

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

Кафедра країнознавства та туризму

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС

з дисципліни «СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ»

**для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності ІЗ «Туризм і рекреація»**

Укладач: канд. геогр. наук Діана ГРИНЮК

КИЇВ – 2026

Укладач:

ГРИНЮК Діана Юріївна - кандидат географічних наук, доцент кафедри країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Рецензенти:

ЛЮБИЦЕВА Ольга Олександрівна - доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка

КІПТЕНКО Вікторія Костянтинівна - кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Затверджено рішенням кафедри країнознавства та туризму,
протокол № 10 від 5 травня 2026 року

Рекомендовано до друку Вченою радою географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка, протокол № 14 від 28 травня 2026 року

Навчально-методичний комплекс з дисципліни «Сільський туризм» підготовлений для здобувачів вищої освіти ОР Бакалавр, спеціальності ІЗ «Туризм і рекреація». Видання складено відповідно до робочої програми та тематичного плану занять навчальної дисципліни, містить методичні матеріали до практичних занять, питання до підсумкового контролю (іспиту), глосарій та список рекомендованих джерел.

© Київський національний університет
імені Тараса Шевченка 2026
©Гринюк Д.Ю., 2026

ЗМІСТ

ВСТУП	4
СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЗАНЯТЬ	9
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Теоретико-методичні та організаційно-управлінські засади сільського туризму	10
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Міжнародний та український досвід розвитку сільського туризму: пошук сталих моделей та інноваційних підходів	20
ЗАВДАННЯ МОДУЛЬНОЇ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ №1	36
ЗАВДАННЯ МОДУЛЬНОЇ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ №2	37
НАПРЯМИ ТА ТЕМИ ДОСЛІДНИЦЬКИХ ПРОЄКТІВ	39
ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ	43
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	45
ГЛОСАРІЙ	50

ВСТУП

Навчально-методичний комплекс (НМК) з дисципліни «**Сільський туризм**» розроблено для здобувачів вищої освіти освітнього рівня бакалавр спеціальності ІЗ «Туризм і рекреація» з урахуванням вимог сучасної туристичної освіти, орієнтованої на практико-зорієнтоване навчання, розвиток аналітичного мислення та формування проєктних компетентностей.

Актуальність дисципліни зумовлена зростаючою роллю сільського туризму як важливого сегмента туристичної індустрії та інструмента соціально-економічного розвитку сільських територій. У сучасних умовах сільський туризм розглядається не лише як форма відпочинку, але й як механізм активізації місцевої економіки, збереження культурної спадщини, розвитку локальної ідентичності та реалізації концепції сталий розвиток.

Метою навчальної дисципліни є формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань і практичних умінь щодо організації, функціонування та розвитку сільського туризму як складової туристичної сфери, а також розвиток здатності аналізувати міжнародний досвід, проєктувати інноваційні туристичні продукти та застосовувати принципи сталий розвиток у розвитку сільських територій.

Об'єктом дослідження є система сільського туризму як складова туризмознавства, що включає сукупність туристичних ресурсів, суб'єктів туристичної діяльності, інфраструктури та соціально-економічних відносин у сільській місцевості.

Предметом дослідження є закономірності формування, функціонування та розвитку сільського туризму, його організаційні форми, ресурсна база, моделі управління, а також вплив на соціально-економічний і культурний розвиток сільських територій.

У процесі вивчення дисципліни передбачається вирішення таких **завдань**:

- формування у студентів базових теоретичних знань про сутність і структуру сільського туризму;
- вивчення світового досвіду організації сільського туризму (B&B, farmstay, homestay, агротуризм тощо);
- аналіз ресурсного потенціалу сільських територій для розвитку туризму;
- дослідження ролі місцевих громад у розвитку туристичної діяльності;
- формування навичок краєзнавчого аналізу та персоніфікації територій;
- розвиток умінь проєктування туристичних продуктів і послуг у сільській місцевості;
- оцінка впливу сільського туризму на соціально-економічний розвиток регіонів;
- застосування принципів сталого розвитку у плануванні туристичної діяльності;
- формування навичок маркетингу та брендингу сільських територій;
- розвиток креативного мислення та інноваційного підходу до створення туристичних проєктів.

Дисципліна спрямована на формування у студентів системного уявлення про сільський туризм як складову системи туризмознавство, його ресурсну базу, організаційні форми, світові моделі розвитку та сучасні тенденції трансформації туристичних послуг у сільській місцевості, реабілітацію осіб що постраждали від війни у сільській місцевості. Особлива увага приділяється аналізу міжнародного досвіду (зокрема моделей B&B, farmstay, homestay, агротуризму у країнах Європи), а також можливостям його адаптації до українських умов.

Методологічною основою навчального курсу є поєднання теоретичного аналізу з практичною та проєктною діяльністю студентів. У рамках дисципліни передбачено виконання завдань, що включають краєзнавчі дослідження територій, персоніфікацію локальних громад через видатні постаті, аналіз

туристично-подієвого потенціалу сіл, а також розробку авторських туристичних продуктів і концепцій агроосель майбутнього.

Навчально-методичний комплекс містить матеріали для практичних занять, завдання для самостійної роботи, модульні контрольні питання, тематичні напрями дослідницьких проєктів, а також рекомендації щодо виконання дослідницьких і творчих робіт. Окрему увагу приділено формуванню у студентів здатності:

- аналізувати світовий досвід сільського туризму;
- адаптувати ефективні практики до українських реалій;
- креативно проєктувати туристичні продукти;
- враховувати культурні, соціальні та економічні особливості територій;
- застосовувати принципи сталого розвитку у туристичній діяльності.

За результатами вивчення дисципліни «Сільський туризм» здобувачі мають:

Знати:

- предметно-об'єктну сутність сільського туризму та його специфіку в системі рекреаційного природокористування;
- нормативно-правову базу, методи організації агротуристичної діяльності та взаємозв'язок сільського туризму з розвитком територіальних громад;
- ресурсний потенціал сільських територій (природний, історико-етнографічний, гастрономічний) та чинники, що впливають на формування сільського турпродукту.

Вміти:

- давати комплексну характеристику потенціалу сільських територій для розвитку різних видів зеленого туризму;
- оцінювати ефективність функціонування сільських гостинних садиб та еко-поселень;

- обґрунтовувати стратегічні напрями розвитку туристичної діяльності в межах конкретних територіальних громад;
- проєктувати перспективні моделі взаємодії між власниками агроосель, місцевим самоврядуванням та туристами;
- пропагувати збереження автентичної культури, традицій та природної спадщини сільської місцевості в умовах глобалізації;
- аргументовано представляти проєкти сталого розвитку сільських територій у професійному середовищі.

