <p>Слабо розвинена туристично-рекреаційна інфраструктура</p> <p>Низький рівень зайнятості членів громади в туризмі</p> <p>Недостатня поінформованість жителів громади про можливості розвитку сільського туризму</p> <p>Яскраво виражена сезонність туристичного продукту громади</p> <p>Часткова трудова міграція за кордон активних і кваліфікованих працівників</p> <p>Відсутні централізоване водопостачання та каналізація в деяких населених пунктах громади</p> <p>Низька якість питної води в деяких населених пунктах громади</p> <p>Спостерігається непропорційність розвитку адміністративного центру м. Камінь-Каширський та сільських населених пунктів громади</p> <p>Порівняно слабо розвинене громадянське суспільство – у громаді активно діють лише спортивні громадські організації, бракує мистецьких, підприємницьких, екологічних тощо</p> <p>Погано розвинений молодіжний рух – немає молодіжних організацій, молодіжних рад при органах місцевого самоврядування, молодіжних просторів у громаді</p>

Продовження додатку К

Розроблена та затверджена програма інформатизації «Цифрова трансформація Камінь-Каширської ради» на 2023–2025 роки, яка передбачає також заходи із цифрової трансформації туризму

Наявні чисельні довгострокові програми розвитку в громаді (програма покращення якості питної води в населених пунктах громади, програма розвитку водного господарства, програма розвитку міжнародного співробітництва та міжрегіональної співпраці, програма підтримки індивідуального житлового будівництва на селі, програма благоустрою населених пунктів громади, програма охорони навколишнього природного середовища та інші)

Є значний успішний досвід органів місцевого самоврядування в реалізації грантових проєктів та залученні міжнародної технічної допомоги

Розроблені інвестиційний паспорт громади та інвестиційна пропозиція «Кластер сільського зеленого туризму «Водні плеса Камінь-Каширщини»

Добре налагоджені міжнародні зв'язки та досвід співпраці громади з іноземними партнерами в Польщі, Німеччині, Латвії, Естонії та Канаді

Вигідне географічне розташування громади недалеко від кордону з Європейським Союзом

Налагоджене пряме залізничне сполучення з м. Ковель та автобусне сполучення з містами Луцьк, Рівне, Львів, Київ

Відсутнє велике промислове виробництво в громаді

Наявні значні земельні ресурси та вільні інвестиційно привабливі ділянки та приміщення

Продовження додатку К

<p>Наявна кваліфікована робоча сила та підготовка кадрів робітничих професій у громаді на базі Камінь-Каширського вищого професійного училища</p> <p>Діють 5 засобів розміщення та 8 закладів громадського харчування різних типів</p> <p>Діє бюджет участі, у рамках якого успішно реалізуються проекти з очищення водою та благоустрою територій громади</p> <p>Добре розвинені соціальна сфера, сфера освіти та охорони здоров'я в громаді</p> <p>Розвинена сфера торгівлі й послуг у громаді</p>	
Можливості	Загрози
<p>Наявний земельний ресурс та вільний житловий фонд створюють основу для розвитку сільської гостинності на базі особистих селянських господарств</p> <p>Густа мережа річок та озер дасть змогу активно розвивати риболовлю та водний туризм</p> <p>Наявність значних лісових масивів у громаді створює основу для таких туристсько-рекреаційних занять як збирання грибів, ягід та лікарських трав, мисливство</p> <p>Наявність у межах громади об'єктів природно-заповідного фонду державного значення та, зокрема, національного природного парку «Прип'ять-Стохід» створює основу для розвитку екологічного туризму</p> <p>Наявні сприятливі природно-рекреаційні ресурси створюють основу для розвитку відпочинкового туризму, а додаткові плани щодо створення реабілітаційного центру біля озера Добре в довгостроковій перспективі уможливають реабілітаційний відпочинок у громаді</p> <p>Добре розвинена культурна сфера в громаді, наявні музеї, фольклорні творчі колективи та діяльність Центру культури та дозвілля створюють основу для розвитку краєзнавчо-</p>	<p>Безпосередня близькість громади до державного кордону з Білоруссю створює загрозу у випадку ескалації військового конфлікту</p> <p>Подальше погіршення економічної ситуації в країні внаслідок війни може призвести до переоцінки суспільно-економічних пріоритетів у громаді та уповільнення розвитку туризму</p> <p>Часта зміна законодавства в країні, особливо податкового, може стримувати розвиток підприємництва в громаді</p> <p>Статус «Чорнобильської зони» (третьої зони гарантованого (добровільного) відселення) може стати негативним іміджевим чинником щодо розвитку туризму в громаді</p> <p>Слабо розвинена туристично-рекреаційна інфраструктура та недостатня поінформованість жителів громади може спричинити низький рівень туристичного сервісу</p> <p>Природний потенціал громади може опинитися під загрозою через несприятливі погодні явища, спричинені глобальними змінами клімату, неконтрольовану вирубку лісів, незаконний видобуток торфу й бурштину та інші антропогенні впливи</p> <p>Посилення трудової міграції та відтік</p>