Завдання дисципліни «Сільський туризм» полягають у формуванні у здобувачів загальних та фахових компетентностей, передбачених освітньою програмою «Туризм», зокрема:

- Прагнення до збереження навколишнього середовища (ЗК05): через популяризацію екологічно відповідального туризму та ощадливого використання ресурсів села.
- Здатність працювати в команді та автономно (ЗК14): під час розробки туристичних маршрутів та управління об'єктами сільського туризму.
- Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності (ЗК15): у питаннях ліцензування, сертифікації послуг та взаємодії з контролюючими органами.
- Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (ФК2): при організації прийому та обслуговування туристів у сільській місцевості.
- Здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал територій та впроваджувати ефективні рішення для його реалізації та сталого розвитку (ФК3): з акцентом на диверсифікацію сільської економіки та брендинг громад.

Отже, дисципліна «Сільський туризм» виконує важливу освітню та прикладну функцію, забезпечуючи підготовку фахівців, здатних працювати в умовах

трансформації туристичного ринку та сприяти розвитку сільських громад через впровадження інноваційних туристичних практик.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЗАНЯТЬ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Теоретико-методичні та організаційно-управлінські засади сільського туризму

- Тема 1. Теоретико-методологічні та методичні основи сільського туризму(2 год)
- Тема 2. Ринок туристичних послуг у сільській місцевості: особливості функціонування та розвитку. Особливості менеджменту та маркетингу (2 год)
- Тема 3. Сільський туризм і сталий розвиток в епоху викликів (1год)
- Тема 4. Сільський туризм в Україні: сучасні тенденції та тренди у розвитку (2 год)
- Тема 5. Краєзнавче дослідження сільської території як базис формування її туристичного бренду (2 год)
- Тема 6. Локальні території та ментальна пам'ять як ресурс партнерських досвідів та бізнесів (1 год)
- Тема 7. Експедиційно-туристичні розвідки у ідентифікації сільських територій (2 год)

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Міжнародний та український досвід розвитку сільського туризму: пошук сталих моделей та інноваційних підходів.

- Тема 8. Персоніфікації території у розвитку сільського туризму та локальної ідентичності (2 год.)
- Тема 9. Світовий досвід організації сільського туризму (4 год)
- Тема 10. Цифровий маркетинг у розвитку сільського туризму (2 год)
- Тема 11. Партнерські досвіди, бізнеси та освітні ініціативи для покращення менеджменту сільського туризму (2 год)
- Тема 12. Ланцюжок вражень у сільському туристичному бізнесі та покращення клієнтського сервісу. Виклики та перспективи розвитку сільського туризму в світі і в Україні (2 год)

Загальний обсяг: **90 год**, в тому числі: лекцій – **12 год**, семінарські заняття – **24 год**, консультації - **2 год**, іспит – **4**, самостійна робота – **46 год**.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1. Теоретико-методичні та організаційно-управлінські засади сільського туризму

Семінарське заняття № 1.

Тема: Теоретико-методологічні та методичні основи сільського туризму

Мета: розкрити сутність сільського туризму через призму міжпредметних зв'язків та проаналізувати систему методів його дослідження. Студенти мають відстежити взаємозв'язок дисципліни з географією, економікою та соціологією, а також обговорити сучасні методологічні підходи до розвитку територій, засвоїти алгоритм наукового аналізу сільських ресурсів для їхнього подальшого ефективного просування.

Завдання 1. Опрацювати з групою наступні питання:

1. Розкрийте сутність поняття «сільський туризм» та його місце в системі туристичних послуг.
2. Які основні наукові підходи до трактування сільського туризму існують?
3. У чому полягає відмінність сільського туризму від масового (курортного) туризму?
4. Які принципи лежать в основі розвитку сільського туризму?
5. Як сільський туризм пов'язаний із концепцією сталого розвитку територій?
6. З якими суміжними дисциплінами (географія, економіка, соціологія, екологія) сільський туризм має найтісніші міжпредметні зв'язки та у чому вони проявляються?
7. Які загальнонаукові та спеціальні методи досліджень (статистичний, картографічний, польовий, SWOT-аналіз) є базовими для вивчення сільських територій?
8. У чому полягає суть системного та комплексного методологічних підходів до вивчення об'єктів сільського туризму?
9. Як методологія сталого розвитку впливає на формування сучасної концепції сільського гостинності?
10. Яким чином міжпредметні знання допомагають студенту-досліднику комплексно оцінити потенціал конкретної територіальної громади?

Після опрацювання теоретичних питань студентам пропонується виконати аналітико-практичне завдання, спрямоване на закріплення знань і формування навичок дослідження розвитку сільського туризму.

Завдання 2. Науково-творче завдання: 1. Аналітична частина

(індивідуальна робота). Оберіть будь-яку сільську територію (село, громаду або регіон України) і виконайте короткий аналітичний опис (2–3 сторінки), у якому необхідно:

- охарактеризувати стан розвитку сільського туризму на обраній території;
- визначити основні туристичні ресурси (природні, культурні, соціальні);
- проаналізувати рівень туристичної інфраструктури;
- визначити основні проблеми та обмеження розвитку;
- оцінити роль місцевого населення у розвитку туристичної діяльності;
- зробити висновок про перспективи розвитку сільського туризму.

2. Практико-аналітична частина. На основі наведених у теоретичних питаннях аспектів:

- визначте, до якого типу туристичного ринку належить обрана територія (формальний/неформальний, локальний/регіональний);
- проаналізуйте вплив сезонності на туристичну активність;
- охарактеризуйте зв'язок сільського туризму з концепцією сталий розвиток;
- визначте, які фактори найбільше впливають на попит і пропозицію туристичних послуг у цій місцевості.

3. Творче завдання (прикладне проєктування). Запропонуйте міні-проєкт розвитку сільського туризму для обраної території, який включає:

- одну нову туристичну послугу або продукт;
- короткий опис цільової аудиторії;
- способи просування (маркетингові ідеї);
- очікуваний соціально-економічний ефект для громади.

Форма подання (на вибір студента): письмовий звіт (3–5 сторінок) або презентація (10–12 слайдів).

Семінарське заняття № 2.

Тема: Ринок туристичних послуг у сільській місцевості: особливості функціонування та розвитку. Особливості менеджменту та маркетингу

Мета: розкрити сутність і структуру ринку туристичних послуг у сільській місцевості, проаналізувати специфіку менеджменту та маркетингу в цій сфері, відстежити дію ринкових механізмів попиту та пропозиції, узагальнити методи наукового аналізу ринкового середовища та засвоїти міжпредметні підходи до управління розвитком територій.