Продовження додатку К

<p>етнографічного, культурно-пізнавального та подієвого туризму</p> <p>Багата гастрономічна спадщина, підготовка кухарів та кондитерів на базі місцевого училища та виробництво локальної сільськогосподарської продукції створюють основу для розвитку гастрономічного туризму</p> <p>Реалізація інвестиційних проєктів щодо розвитку сільськогосподарського потенціалу громади «Камінь-Каширська ягода», «Камінь-Каширська картопля» та «Камінь-Каширська сироварня» сприятимуть посиленню агротуристичного складника кластера та розвитку агротуризму</p> <p>Диверсифікація туристичного продукту громади через організацію туристичних активностей, свят та масових заходів у зимовий період та вихід на нові цільові ринки споживачів туристичних послуг (наприклад, дистанційних працівників) дасть змогу зменшити вплив сезонності на розвиток туризму в громаді</p> <p>Налагоджене пряме залізничне сполучення з м. Ковель та автобусне сполучення з містами Луцьк, Рівне, Львів, Київ дає доступ до цільових потенційних ринків споживачів туристичних послуг громади</p> <p>Близька відстань до державного кордону з Польщею сприятиме виходу на іноземні туристичні ринки після закінчення війни та вступу країни до ЄС</p> <p>Співпраця із сусідніми територіальними громадами – Самарівською, Забродівською, Велимченською, Сошичненською, Маневицькою, Прилісненською і Любешівською – створює можливості для диверсифікації та посилення туристичного продукту в громаді</p> <p>Наявна тісна співпраця з регіональними традиційними та онлайн-медіа (газета «Полісся», інтернет-видання Район.Камінь-</p>	<p>молодих спеціалістів може спричинити нестачу кваліфікованої робочої сили для розвитку сільського туризму в громаді</p> <p>Громаді може бракнути знань, інструментів та зусиль для створення туристичного продукту, який був би конкурентоспроможним порівнюючи з відомими туристичними магнітами області – Шацькими озерами та озером Світязь зокрема</p> <p>Переважання підходу «зверху-вниз» під час формування кластера (домінантність ініціативи органів місцевого самоврядування, а не бізнесу та активних жителів громади) може призвести до надмірної бюрократизації процесу, обмеження креативності та гнучкості та уповільнення розвитку кластера</p>
--	---

Каширський, Район.Культура та Еко.Район) створює основу для промоції туристичного потенціалу громади та залучення відвідувачів на регіональному рівні

Наявні налагоджені зв'язки з університетами і профільними громадськими організаціями на регіональному, національному та міжнародному рівнях, а також власні навчально-методичні та освітні потужності (Центр професійного розвитку педагогічних працівників, Камінь-Каширська районна філія Волинського обласного центру зайнятості, Камінь-Каширське вище професійне училище) можуть стати основою для отримання експертно-консультаційної підтримки, створення та реалізації освітніх програм для жителів громади та учасників кластера та розвитку системи професійної підготовки у сфері туризму та гостинності в громаді

Успішно проведена реформа децентралізації, відкритість та прозорість діяльності органів місцевого самоврядування та високий рівень підтримки влади серед місцевих жителів надає значні можливості для отримання необхідних ресурсів та інформації і швидкого ухвалення рішень щодо розвитку сільського туризму в громаді

Підготовлені інвестиційні пропозиції щодо розвитку туризму та рекреації, успішний досвід реалізації грантових проектів у громаді та налагоджені міжнародні зв'язки нададуть можливості для залучення міжнародної технічної допомоги та фінансування розвитку туризму в громаді

Реалізація проекту «Офіс впровадження цифрових рішень «Digital Volyn» у співпраці з Волинською ОВА та Міністерством цифрової трансформації України та розробка за його результатами програми цифрової трансформації Камінь-Каширської громади надасть значні можливості для впровадження інновацій у розвиток сільського туризму:

Продовження додатку К

<p>використання інформаційних технологій під час створення туристичного продукту (мобільні туристичні мапи, віртуальні тури, QR-коди для маркування туристичних об'єктів та маршрутів); створення нових можливостей для навчання учасників кластера та жителів громади (через мережу хабів цифрової освіти на базі бібліотек громади з використанням віртуальної реальності); сприяння реалізації сільськогосподарської та сувенірної продукції учасників кластера (через створення онлайн-маркетплейсу крафтових продуктів); залучення в довгостроковій перспективі цільової аудиторії IT-мандрівників (створення та розвиток коворкінг-центрів)</p> <p>Активне застосування бюджету участі сприятиме подальшому благоустрою територій та розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури в громаді</p> <p>Формалізація кластера сільського туризму та юридичне оформлення кластерної організації дадуть змогу активніше залучати фінансування на діяльність кластера</p>	
--	--