Завдання 1. Опрацювати з групою наступні питання:

1. Що таке ринок сільського туризму, які його основні суб'єкти та за якими специфічними законами він функціонує в сучасних умовах?
2. Яким чином взаємодія попиту та пропозиції визначає асортимент і ціноутворення на послуги сільської гостинності?
3. У чому полягають особливості менеджменту малих форм господарювання (сільських садиб) та які функції управління є пріоритетними для їхнього виживання?
4. Які інструменти маркетингового комплексу (продукт, ціна, місце, просування) є найбільш ефективними для виведення сільського турпродукту на конкурентний ринок?
5. Як використання методів системного аналізу та статистичних спостережень допомагає прогнозувати тенденції розвитку ринку туристичних послуг у громадах?
6. Яку роль відіграє місцеве населення у формуванні та розвитку сільського туризму?
7. Як сезонність впливає на попит і пропозицію туристичних послуг у сільській місцевості?
8. Які особливості туристичного попиту характерні для сільського туризму?
9. Які інфраструктурні обмеження впливають на розвиток ринку сільських туристичних послуг?
10. Як розвиток сільського туризму впливає на зайнятість і доходи населення?
11. У чому полягає роль ринку туристичних послуг у збереженні культурної спадщини села?

Семінарське заняття № 3.

Тема: Сільський туризм і сталий розвиток в епоху викликів

Мета: розкрити концептуальні засади сталого розвитку сільського туризму, проаналізувати вплив глобальних та локальних викликів на функціонування галузі, відстежити специфіку роботи ринку в умовах воєнного стану в Україні,

узагальнити кращі світові практики адаптації до криз та засвоїти методику формування стійких моделей сільської гостинності.

Завдання 1. Опрацювати з групою наступні питання:

1. Як концепція сталого розвитку трансформує класичну модель сільського туризму в епоху глобальних кліматичних та безпекових викликів?
2. Які успішні моделі сталого сільського туризму в країнах ЄС (наприклад Польщі, Австрії чи Італії) Вам відомі, що можуть бути адаптовані до українських реалій?
3. У чому полягає роль сільського туризму як інструменту соціально-економічного виживання та відновлення українських громад під час війни?
4. Які методи наукового аналізу дозволяють оцінити збитки та потенціал відновлення туристичних ресурсів сільських територій, що постраждали від бойових дій?
5. Як змінилася мотивація та портрет споживача сільських турпослуг в Україні під впливом чинника безпеки та внутрішньої міграції?
6. Які специфічні маркетингові стратегії слід використовувати для просування сільського туризму в умовах кризи, щоб зберегти довіру міжнародних та внутрішніх клієнтів?
7. У чому проявляються міжпредметні зв'язки географії, екології та психології при розробці програм реабілітації та «психологічного розвантаження» на базі сільських садиб?
8. Які інструменти цифрового маркетингу є найбільш ефективними для залучення інвестицій у сталий розвиток деокупованих сільських територій?
9. Як принципи сталого розвитку (екологічність, соціальна відповідальність, економічна життєздатність) допомагають громадам адаптуватися до дефіциту енергоресурсів?
10. Якими є довгострокові прогнози та стратегічні пріоритети розвитку ринку сільського туризму України у післявоєнний період у контексті європейської інтеграції?

Завдання 2. Науково-творче завдання «Модель стійкої садиби: від виклику до рішення»: Об'єднайтеся у малі групи та оберіть одну з трьох локацій - деокупована територія, тилова громада з великою кількістю ВПО або прикордонна зона. Використовуючи метод системного аналізу, визначте головний безпековий чи економічний виклик для обраної місцевості та розробіть концепцію однієї унікальної послуги сільського туризму, яка базується на принципах сталого розвитку (екологічність, соціальна користь, економічна вигода). Сформулюйте коротке рекламне гасло для просування

цієї ідеї в соціальних мережах та презентуйте своє рішення аудиторії, обґрунтувавши, як саме ця послуга допоможе громаді адаптуватися до сучасних кризових умов.

Семінарське заняття № 4

Тема: Сільський туризм в Україні: сучасні тенденції та тренди у розвитку

Мета: розкрити природу новітніх трансформацій у вітчизняному секторі сільської гостинності, проаналізувати появу специфічних нішевих форматів відпочинку, що виникли як відповідь на запити воєнного часу, відстежити зміну споживчої поведінки від класичного відпочинку до емоційно-ресурсного відновлення, узагальнити досвід впровадження інноваційних сервісів у сільській місцевості та засвоїти навички прогнозування ринкових трендів на етапі післявоєнної відбудови.

Завдання 1. Опрацювати з групою наступні питання:

1. Які структурні зміни відбулися в українському сільському туризмі за останні два роки та що сьогодні є головним драйвером ринку?
2. У чому полягає сутність тренду «ресурсного туризму» та як сільські садиби адаптують свої послуги під запити психологічної реабілітації?
3. Як феномен внутрішньої міграції (ВПО) вплинув на появу нових форм довготривалого проживання у сільській місцевості?
4. Які інноваційні формати (глемпінги, еко-хаби, цифрові села) демонструють найбільшу стійкість та прибутковість у нинішніх умовах?
5. Як тренд на мікросцену та локальну ідентичність допомагає маленьким громадам конкурувати з відомими туристичними центрами?
6. Яким чином цифровізація маркетингу (бронювання через соцмережі, віртуальні екскурсії) змінила шлях клієнта до сільського об'єкта?
7. У чому проявляються особливості «патріотичного тренду» в оформленні та змістовному наповненні послуг сільського туризму?
8. Як методи польових досліджень та соціологічних опитувань допомагають виявити реальні потреби сучасного «кризового» туриста?

9. Яку роль відіграє міжпредметний зв'язок з архітектурою та дизайном у реалізації тренду на ревіталізацію старих сільських хат?

10. Які перспективні тренди, що зараз лише зароджуються в Україні, стануть базовими для ринку після вступу до ЄС?

Завдання 2. Науково-творче завдання «Проектування нішевого турпродукту»: Працюючи в малих групах, оберіть один із сучасних мікротрендів - наприклад, «цифровий детокс» (відмова від гаджетів), «агро-терапія» (участь у фермерських роботах) або «шеринг-економіка» (спільне використання ресурсів громади). На основі методів стратегічного планування розробіть суцільним текстом концепцію унікальної послуги, яка б заповнила вільну нішу на ринку вашого регіону. Опишіть, як ця ідея використовує наявні місцеві ресурси, які конкретні потреби сучасного туриста вона задовольняє та за допомогою яких цифрових інструментів ви плануєте її популяризувати. Презентуйте свій проєкт як готову бізнес-ідею, доводячи її відповідність актуальним запитам українського суспільства.

Семінарське заняття № 5.

Тема: Краєзнавче дослідження сільської території як базис формування її туристичного бренду

Мета: розкрити роль краєзнавчих досліджень як фундаменту для створення унікального туристичного бренду території, проаналізувати систему наукових методів вивчення локальної історії та культури, відстежити процес трансформації краєзнавчих знань у комерційно привабливий турпродукт, узагальнити досвід ідентифікації «генія місця» (Genius Loci) для позиціонування громад та засвоїти навички використання міжпредметних зв'язків для наукового обґрунтування стратегії територіального маркетингу.

Завдання 1. Опрацювати з групою наступні питання:

1. Як краєзнавство історично з аматорського збору фактів трансформується у науково-методичну базу для формування стратегії брендування сільської місцевості?
2. У чому полягає роль історико-архівних та польових досліджень у виявленні унікальних «точок росту» та автентичних маркерів території?
3. Яким чином використання картографічних та етнографічних методів аналізу допомагає визначити межі та змістовне наповнення туристичного кластеру?