Джерело: розроблено автором

Додаток Л

**PESTE-аналіз потенціалу Камінь-Каширської громади щодо формування
кластера сільського туризму**

Тип чинників	Можливості	Загрози
Політичні чинники	<p>Національне законодавство дозволяє сільським жителям надавати послуги сільської гостинності на базі особистих селянських господарств без юридичної реєстрації підприємницької діяльності</p> <p>Пільгові податкові умови для мікро, малого та середнього бізнесу на час дії воєнного стану в країні</p> <p>Успішно проведена реформа децентралізації в громаді</p> <p>Відкритість та прозорість діяльності органів місцевого самоврядування</p> <p>Низький рівень корупції в громаді</p> <p>Високий рівень підтримки влади серед місцевих жителів</p> <p>Близькість розташування громади до кордону з Європейським Союзом</p> <p>Налагоджені зв'язки громади з іноземними партнерами в Польщі, Німеччині, Латвії, Естонії та Канаді</p> <p>Активна участь, підтримка та зацікавленість органів місцевого самоврядування в розвитку туризму в громаді</p> <p>Прийнята Стратегія розвитку Камінь-Каширської територіальної громади на 2022–2032 роки, яка затверджує туризм одним зі стратегічних напрямів розвитку громади</p>	<p>Розвиток військових дій у країні</p> <p>Часті зміни законодавства в країні, зокрема податкового</p> <p>Безпосередня близькість розташування громади до кордону з Білоруссю</p>

Продовження додатку Л

	<p>Прийнята Програма розвитку туризму та рекреації в Камінь-Каширській територіальній громаді на 2022–2025 роки</p> <p>Прийняті численні довгострокові програми розвитку в громаді</p> <p>Наявні незалежні регіональні ЗМІ</p> <p>У громаді діє та активно використовується бюджет участі</p>	
Економічні чинники	<p>Туризм та рекреація визначено пріоритетними галузями для розвитку та інвестування в громаді</p> <p>У приватних господарствах населення та фермерських господарствах здійснюється виробництво сільськогосподарської продукції</p> <p>У громаді зареєстровано приблизно 1,5 тис. суб'єктів підприємницької діяльності</p> <p>Підписані угоди про економічну співпрацю з іноземними партнерами</p> <p>Є значний успішний досвід реалізації грантових проєктів та залучення міжнародної технічної допомоги</p> <p>Розроблені інвестиційний паспорт громади та інвестиційні пропозиції для розвитку туризму та рекреації</p> <p>Наявні значні земельні ресурси та вільні інвестиційно привабливі ділянки та приміщення</p> <p>Налагоджене пряме транспортне сполучення з містами Ковель, Луцьк, Рівне, Львів, Київ</p> <p>Розвинена сфера торгівлі й послуг у громаді</p>	<p>Високий рівень інфляції в країні</p> <p>Значне падіння економіки в країні внаслідок війни</p> <p>Зменшення купівельної спроможності населення</p> <p>Підвищення цін на всі групи товарів та послуг</p> <p>Недосконалість системи оподаткування</p> <p>Низький рівень розвитку мікро, малого й середнього підприємництва в громаді</p> <p>Низький рівень розвитку туристичної сфери в громаді</p> <p>Низький рівень розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури</p> <p>Яскраво виражена сезонність туристичного продукту громади</p> <p>Непропорційність економічного розвитку адміністративного центру м. Камінь-Каширський та сільських населених пунктів громади</p>
Суспільно-культурні чинники	<p>Камінь-Каширська громада – одна з найбільших міських громад із сільським населенням в Україні</p>	<p>Постійна загроза безпеці й життю людей унаслідок війни</p> <p>Високий рівень безробіття в країні</p>

Продовження додатку Л

	<p>(78 % сільського населення – понад 43 тис. осіб)</p> <p>У громаді спостерігається позитивний приріст населення</p> <p>У громаді чимало багатодітних сімей та матерів, які мають почесний титул «Матір-Героїня»</p> <p>Наявна кваліфікована робоча сила та підготовка кадрів робітничих професій на базі Камінь-Каширського вищого професійного училища</p> <p>Наявні власні навчально-методичні потужності (Центр професійного розвитку педагогічних працівників, Камінь-Каширська районна філія Волинського обласного центру зайнятості)</p> <p>Мала кількість офіційно зареєстрованих безробітних у громаді</p> <p>Порівняно конкурентний рівень середньої заробітної плати у м. Камінь-Каширський</p> <p>Добре розвинені соціальна сфера, сфера освіти та охорони здоров'я в громаді</p> <p>У громаді діють Центр надання адміністративних послуг, Центр надання соціальних послуг та Центр безпеки громадян</p> <p>Розвинена культурна сфера в громаді – діють краєзнавчий музей та чотири пришкільні етнографічні музеї, численні творчі фольклорні колективи та Центр культури та дозвілля</p> <p>Багата історико-культурна та гастрономічна спадщина</p> <p>Стратегія розвитку громади передбачає заходи щодо розвитку</p>	<p>Низький рівень зайнятості членів громади в туризмі</p> <p>Недостатня поінформованість жителів громади про можливості розвитку сільського туризму</p> <p>Трудова міграція за кордон молоді і кваліфікованих працівників</p> <p>Порівняно слабо розвинене громадянське суспільство</p> <p>Не розвинений молодіжний рух</p>
--	--	---

Продовження додатку Л

	культурних та дозвіллевих послуг, медичної галузі, підвищення якості освітніх і соціальних послуг, покращення соціальних стандартів та вдосконалення системи безпеки громадян	
Технологічні чинники	<p>Усі населені пункти громади мають доступ до високошвидкісного інтернет-зв'язку</p> <p>Відкритість до впровадження інновацій та використання інформаційних технологій у громаді</p> <p>Розроблена та затверджена програма інформатизації «Цифрова трансформація Камінь-Каширської ради» на 2023–2025 роки</p> <p>Програма цифровізації передбачає використання інформаційних технологій під час створення туристичного продукту (мобільні туристичні мапи, віртуальні тури, QR-коди для маркування туристичних об'єктів та маршрутів)</p> <p>Планується створення в громаді мережі хабів цифрової освіти на базі бібліотек із використанням віртуальної реальності</p> <p>Планується створення онлайн-маркетплейсу крафтових продуктів</p> <p>Планується створення та розвиток коворкінг-центрів</p> <p>Успішно впроваджена пілотна ініціатива з відкритих даних у громаді</p> <p>Громада може мати доступ до нових знань та технологій через уже налагоджені зв'язки з університетами</p>	<p>Низький рівень цифрової грамотності сільського населення та людей старшого віку</p> <p>Нерівномірність доступу населення до впроваджених цифрових рішень</p>

Продовження додатку Л

<p>Екологічні чинники (чинники навколишнього середовища)</p>	<p>Наявність значних природно-рекреаційних ресурсів</p> <p>Наявність 3 об'єктів природно-заповідного фонду державного та 31 місцевого значення</p> <p>Відсутнє велике промислове виробництво в громаді</p> <p>Сприятливі умови для розвитку екологічного туризму</p> <p>Енергоощадження та альтернативна енергетика визначені стратегічними напрямами розвитку та інвестування</p> <p>Стратегія розвитку громади на 2022–2032 роки передбачає заходи з покращення екологічної ситуації в громаді та ефективне використання природних ресурсів, у тому числі вдосконалення порядку використання природних ресурсів місцевого значення, створення системи очищення каналізаційних стоків, забезпечення якісного водопостачання, вироблення єдиної стратегії поводження з відходами, підвищення екологічної культури жителів громади</p>	<p>Несприятливі погодні явища, спричинені глобальними змінами клімату</p> <p>Низький рівень екологічної свідомості населення</p> <p>Відсутність активних екологічних громадських організацій та ініціатив у громаді</p> <p>Територія громади зазнала забруднення під час аварії на Чорнобильській атомній електростанції та отримала статус третьої зони гарантованого (добровільного) відселення</p> <p>Лісозаготівля та переробка є найбільшою галуззю економіки в громаді</p> <p>Неконтрольована вирубка лісів, незаконний видобуток торфу й бурштину та інші антропогенні впливи</p> <p>Низький рівень благоустрою та засмічення деяких територій у громаді</p> <p>Частина водойм у громаді потребують очищення</p> <p>Відсутнє централізоване водопостачання та каналізація в деяких населених пунктах громади</p> <p>Низька якість питної води в деяких населених пунктах громади</p>
--	---	---

Джерело: розроблено автором

Додаток М

Список публікацій здобувача

Статті у фахових наукових виданнях України, в яких опубліковано основні наукові результати дисертації

1. **Матвієнко, Н. М., Околович, І. І.** (2018). Сільський туризм: сутність та аспекти понятійно-термінологічного апарату. *Економічна та соціальна географія*, 80, 28–32. DOI:10.17721/2413-7154/2018.80.28-32 (Особистий внесок здобувача: проаналізовано наявні визначення та сутність поняття «сільський туризм» та суміжних понять «агротуризм» та «екологічний туризм»).

2. **Kiptenko, V., Okolovych, I.** (2022). Introduction of sustainable development aspects in the field of rural tourism in Ukraine. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Географія*, 1/2 (82/83), 39-46. DOI:10.17721/1728-2721.2022.82.6 (Особистий внесок здобувача: здійснено збір первинного матеріалу та проаналізовано результати опитування власників сільських гостинних садиб щодо впровадження аспектів сталого розвитку у сфері сільського туризму в Україні).

3. **Околович, І.** (2022). Напрями забезпечення сталості сільського туризму в Україні. *Journal of Innovatios and Sustainability*, 6(4), 01. DOI:10.51599/is.2022.06.04.01

4. **Околович, І.** (2022). Особливості кластеризації сільського туризму в Україні. *Географія та туризм*, 70, 37-49. DOI:10.17721/2308-135X.2022.70.37-49

Опубліковані наукові праці апробаційного характеру

1. **Матвієнко, Н. М., Матвієнко, В. М., Околович, І. І.** (2018). Сільський туризм у контексті сталого розвитку. «Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика» *Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції*, 288-291. Львів: ЛТЕУ. (Особистий внесок здобувача: визначено специфіку сільського туризму як інструменту забезпечення сталого

розвитку сільських територій, охарактеризовано принципи відповідності розвитку сільського туризму критеріям сталості).

2. **Зінько, Ю., Мальська, М., Дубіс, Л., Васильєв, В., Околович, І.** (2019). Кластери туризму як один з інструментів сталого сільського розвитку України. *IPSI Proceedings*, 12-15. Рим, Італія. (Особистий внесок здобувача: проаналізовано особливості туристичних кластерів, підходи до організації кластерів сільського туризму та їх складові елементи).

3. **Околович, І.** (2020). Сільський туризм і виклики COVID-19: європейський досвід реагування. «Туризм у XXI столітті: виклики та реагування» *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції*, 86-90. Київ.