4. Що таке «локальна ідентичність» та як краєзнавче дослідження допомагає відбудувати бренд громади від брендів конкурентів?
5. Як взаємозв'язок краєзнавства з геральдикой, топонімікою та архітектурою впливає на візуальну мову та символіку майбутнього туристичного бренду?
6. Які специфічні методи збору усних історій (Oral History) можна застосувати для створення емоційного контенту в цифровому маркетингу села?
7. Як краєзнавчі знання допомагають розробити автентичний «маршрут вражень» (Experience Path), що базується на реальних фактах, а не на міфах?
8. У чому полягає етична та наукова відповідальність дослідника при інтерпретації складних або маловідомих сторінок локальної історії для туристів?
9. Яким чином цифровізація краєзнавчих фондів (музеїв, бібліотек) сприяє глобальному просуванню бренду конкретної української громади?
10. Як у післявоєнний період краєзнавчий підхід допоможе відновити туристичну привабливість територій через акцент на стійкості та історичній спадкоємності?

Завдання 2. Науково-творче завдання «Код ідентичності: від архіву до сторіз»: Працюючи в малих групах, оберіть один маловідомий краєзнавчий об'єкт або подію вашого регіону (це може бути забута архітектурна пам'ятка, легенда про походження назви або давній місцевий промисел). Використовуючи методи наукової дедукції та синтезу, розробіть суцільним текстом концепцію бренду для цієї локації, яка б містила: наукове обґрунтування унікальності об'єкта, пропозицію щодо його візуального втілення (логотип чи ключовий символ) та ідею одного сучасного цифрового продукту (віртуальний гід, інтерактивна мапа чи аудіосеріал). Обґрунтуйте, як ваш запропонований бренд базується на принципах сталого розвитку і як він допоможе громаді транслювати свою автентичність у глобальному інформаційному просторі.

Завдання 3. Туристично-подієва характеристика сільського населеного пункту (за методикою Гринюк Д.Ю)

Обрати сільський населений пункт в Україні і провести краєзнавче дослідження за наступними пунктами:

1. Село, дата заснування
2. Походження назви села, чисельність населення
3. Історіографія та провідні події в розвитку села

4. Культурологічні стилі та історичні епохи, представлені в об'єктах забудови села
5. Особливості виробничої, поселенської забудови та культові споруди
6. Природні пам'ятки та дива
7. Сучасна туристична інфраструктура як подієвий ресурс: транспорт; засоби розміщення (готелі, мотелі, пансіонати, хостели, садиби...); заклади харчування та ресторанне обслуговування; заклади культури та мистецтва (краєзнавчі, авторські музеї, бібліотека);
8. Свята та пам'ятні дати села.
9. Головні івенти, що відзначаються в селі в різні роки.
10. Туристичні маршрути прилеглою місцевістю (тематичні).
11. Персоніфікація села.

Оформити у вигляді презентації 10-15 слайдів.

Семінарське заняття № 6.

Тема: Локальні території та ментальна пам'ять як ресурс партнерських досвідів та бізнесів

Мета: розкрити сутність локальної території, важливість ментальної пам'яті як нематеріального активу розвитку територій, **проаналізувати** механізми перетворення локальних традицій та «живої історії» у ресурс для створення партнерських мереж, **відстежити** роль колективної ідентичності у формуванні довіри всередині бізнес-середовища громади, **узагальнити** досвід реалізації спільних проєктів, що базуються на спільних цінностях, та **засвоїти** методiku капіталізації культурної спадщини через сучасні бізнес-моделі сільської гостинності.

Завдання 1. Опрацювати з групою наступні питання:

1. Як категорія «ментальна пам'ять» співвідноситься з економічним поняттям «ресурс» у контексті розвитку сільських територіальних громад?
2. Яким чином спільне історичне минуле та локальні міфи стають фундаментом для формування соціального капіталу та партнерської довіри в бізнесі?
3. У чому полягає роль методів соціально-психологічного аналізу та інтерв'ювання у виявленні прихованих ресурсів пам'яті для створення турпродукту?

4. Як «економіка досвіду» використовує ментальну пам'ять для створення автентичних сервісів, що викликають глибокий емоційний відгук у туриста?
5. Які існують моделі партнерства між місцевими жителями, владою та бізнесом на основі збереження та ревіталізації об'єктів колективної пам'яті?
6. Як міжпредметні зв'язки психології, історії та менеджменту допомагають уникнути конфліктів при інтерпретації «складних» сторінок пам'яті в туристичних проєктах?
7. Яким чином цифрові інструменти (інтерактивні архіви, сторітелінг) дозволяють перетворити локальну пам'ять у глобальний бренд, що залучає зовнішніх партнерів?
8. Як принципи сталого розвитку забезпечують баланс між комерційним використанням ментальної спадщини та її збереженням для майбутніх поколінь?
9. У чому полягає специфіка «бізнесів пам'яті» (родові садиби, крафтове виробництво за давніми рецептами) та як вони впливають на життєстійкість громади під час війни?
10. Як методи прогнозування дозволяють оцінити перспективність створення партнерських мереж на основі відновлення втрачених культурних зв'язків деокупованих територій?

Завдання 2. Науково-творче завдання «Рецепція пам'яті: створення партнерської екосистеми»: У складі малих груп оберіть специфічний елемент ментальної пам'яті певної локації — наприклад, традиційне свято, забуту технологію ремесла або історію видатної родини меценатів. Використовуючи метод мережевого моделювання, розробіть суцільним текстом концепцію бізнес-проєкту, який об'єднує мінімум трьох різних партнерів (наприклад, фермера, власника садиби та місцевий музей) навколо цього об'єкта пам'яті. Опишіть, у чому полягає унікальність цього партнерського досвіду, як він транслює цінності громади через цифровий маркетинг та яким чином така співпраця забезпечує економічну вигоду для кожного учасника, одночасно зміцнюючи локальну ідентичність. **Інструкція до виконання завдання:**

1. Оберіть об'єкт: Визначте конкретний елемент ментальної пам'яті (традицію, ремесло або історичну подію), що стане основою вашого проєкту.
2. Сформууйте партнерство: Опишіть, як взаємодіятимуть між собою три різні сторони (наприклад, локальний бізнес, громада та культурна установа).
3. Оформіть концепцію: Складіть суцільний текст, де вкажіть назву проєкту, його цінність для туриста та способи просування в цифровому просторі.

4. Презентуйте результат: Коротко обґрунтуйте, як це партнерство принесе прибуток та допоможе зберегти ідентичність вашої території.

Семінарське заняття № 7.