4. **Околович, І. І.** (2021). Кластеризація сільського туризму як інструмент розвитку сільських територій. *Матеріали зимової сесії Міжнародної Карпатської Школи «Захист вразливих екосистем в умовах пандемії та зміни клімату»*, 79-81. Косів: Наукове товариство імені Шевченка.

5. **Зінько, Ю., Мальська, М., Околович, І.** (2021). Сільський і водний туризм в умовах коронавірусної пандемії. «Водний туризм: національний та міжнародний досвід» *Матеріали наукової конференції з міжнародною участю*, 29-34. Львів: ФОП Корпан Б. І. (Особистий внесок здобувача: проаналізовано вітчизняний та закордонний досвід реагування сільського туризму до кризових ситуацій).

6. **Околович, І. І.** (2022). Естонський досвід формування та діяльності кластерів сільського туризму. *Інтеграція освіти, науки і бізнесу: монографія*, 11, 124-130. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика».

7. **Матвієнко, Н., Матвієнко, В., Околович, І.** (2023). Розвиток територіальних громад через сільський туризм. *Міста та регіони в епіцентрі просторових змін: збірник наукових праць*, 77-78. Київ: ВПЦ «Київський університет». (Особистий внесок здобувача: описано діяльність ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» в напрямі допомоги територіальним громадам у вирішенні актуальних питань сільського розвитку).

8. *Околович, І. І.* (2023). Багаторівневий підхід до підвищення сталості сільського туризму в Україні. *Матеріали зимової сесії Міжнародної Карпатської Школи «Сталий розвиток Карпатського регіону: виклики та перспективи».*

Брала участь в українських та міжнародних конференціях, а саме:

1. I міжнародна науково-практична конференція «Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика», 31 жовтня – 1 листопада 2018 р., Львів, Україна (доповідь).

2. Міжнародна громадсько-наукова ініціатива «Громада: здоров'я, людський потенціал, соціально-економічні інновації», 30 травня 2019 р., Київ, Україна (доповідь).

3. Міжнародна науково-практична конференція «Туризм у ХХІ столітті: виклики та реагування», 27 листопада 2020 р., Київ, Україна (доповідь).

4. Міжнародна Карпатська Школа «Захист вразливих екосистем в умовах пандемії та зміни клімату», 25–27 лютого 2021 р., онлайн, Україна (доповідь).

5. Наукова конференція з міжнародною участю присвячена 360-річчю Львівського національного університету імені Івана Франка «Водний туризм: національний та міжнародний досвід», 16 квітня 2021 р., Львів, Україна (доповідь).

6. XI Міжнародний круглий стіл «Інтеграція освіти, науки і бізнесу», 23 вересня 2022 р., Запоріжжя, Україна (доповідь).

7. Міжнародна науково-практична конференція «Регіон-2022: стратегія оптимального розвитку», 24 листопада 2022 р., онлайн, Україна (доповідь).

8. Міжнародна Карпатська Школа «Сталий розвиток Карпатського регіону: виклики та перспективи», 15 лютого 2023 р., онлайн, Україна (доповідь).

Додаток Н

Довідки про впровадження

**МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ**

**КИЇВСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

вул. Володимирська, 64/13
м. Київ, 01601, Україна



Тел.: +38 (044) 239-33-33
E-mail: office@knu.ua
Web: https://www.knu.ua

**MINISTRY
OF EDUCATION AND SCIENCE
OF UKRAINE**

**TARAS SHEVCHENKO
NATIONAL UNIVERSITY
OF KYIV**

64/13 Volodymyrska St,
Kyiv, 01601, Ukraine

24.10.2022 № 050/493-30

На № _____

ДОВІДКА

**про впровадження результатів дисертаційного дослідження
на здобуття наукового ступеня доктора філософських наук
у галузі туризму ОКОЛОВИЧ Ірини Ігорівни
на тему «Кластеризація сільського туризму в Україні»**

Результати дисертаційного дослідження ОКОЛОВИЧ Ірини Ігорівни на тему «Кластеризація сільського туризму в Україні», які стосуються вперше складеного опитувальника й проведеного пілотного опитування власників сільських гостинних садиб із метою первинної оцінки впровадження аспектів сталого розвитку у сфері сільського туризму в Україні та виявлення за його результатами шляхів забезпечення більш сталої діяльності сільських гостинних садиб, було впроваджено в розробці наукової теми 19КП050-01 «Індикаторний аналіз сталого розвитку в Україні» (реєстраційний номер УкрІНТЕІ 0119U103875) у складі комплексної наукової програми «Регіональні проблеми раціонального природокористування» кафедри країнознавства і туризму географічного факультету Київського національного університету імені Тарасі Шевченка в період 2020-2021 рр.

Декан географічного факультету,
д. геогр. н., професор



Сергій ЗАПОТОЦЬКИЙ

Продовження додатку Н

МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ



MINISTRY
OF EDUCATION AND SCIENCE
OF UKRAINE

КИЇВСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

TARAS SHEVCHENKO
NATIONAL UNIVERSITY
OF KYIV

вул. Володимирська, 64/13
м. Київ, 01601, Україна

Тел.: +38 (044) 239-33-33
E-mail: office@knu.ua
Web: https://www.knu.ua

64/13 Volodymyrska St,
Kyiv, 01601, Ukraine

18.11.2022 № 050/995-30

На № _____

ДОВІДКА

**про впровадження результатів дисертаційного дослідження
на здобуття наукового ступеня доктора філософії
у галузі туризму ОКОЛОВИЧ Ірини Ігорівни
на тему «Кластеризація сільського туризму в Україні»**

Результати дисертаційного дослідження ОКОЛОВИЧ Ірини Ігорівни на тему «Кластеризація сільського туризму в Україні» (спеціальність 242 Туризм) були впроваджені в освітній процес кафедри країнознавства та туризму географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка, зокрема:

- досвід організації сільського туризму в зарубіжних країнах та принципи сталого розвитку сільського туризму - при викладанні дисципліни «Сільський туризм» (ОР Бакалавр);
- розробки принципів формування кластерів сільського туризму – при викладанні дисципліни «Основи регіонального розвитку туризму» (ОР Бакалавр);
- розробки зі стратегічного планування розвитку сільського туризму в Україні на засадах сталості – при викладанні дисципліни «Наукові основи сталого розвитку туризму» (ОР Магістр).

Декан географічного факультету,
д. геогр. н., професор



Сергій ЗАПОТОЦЬКИЙ

Львівський національний університет імені Івана Франка
Ivan Franko National University of Lviv

ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
FACULTY OF GEOGRAPHY

Львів, вул. П.Дорошенка,41
79000
Тел. (032) 239-41-62
(032) 239-43-93
E-mail:geography.faculty@lnu.edu.ua



41 Doroshenka St., Lviv,
79000, Ukraine
Phone: (032) 239-41-62
(032) 239-43-93
E-mail:geography.faculty@lnu.edu.ua

№ 90/12

“_21_” __02 2023 р.

Довідка про впровадження результатів
дисертаційного дослідження доктора філософії
у галузі туризму Околович Ірини Ігорівни
на тему «Кластеризація сільського туризму в Україні»

Результати дисертаційного дослідження Околович Ірини Ігорівни на тему «Кластеризація сільського туризму в Україні» (спеціальність 242 «Туризм») були впроваджені в освітній процес кафедри туризму географічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка та в практику сільського туризму Львівської області, зокрема:

- методичні підходи та розробка принципів формування кластерів сільського туризму при викладанні дисципліни «Сільський туризм» (освітній рівень «бакалавр»);
- розробки моделей кластерів у туризмі та сільському туризмі зокрема – при викладанні дисципліни «Актуальні проблеми сфери послуг і туризму» (освітній рівень «магістр»);
- розробка концепції та впровадження етнографічно-екологічного кластеру «Бойківські газди» (Сколівщина) та освітніх проектів для агротуристичного кластеру «Горбогори» (Пустомитівщина) у Львівській області.

Декан географічного факультету,
к. геогр. наук, доцент



Володимир Біланюк

Завідувач кафедри туризму,
д.е.н., професор

Марта Мальська

Старший викладач кафедри туризму,
Голова Львівського центру
сільського зеленого туризму

Юрій Зінько



Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні

ВСЕУКРАЇНСЬКА ГРОМАДСЬКА НЕПРИБУТКОВА ОРГАНІЗАЦІЯ
п/р UA94 380269 00000 26002056204505, ПАТ КБ «ПриватБанк», МФО 380269, код 21655662

04209, м. Київ, а/с 4, www.greentour.com.ua, info@greentour.com.ua

№ 4 від 20.08.2022

Довідка про апробацію результатів дисертаційного дослідження на здобуття наукового ступеня доктора філософських наук у галузі туризму Околович Ірини Ігорівни

Громадська організація «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» вже понад 25 років веде свою діяльність у напрямі розвитку сільського туризму в Україні, першочергово підкреслюючи його соціальне значення, адже сільський зелений туризм розглядається нами як один із засобів диверсифікації сільськогосподарської діяльності та отримання доходів сільським населенням, як компонент комплексного розвитку сільських територій і сільської інфраструктури, а також як один із чинників стратегії подолання бідності в сільській місцевості.

Упродовж останніх чверті століття, ця діяльність сільських родин набула широкого розвитку практично у всіх регіонах України та посилила своє значення під час боротьби з наслідками пандемії коронавірусу. І зараз її актуальність підтверджується тим, що вона здатна зайняти особливе місце в повосенному відновленні постраждалих громад країни як в економічному, так і в соціальному, екологічному та психоемоційному аспектах.

Сьогодні, реагуючи на всі виклики, які постали перед нашою державою та її сільськими територіями, є особлива необхідність у дослідженні та запровадженні нових інноваційних форм розвитку сільського туризму в Україні, які б допомогли підвищувати його ефективність та сприяли сталому розвитку новостворених громад. В усьому світі формування локальних моделей взаємодії громад та місцевого бізнесу відбувається завдяки процесу утворення кластерів сільського туризму. Проте, всупереч тому, що ця діяльність в Україні розпочалася ще на початку 2000-х років, упродовж тривалого часу вона залишалася недостатньо дослідженою та спостерігався значний брак конкретних методичних та методологічних розробок, які б дали змогу на їх основі розробити практичний інструментарій для розвитку сільських громад.