Тема: Експедиційно-туристичні розвідки у ідентифікації сільських територій

Мета: розкрити наукову та практичну значущість експедиційних розвідок у процесі ідентифікації сільських територій, проаналізувати методику проведення польових досліджень для виявлення прихованих туристичних ресурсів, відстежити взаємозв'язок між результатами експедицій та формуванням унікального територіального продукту, узагальнити підходи до документування та верифікації локальних артефактів і знань, а також засвоїти навички польової роботи як інструменту професійної діагностики потенціалу громад.

Завдання 1. Опрацювати з групою наступні питання:

1. Як польова експедиція як метод наукового дослідження допомагає верифікувати теоретичні дані про туристичний потенціал сільської території?
2. У чому полягає специфіка підготовчого, польового та камерального етапів експедиційної розвідки в межах сільського туризму?
3. Які методи «включеного спостереження» та опитування місцевого населення є найефективнішими для ідентифікації живих традицій та автентичних локацій?
4. Як експедиційні дослідження допомагають виявити об'єкти, що не мають офіційного статусу пам'яток, але мають високу атрактивність для сучасного туриста?
5. Яким чином використання ГІС-технологій та фотофіксації під час розвідок підвищує точність ідентифікації ресурсного потенціалу громад?
6. У чому проявляються міжпредметні зв'язки географії, етнографії та соціології під час планування міждисциплінарних туристичних експедицій?
7. Як результати експедицій впливають на зміну маркетингової стратегії сільської території: від стандартизованих послуг до унікальних «експедиційних маршрутів»?
8. Які етичні норми та правила безпеки (особливо в умовах воєнного стану та наближеності до зон ризику) є пріоритетними при проведенні розвідок в Україні?

9. Як цифровізація зібраних польових матеріалів (створення баз даних, оцифрування усних історій) забезпечує сталий розвиток туристичного бренду?
10. Як методи порівняльно-географічного аналізу експедиційних знахідок дозволяють прогнозувати конкурентоспроможність нових туристичних дестинацій?

Завдання 2. Науково-творче завдання «Проект польової розвідки: від гіпотези до маршруту»: У складі малих груп розробіть суцільним текстом концепцію короткострокової експедиції до конкретної (реальної або модельної) сільської громади з метою ідентифікації її «забутих» ресурсів. Опишіть об'єкт вашого пошуку (наприклад, закинуті технічні споруди, специфічний місцевий діалект або гастрономічні традиції), визначте ключові методи дослідження, які ви застосуєте на місці, та сформулюйте очікуваний результат у вигляді прототипу нового турпродукту. Обґрунтуйте, як зібрані дані допоможуть змінити позиціонування цієї території на ринку та залучити нову аудиторію через цифрові канали комунікації. **Інструкція до виконання завдання:**

1. Визначте ціль: Сформулюйте, що саме ви шукаєте (історію, об'єкт чи традицію) та чому це важливо для ідентифікації території.
2. Оберіть інструментарій: Вкажіть 2-3 конкретні методи польової роботи (наприклад, візуальне обстеження, інтерв'ю або картографування).
3. Опишіть продукт: Суцільним текстом поясніть, який туристичний об'єкт або маршрут виникне на основі результатів вашої розвідки.
4. Аргументуйте цінність: Поясніть, як отримана інформація допоможе громаді виділитися серед конкурентів та залучити перших відвідувачів.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Міжнародний та український досвід розвитку сільського туризму: пошук сталих моделей та інноваційних підходів.

Семінарське заняття № 8.

Тема: Персоніфікації території у розвитку сільського туризму та локальної ідентичності

Мета: розкрити роль видатної особистості / «Лідера духу та волі» («генія місця») як центрального елемента туристичного бренду території, проаналізувати механізми персоналізації локальної історії через біографії реальних або легендарних постатей, відстежити вплив персоналізованого сторітелінгу на формування емоційного зв'язку туриста з громадою, узагальнити методiku

капіталізації особистих брендів у сільському туризмі та засвоїти навички проектування «персоналізованих маршрутів», що підсилюють локальну ідентичність.

Завдання 1. Опрацювати з групою наступні питання:

1. Як категорія «персоналії» трансформує анонімний сільський простір у впізнаваний туристичний бренд із власним обличчям та характером?
2. Яким чином взаємозв'язок історії, літературознавства та маркетингу допомагає реконструювати образ видатної особистості для туристичних потреб?
3. У чому полягає різниця між використанням реальних історичних постатей та вигаданих (міфічних) персонажів у персоналізації територій?
4. Які методи «біографічного дослідження» дозволяють знайти унікальні побутові деталі життя особистості, що стають основою для інтерактивних послуг?
5. Як персоналізований маркетинг допомагає сільським садибам створювати унікальну торгову пропозицію (УТП) через зв'язок із конкретним іменем?
6. Яким чином «особистий бренд» сучасного мешканця громади (майстра, фермера, екскурсовода) може стати сильнішим ресурсом, ніж пам'ятки минулого?
7. Як цифрові інструменти (аватари, аудіогіди від першої особи, QR-біографії) оживляють персоналії та роблять їх зрозумілими для молодого покоління?
8. Як принципи етики та сталого розвитку обмежують використання імені видатної людини в комерційних цілях, щоб не спотворити її справжню спадщину?
9. У чому полягає роль персоналізації території як інструменту «м'якої сили» у формуванні патріотизму та збереженні пам'яті про героїв сучасності?
10. Як методи прогнозування дозволяють визначити, яка саме постать (історична чи сучасна) матиме найбільший потенціал для залучення інвестицій у громаду?

Завдання 2. Науково-творче завдання «Живий бренд / легендарна постать: обличчя моєї громади»: Оберіть реальну особистість (історичну постать, митця, науковця чи сучасного героя), життя або діяльність якої пов'язані з обраною вами сільською територією. Користуючись методами персоналізованого сторітелінгу, розробіть суцільним текстом концепцію туристичного проєкту «від першої особи». Ваша концепція має включати опис одного унікального об'єкта (наприклад, «улюблена лава поета» чи «рецепт пирога господині»), сценарій взаємодії туриста з цією постаттю через цифрові додатки та обґрунтування того,

як цей образ підсилює ідентичність громади. Сформулюйте ідею так, щоб персоналія стала «провідником», який перетворює звичайну екскурсію на особисту зустріч із живою історією краю. **Інструкція до виконання завдання:**

1. Оберіть героя: Визначте особистість, чиє ім'я стане «обличчям» території, та коротко вкажіть її зв'язок із цією місцевістю.
2. Створіть «артефакт»: Опишіть один матеріальний або нематеріальний об'єкт, що асоціюється з цією людиною і може бути цікавим туристу.
3. Оживіть історію: Суцільним текстом викладіть ідею того, як турист «спілкуватиметься» з персонажем (через квест, аудіогід або театралізацію).
4. Оцініть ефект: Поясніть, як використання цієї постаті допоможе виділити громаду на ринку та зміцнити гордість місцевих жителів за свій край.

Кейс 1: село Моринці Звенигородського району Черкаської області (Звенигородська мтг). Батьківщина Тараса Григоровича Шевченка.



Кейс 2: село Задністрянське Івано-Франківської області (Бурштинська мтг). Батьківщина Дмитра Івановича Коцюбайла (позивний «Да Вінчі», українського добровольця, учасника російсько-української війни, Героя України. Пам'ятна дошка на стіні Бурштинського ліцею №3.



Кейс 3: Родинна садиба «Зелений Гай» на околиці Гадяцької мтг у Полтавській області. Батьківщина Олени Пчілки (Ольги Петрівни Косач), берегині української ідентичності, культурної лідерки України.



(Представлені фото запозичено з матеріалів <https://uk.wikipedia.org/wiki/>)

Завдання 3. Творче завдання для студентів: Оберіть відому особистість, яка пов'язана з конкретною територією (область, район, громада, місто, село). Проведіть дослідження за методикою персоніфікації території (Гринюк Д.).

План дослідження

1. Назва адміністративно-територіальної одиниці

Вкажіть область, район, громаду або населений пункт, який досліджується.

2. ПІБ відомої персони

Вкажіть повне ім'я відомої особистості, роки життя.

3. Територія перебування або територія іншої знакової життєвої події

Визначте місцевість, де особа: проживала, працювала, навчалася, створила відомий твір, відбулась важлива подія в її житті або житті громади за її участі (вказати місто, село, громаду)

4. Місце народження або батьківщина відомої персони

Вкажіть:

- населений пункт
- область
- історичну назву (за можливості)

5. Професійна діяльність та життєпис відомої персони

Коротко охарактеризуйте: професію, основні досягнення, ключові періоди життя, зв'язок із досліджуваною територією

6. Історіографія персони

Проаналізуйте:

- основні події життя, пов'язані з територією
- пам'ятники, меморіальні дошки
- музеї або культурні об'єкти
- назви вулиць, закладів
- фестивалі, урочистості, пам'ятні дати
- туристичні маршрути або брендинг території

Форма виконання

Студенти можуть представити роботу у вигляді:

- аналітичної довідки (2–4 сторінки)
- презентації (8–12 слайдів)
- інтерактивної мапи
- туристичного маршруту "Шляхами відомої особистості"

Очікувані результати

Після виконання завдання студенти:

- навчаться досліджувати територію через персоналію
- визначать туристичний потенціал території
- сформулюють навички історико-географічного аналізу
- зможуть використовувати метод персоніфікації у дослідженнях громад

Приклади персон для дослідження: *Тарас Шевченко, Леся Українка, Іван Франко, Михайло Грушевський, Соломія Крушельницька, Марко Вовчок, Ольга Кобилянська, Пантелеймон Куліш (або локальні відомі особистості конкретної громади)*

Семінарське заняття № 9.

Тема: Світовий досвід організації сільського туризму.

Мета: розкрити різноманіття моделей організації сільського туризму в різних країнах та регіонах світу, проаналізувати успішні кейси державної підтримки та самоорганізації громад, відстежити глобальні стандарти якості сільської гостинності, узагальнити досвід міжнародних мереж та асоціацій у просуванні локальних брендів, а також засвоїти методи адаптації кращих світових практик до специфічних умов українського ринку.

Завдання 1. Опрацювати з групою наступні питання:

1. Які існують основні світові моделі сільського туризму (наприклад, австрійська, французька, італійська) та за якими критеріями вони класифікуються?
2. У чому полягає специфіка італійської моделі «Agriturismo» та як законодавче регулювання допомогло цій країні стати лідером галузі?
3. Як досвід Австрії (мережі «Urlaub am Bauernhof») демонструє ефективність єдиних стандартів якості та спільного маркетингу для малих господарств?
4. Яку роль відіграє Європейська федерація сільського туризму (EuroGites) у формуванні загальноєвропейських вимог до послуг сільської гостинності?
5. Як досвід Польщі у створенні агротуристичних кластерів та використанні фондів ЄС може бути корисним для відбудови туристичної інфраструктури України?
6. У чому полягають особливості розвитку сільського туризму в США та Канаді (моделі «Dude Ranch» та фермерських ринків) порівняно з європейськими підходами?
7. Як азійські країни (наприклад, Японія) використовують сільський туризм для збереження традиційного способу життя та подолання депопуляції сіл?
8. Яким чином міжнародні системи сертифікації (зелені ключі, еко-маркування) впливають на довіру глобального споживача до сільських об'єктів?
9. Як цифрові платформи (Airbnb, Booking, спеціалізовані національні портали) змінили систему дистрибуції сільських турпослуг у світовому масштабі?
10. Які глобальні тренди сталого розвитку та «відповідального туризму» визначатимуть майбутнє світового ринку сільської гостинності у наступне десятиліття?
11. У чому полягає відмінність між північноєвропейською моделлю (Скандинавія), де акцент робиться на активному еко-відпочинку та праві на природу, та південноєвропейською (Середземномор'я) з фокусом на гастрономію та історичні вілли?

12. Як у Північній Америці (США та Канада) реалізується концепція «агротейтменту» (agritainment) і чим північноамериканські розважальні ферми відрізняються від традиційних європейських сільських садиб?
13. Які особливості «громадського туризму» (community-based tourism) у країнах Південно-Східної Азії (В'єтнам, Таїланд) дозволяють зберігати унікальний устрій життя та культуру рисосіяння?
14. Як у країнах Латинської Америки (наприкладі Коста-Рики чи Чилі) сільський туризм інтегрується з охороною біорізноманіття та створенням приватних природних заповідників на базі фермерських угідь?
15. Яким чином досвід Близького Сходу (наприклад, Йорданія) у розвитку «пустельного» сільського туризму та кочових традицій може бути корисним для України в контексті використання специфічних ландшафтів та мікроклімату?

Завдання 2. Науково-творче завдання «Трансфер інновацій: світовий досвід на українському ґрунті»: У складі малих груп оберіть одну успішну національну модель або конкретний закордонний кейс організації сільського туризму (наприклад, французьку мережу «Gîtes de France» або естонські «розумні села»). Використовуючи метод компаративного аналізу, розробіть суцільним текстом концепцію адаптації цієї моделі для однієї з областей України. Опишіть, які саме елементи закордонного досвіду (система класифікації, методи просування, організаційна структура) ви пропонуєте запозичити, як вони будуть персоналізовані під українську автентичність та за допомогою яких інструментів цифрового маркетингу ви плануєте залучити іноземних партнерів до реалізації цього проєкту. **Інструкція до виконання завдання:**

1. Оберіть прототип: Визначте країну чи конкретну мережу, чий досвід ви вважаєте найбільш ефективним та релевантним.
2. Виділіть ключовий елемент: Вкажіть одну конкретну технологію або принцип організації (наприклад, податкові пільги, «зелена» сертифікація або система онлайн-бронювання).
3. Адаптуйте до локації: Суцільним текстом опишіть, як цей досвід виглядатиме в українському селі, враховуючи місцевий колорит та виклики.
4. Обґрунтуйте життєздатність: Поясніть, чому це рішення спрацює в Україні та як воно допоможе громаді вийти на міжнародний рівень стандартів сервісу.