Продовження додатку Н

У цьому випадку, сформульовані автором наукові результати дисертаційного дослідження спрямовані на розв'язання актуальної проблеми розвитку сільських територій та повоєнного відновлення як у науковій, так і в практичній площині, свідчать про значний внесок у розвиток теорії та методології розвитку туризму і впровадження його в соціально-економічну систему України. Варто зазначити, що автор добре розбирається в проблематиці розвитку сільського туризму та сільського розвитку, йому вдалося узагальнити відповідний закордонний досвід, проаналізувати сучасний стан та тенденції розвитку кластерів сільського туризму в Україні, визначити основні переваги та перешкоди розвитку кластеризації та, особливо, визначити та врахувати шляхи для підвищення сталості сільського туризму в Україні.

Ми підтверджуємо, що алгоритм кластеризації сільського туризму, напрацьований автором, є універсальним, а запропоновані рекомендації можуть застосовуватися до розвитку різних громад України, максимально ефективно використовуючи та розвиваючи наявні умови, ресурси та потенціал, у тому числі людський. Напрацювання автора були взяті до уваги нашою організацією, увійшли до Стратегії Співки СЗТУ на 2022–2025 роки та широко застосовуються в реалізації напрямів даної стратегії, зокрема під час роботи з об'єднаними територіальними громадами в Україні. Підкреслюємо, що отримані результати, методика та розроблені механізми є максимально практичними в застосуванні, а значний вклад автора дав змогу Співці покращити стратегічну результативність у напрямку реалізації проєктів взаємодії між громадами, бізнесом та громадянським суспільством у рамках діяльності нашої організації.

**Голова правління
ГО «Співка сприяння розвитку
сільського зеленого туризму в Україні»**



В. П. Васильєв



**КАМІНЬ-КАШИРСЬКА МІСЬКА РАДА
ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

44500, м. Камінь-Каширський, вул. Воля, 2 тел. (03357) 22047, e-mail: kamenm.rada@gmail.com, код СДРПОУ 34836909

13.02.2023 № 716/01-30/2-23 на № _____ від _____

Довідка

**про апробацію результатів дисертаційного дослідження на здобуття
наукового ступеня доктора філософських наук у галузі туризму
Околович Ірини Ігорівни
на тему «Кластеризація сільського туризму в Україні»**

Камінь-Каширська територіальна громада є однією з наймолодших у Волинській області та найбільшою міською громадою із сільським населенням в Україні. До її складу входять 55 населених пунктів, серед яких місто Камінь-Каширський та 54 навколишні села, загальною чисельністю населення понад 55 тисяч осіб, з яких сільське населення становить 78%.

З моменту свого створення 25 листопада 2020 року, громада визначила туризм одним із пріоритетних напрямів свого розвитку, що було відображено спершу в Програмі розвитку туризму та рекреації в Камінь-Каширській територіальній громаді на 2022-2025 роки, що затверджена рішенням міської ради від 04.02.2022 №8/18-11 «Про Програму розвитку туризму та рекреації в Камінь-Каширській територіальній громаді на 2022-2025 роки», і пізніше в Стратегії розвитку Камінь-Каширської територіальної громади на 2022-2032 роки, затвердженої рішенням Камінь-Каширської міської ради від 09 грудня 2022 року №8/25-4 «Про Стратегію розвитку Камінь-Каширської територіальної громади на 2022-2032 роки». Основою для цього стало те, що громада володіє значним потенціалом для розвитку туризму – зокрема, значними історико-культурними (76 пам'яток історико-культурної спадщини) та природно-рекреаційними ресурсами (в тому числі 3 об'єкти природно-заповідного фонду загальнодержавного значення), збереженими народними звичаями, традиціями, багатою гастрономічною спадщиною, деякі елементи якої віднесені до переліку об'єктів нематеріальної культурної спадщини України, а також наявною туристичною рекреаційною інфраструктурою та вигідним географічним розташуванням із близькістю до основних транспортних магістралей та до кордону з Європейським Союзом.

Пріоритетом діяльності Камінь-Каширської міської ради є розвиток людського капіталу та згуртування громади задля розв'язання актуальних соціально-економічних проблем, тому створення умов для розвитку підприємництва у сфері сільського зеленого туризму — це наш шлях до



Сертифікат
24819DDFAB977E50400000FB39D5002439A203
Підписувач ПАСЬ ВІКТОР ІВАНОВИЧ
Дійсний з 19.09.2022 11:32:26 по 19.09.2023 23:59:59

Камінь-Каширська міська ТГ



№ 716/01-30/2-23 від 13.02.2023

Продовження додатку Н

утвердження конкурентоспроможної громади. Задля цього, Камінь-Каширська громада тісно співпрацює з науковцями та експертами в різних напрямках, щоб максимально розвинути наявний потенціал та використати ті можливості економічного та соціального розвитку, які може принести туризм нашій громаді.

Сформульовані Іриною Околович наукові результати дисертаційного дослідження, що спрямовані на розв'язання актуальної проблеми комплексного та сталого розвитку сільських територій, значно вплинули на планування розвитку туризму в нашій громаді. Розробки щодо досвіду кластеризації сільського туризму в Україні та закордоном, можливостей впровадження аспектів сталого розвитку у сфері сільського туризму та стратегічних перспектив сільського туризму як інструмента сільського розвитку були використані Камінь-Каширською громадою в підготовці Програми розвитку туризму та рекреації в Камінь-Каширській територіальній громаді на 2022-2025 роки та проектних заявок до проекту «Перспективи сталого розвитку сільських територій», проекту «Офіс впровадження цифрових рішень «Digital Volyn», відкритого конкурсу UWE Hub щодо започаткування офлайн-хабів для жінок-підприємниць в громадах України.