Завдання 3. Творче завдання «Моя агрооселя майбутнього». Мета завдання: розвинути у студентів здатність: аналізувати світовий досвід сільського туризму; адаптувати ефективні практики до українських реалій; креативно мислити та проєктувати туристичні продукти з урахуванням сталого розвитку, культури та економічної доцільності.

Етап 1.

1. Уявіть, що ви стали консультантом з розвитку сільського туризму в одній з громад України за вибором студента.
2. На основі світового досвіду (B&B, фермерські оселі, дитячий відпочинок, тематичні тури у Франції, Італії, Іспанії тощо) розробіть концепцію сільської агрооселі майбутнього в одній із громад України.

Етап 2.

Створіть короткий проєкт у вигляді презентації або у форматі Word документу (використовуючи авторські постери, інфографіку генеровану методом AI з метою покращення візуальної складової проєкту), що містить:

1. Назву та місце розташування агрооселі.
2. Концепцію та унікальність:
 - яку послугу чи досвід пропонує ваша оселя;
 - яка її відмінність від стандартних готелів або агроосель.
3. Організаційні форми (B&B, farmstay, homestay тощо) та цільову аудиторію.
4. Інтеграцію світового досвіду:
 - які європейські практики ви застосували та чому;
 - як вони адаптовані до українських умов.
5. Сталий розвиток та культурна спадщина:
 - як враховані екологічні принципи;
 - як збережено етнокультурні традиції.
6. Очікувані економічні та соціальні ефекти для регіону.

Приклад ідеї (стисло):

- Назва: “Карпатська хатинка”
- Тип: B&B farm vacation
- Послуги: катання на конях, майстер-класи з приготування сирів, дитячі ігри на природі
- Аудиторія: сім’ї з дітьми та молодь із міст, ВПО, військові ветерани
- Соціальний ефект: підтримка місцевих фермерів та збереження етнокультурної спадщини

Результати: оформити у вигляді презентації або у форматі Word документу. Доповнити розробку відповідним описом.

Завдання 4. Порівняльно-аналітичне дослідження моделей сільського туризму в Європі та проєктування інноваційної агротуристичної системи для України. Мета завдання: Сформувати у студентів поглиблені аналітичні та проєктні компетентності через: комплексний аналіз міжнародного досвіду сільського туризму; виявлення закономірностей розвитку агротуристичних моделей у різних країнах; оцінювання ролі інституцій, культурних та економічних факторів; проєктування інноваційної моделі сільського туризму для

українських громад; застосування принципів сталого розвитку та територіального брендингу.

Етапи виконання

1. Системний порівняльний аналіз європейських моделей

Оберіть **4 країни** з поданого переліку (Великобританія, Франція, Іспанія, Італія, Австрія, Угорщина, Румунія, Польща, Фінляндія).

Проведіть системний аналіз за критеріями:

- організаційні форми сільського туризму (B&B, farmstay, homestay, агрооселі тощо);
- рівень інституційної підтримки (асоціації, державна політика);
- економічна ефективність (робочі місця, прибутковість);
- туристичні продукти (винний, гастрономічний, екотуризм, подієвий туризм);
- рівень інноваційності;
- інтеграція в регіональний розвиток.

Результат: аналітична таблиця + висновки (1–2 сторінки).

2. Виявлення моделей розвитку

На основі аналізу визначте **3 основні моделі сільського туризму в Європі**, наприклад:

- сімейно-фермерська модель;
- інституційно-сертифікована модель;
- еко-туристична/рекреаційна модель.

Поясніть:

- ключові риси кожної моделі;
- країни-лідери;
- переваги та обмеження;
- потенціал масштабування.

3. Аналіз факторів успіху

Проаналізуйте, як взаємодіють фактори розвитку сільського туризму:

- природні ресурси;
- культурна спадщина;
- державна політика;
- участь місцевих громад;
- рівень інфраструктури;
- туристичний попит.

Сформуйте **модель причинно-наслідкових зв'язків** (схема або концепт-карта).

4. Адаптація до України

Оцініть можливості трансферу європейського досвіду в Україну.

Визначте:

- 3 найефективніші практики;
- 2 практики, які потребують адаптації;
- 1 практику, яка є непридатною для впровадження (з обґрунтуванням).

(орієнтир: українські сільські громади, ресурсна база, інфраструктурні обмеження)

5. Проєктування інноваційної моделі

Розробіть концепцію «агротуристичної системи майбутнього» для української громади.

Обов'язково включіть:

- тип моделі (гібридна, еко-, культурна, винна, подієва тощо);
- інфраструктурну структуру (проживання, харчування, активності);
- унікальну туристичну пропозицію (USP);
- інтеграцію місцевої культури та персоніфікації території;
- елементи цифровізації або smart-рішень;
- принципи сталого розвитку.

6. Брендинг та персоніфікація території

Запропонуйте модель брендування території через: культурні символи; історичні події; відому особистість (персоніфікація); гастрономічну або ремісничу ідентичність. Поясніть, як це підсилює туристичну привабливість громади.

Форма виконання

Один із варіантів (на вибір студента):

- аналітичний звіт (5–7 сторінок)
- або презентація (12–15 слайдів) з інфографікою
- або комбінований проєкт (звіт + візуальна частина)

Семінарське заняття № 10.

Тема: Цифровий маркетинг у розвитку сільського туризму. Сила соціальних мереж у просуванні місцевих туристичних ресурсів.

Мета роботи: виявити сучасну роль цифрового маркетингу у розвитку сільського туризму; дослідити роль соціальних мереж у розвитку сільського туризму; навчитися створювати ефективний контент для просування локальних ресурсів; сформувати навички побудови партнерств через онлайн-платформи

Завдання 1. Питання семінару для обговорення в групі:

1. Що таке цифровий маркетинг у сфері сільського туризму та які його ключові переваги перед традиційними методами просування?
2. Які цифрові канали маркетингу (SEO, контекстна реклама, email-розсилки, SMM) є першочерговими для виходу локального туристичного об'єкта на ринок?
3. Як соціальні мережі впливають на формування туристичного іміджу сільських територій?
4. Які інструменти Facebook та Instagram є найбільш ефективними для залучення гостей до сільських садиб?
5. У чому полягає роль сторітелінгу (розповідання історій) у просуванні автентичних місцевих ресурсів?
6. Як залучення місцевих лідерів думок (блогерів) впливає на популярність локальних туристичних дестинацій?
7. Яким чином використання геогенерації та хештегів допомагає користувачам знаходити маловідомі сільські локації?
8. Як відеоконтент (Reels, TikTok) допомагає передати атмосферу сільського відпочинку порівняно зі статичними фото?
9. Яку роль відіграє цифровий маркетинг у забезпеченні прямого зв'язку між виробником сільських послуг та споживачем?
10. Як соціальні мережі сприяють популяризації локальної гастрономії та народних промислів у межах турів?
11. Які методи аналітики в соцмережах дозволяють оцінити реальну конверсію підписників у відвідувачів садиб?
12. Яким чином цифрові інструменти можуть допомогти сільським громадам конкурувати з великими туристичними центрами?