Та найголовніше – у роботі було запропоновано комплексний підхід до розробки кластерної моделі сільського туризму з врахуванням принципів сталого розвитку на базі кластера сільського туризму «Водні плеса Камінь-Каширщини», яка відобразила склад та структуру учасників кластера, визначення напрямів взаємозв'язків та взаємодії, етапи формування кластера тощо, що дасть змогу нашій громаді в найближчому майбутньому сформувати та затвердити концепцію кластера сільського туризму, який буде враховувати принципи сталого розвитку та сприяти ефективному й раціональному використанню наявних туристичних ресурсів і умов. Зважаючи на ці напрацювання, Камінь-Каширська міська рада планує стати ініціатором та співорганізатором створення офіційної кластерної організації «Кластер сільського туризму «Водні плеса «Камінь-Каширщини»», яка буде забезпечувати діяльність кластера в організації сімейного пізнавального відпочинку для гостей із міст Луцька, інших населених пунктів Волині, України та з-за кордону. Для туристів уже розробляються пропозиції подорожей Національним природним парком «Прип'ять-Стохід», мандрівок заповідними місцями, відвідування духовних святинь, заняття різними видами активного туризму (кінний, водний, велосипедний), відвідування народних умільців та майстер-класів, спеціалізованих виставок, ярмарок та фестивалів.

Зауважуємо, що отримані результати наукового дослідження автора є максимально практичними в застосуванні, були використані нами повною мірою та, безсумнівно, будуть мати позитивний вплив на сталий розвиток туризму та Камінь-Каширської територіальної громади загалом.

Міський голова

Надія Савчук 0679198825



ВІКТОР ПАСЬ



Centre for
Landscape and Culture

08.02.2023

To Taras Shevchenko National University of Kyiv,
Faculty of Geography,
Department of Country Studies and Tourism

Letter of approbation

of the results of the dissertation research for obtaining the degree of PhD in Tourism

by Iryna Okolovych

The purpose of the dissertation research of Iryna Okolovych «Clusterization of Rural Tourism in Ukraine» is to develop an effective model of tourism clustering in Ukrainian rural areas based on the diversity of conditions and resources and taking into account the principles of sustainable development. Achieving this goal is possible only with studying and consideration of the best foreign practices. Estonia is one of the most recognized European centers for rural tourism development, which gained unprecedented momentum after the country's accession to the European Union in 2004. The high quality of services allows Estonia to increasingly focus on foreign tourists. This is facilitated, among other things, by more than a decade of practice in the creation and operation of rural tourism clusters, which makes such experience especially important for the Ukrainian case. Its significance is facilitated by the fact that rural tourism in Ukraine is considered as an important factor of stabilization of rural territories and their further socio-economic development and can be used as one of the tools to address many issues arising in rural areas today, especially for post-war recovery of rural territories (in particular the problems of rural population employment and migration, formation and diversification of income, preservation of cultural and natural heritage, etc.).

For these reasons, Tallinn University Dora Plus Council decided to grant Iryna Okolovych an opportunity to research the best Estonian experience during her study visit to Tallinn University in the period of 15 September 2020 until 12 December 2020 under the Dora Plus Programme activity 2.2 «Support for Visiting Doctoral Students» under the supervision of Dr. Mart Reimann, Associate Professor of Recreation Management.

During the study visit, Iryna had a possibility to comprehensively analyze the current state of the rural tourism clusters in Estonia, in particular Ida-Viru, Lahemaa and Hiiumaa tourism clusters, identify and investigate the general patterns and principles of functioning of Estonian rural tourism clusters. Exploration of these best practices gave Iryna Okolovych the opportunity to develop a unique methodology for the research of rural tourism clusters in Ukraine, taking into account the aspects of sustainable development. The methodology has been further applied during the implementation of Development Cooperation Project «Improvement of small businesses and development of the university education system through research and promotion of tourism clusters in rural areas in Ukraine» under the Development Cooperation Program of Estonian Ministry of Foreign Affairs. The project was initiated by Tallinn University and has been implemented in cooperation with Taras

Phone +372 619 9535 | mkk@tu.ee

Narva mnt 29
10120 Tallinn, Estonia

VAT EE100251335
IBAN EE071010002006943007

SWIFT
EEUHEE2X | www.tlu.ee

Продовження додатку Н

Shevchenko National University of Kyiv, NGO «Union for Promotion of Rural Green Tourism Development in Ukraine» and NGO «Estonian Rural Tourism» from 01 September 2021 to 31 December 2022. The aim of the project is to map Ukrainian rural tourism clusters, identify the needs of cluster members and identify cluster success stories and bottlenecks, promote communication and exchange of experiences between entrepreneurs from different regions of Ukraine and integrate more practical experience into university education programs. The methodology and obtained results of Iryna Okolovych's research will be a part of the development of a handbook on rural tourism clustering and cooperation as a result of the project.



Prof. Hannes Palang
Head of the Centre for Landscape and Culture