Практичні та творчі завдання. Коротка довідка: Соціальні мережі (наприклад, Instagram, Facebook, TikTok) стали потужним інструментом популяризації локальних туристичних продуктів. Вони дозволяють: **1)** демонструвати унікальність території, **2)** залучати туристів без значних фінансових витрат, **3)** створювати партнерські зв'язки між бізнесами (садиби, фермери, майстри, гіді).

Завдання 2: Аналіз кейсу (індивідуально)

1. Оберіть один об'єкт сільського туризму (наприклад: зелена садиба, ферма, локальний виробник).
2. Знайдіть його сторінки у соціальних мережах.
3. Проаналізуйте:
 - які платформи використовуються
 - тип контенту (фото, відео, сторіс)
 - частоту публікацій
 - взаємодію з аудиторією

Результат: короткий звіт (1–2 сторінки) з висновками про ефективність просування.

Завдання 3: Розробка контент-стратегії (групова робота)

1. Об'єднайтесь у групи по 3–4 студенти.
2. Оберіть умовний або реальний туристичний об'єкт у сільській місцевості.
3. Розробіть:
 - визначіть та обґрунтуйте цільову аудиторію
 - основні меседжі бренду
 - 3–5 рубрик контенту (наприклад: «життя на фермі», «традиційна кухня», «відгуки туристів»)
 - контент-план на 1 тиждень

Результат: презентація (8–10 слайдів).

Завдання 4: Створення контенту (практичне завдання)

1. Створіть:
 - 1 пост для Instagram
 - 1 коротке відео (формат TikTok або Reels)
2. Врахуйте:
 - візуальну привабливість
 - локальну автентичність
 - заклик до дії (наприклад: «завітайте», «забронуйте», «спробуйте»)

Результат: готові приклади контенту на ваших сторінках у соціальних мережах, або на спеціально-створеній сторінці для групи.

Семінарське заняття № 11.

Тема: Партнерські досвіди, бізнеси та освітні ініціативи для покращення менеджменту сільського туризму

Мета: розкрити потенціал партнерських мереж як ключового фактора конкурентоспроможності територій, проаналізувати механізми синергії між бізнесом, владою та освітніми інституціями, відстежити роль безперервної освіти у підвищенні якості менеджменту сільської гостинності, узагальнити досвід

створення успішних кластерів та кооперативів; засвоїти інструменти проектування спільних освітньо-бізнесових ініціатив для професійного зростання громад за підтримки волонтерського руху та організацій громадянського суспільства / громадських проєктів /громадських організацій.

Завдання 1. Питання семінару для обговорення в групі:

1. Як формування партнерських екосистем (кластерів, асоціацій) допомагає малим суб'єктам сільського туризму долати ринкові виклики та оптимізувати витрати на менеджмент?
2. Яким чином взаємодія «Університет – Громада – Бізнес» забезпечує трансфер наукових знань у реальні туристичні проєкти на селі?
3. У чому полягає роль неформальної освіти та програм підвищення кваліфікації для власників сільських садиб у впровадженні сучасних стандартів сервісу?
4. Як партнерство з місцевими виробниками крафтової продукції (фермерами, виноробами) підсилює менеджмент туристичної дестинації та створює додану вартість?
5. Які існують моделі публічно-приватного партнерства у розвитку сільської інфраструктури та як вони впливають на інвестиційну привабливість території?
6. Як цифрові освітні платформи та вебінари змінюють рівень управлінської грамотності сільських підприємців у віддалених регіонах?
7. У чому проявляється роль менторства та професійних мереж (наприклад, Спільки сприяння розвитку сільського зеленого туризму) у підтримці бізнесів-початківців?
8. Як спільні маркетингові ініціативи декількох громад допомагають створювати комплексні міжрегіональні маршрути та залучати корпоративних клієнтів?
9. Яким чином інтеграція принципів сталого розвитку в освітні курси для менеджерів туризму сприяє екологізації сільського бізнесу?
10. Як методи проєктного менеджменту допомагають громадам залучати грантові кошти через партнерство з міжнародними фондами та освітніми інституціями?
11. Як громадські організації (ГО) можуть виступати модераторами між бізнесом та освітою у створенні «ресурсних центрів» для професійного зростання сільських господарів?
12. Яким чином волонтерський рух (зокрема інтелектуальне волонтерство - *pro bono*) допомагає малим сільським бізнесам опановувати інструменти стратегічного менеджменту та діджиталізації без значних фінансових витрат?

13. У чому полягає специфіка проєктування спільних соціально-освітніх ініціатив, де громадські проєкти стають базою для практичного навчання студентів-менеджерів у реальних сільських локаціях?
14. Як залучення організацій громадянського суспільства допомагає громадам успішно проходити шлях від волонтерської ініціативи до сталого бізнес-проєкту, зберігаючи при цьому соціальну місію?
15. Які інструменти громадського контролю та участі (публічні обговорення, мешканські проєкти) є найбільш дієвими при проєктуванні спільних освітніх хабів на базі об'єктів сільського туризму?

Завдання 2. Науково-творче завдання «Партнерський хаб: від навчання до бізнесу»: У складі малих груп розробіть суцільним текстом концепцію освітньо-бізнесового проєкту для конкретної сільської громади, який би об'єднував місцевих підприємців та освітню установу (коледж, університет або тренінговий центр). Опишіть зміст однієї спільної ініціативи - наприклад, «Школа сільського гостювництва» чи «Інкубатор агротуристичних стартапів», - вкажіть, які саме управлінські навички будуть засвоєні учасниками та як це партнерство допоможе вивести локальні бізнеси на новий рівень прибутковості. Обґрунтуйте, які цифрові інструменти комунікації ви використаєте для підтримки цієї партнерської мережі та як цей проєкт вплине на життєстійкість громади в умовах сучасних викликів. **Інструкція до виконання завдання:**

1. Визначте партнерів: Вкажіть, хто саме об'єднується (наприклад, місцеві господарі, сільська рада та запрошені експерти-викладачі).
2. Сформулюйте ідею: Опишіть конкретну освітню чи бізнесову активність, яка вирішує реальну проблему менеджменту в обраній громаді.
3. Опишіть результат: Суцільним текстом поясніть, який новий сервіс або покращення якості послуг з'явиться в результаті цієї співпраці.
4. Доведіть ефективність: Аргументуйте, чому саме такий партнерський підхід є більш дієвим, ніж поодинокі зусилля окремих підприємців.

Семінарське заняття № 12.

Тема: Ланцюжок вражень у сільському туристичному бізнесі та покращення клієнтського сервісу. Виклики та перспективи розвитку сільського туризму в світі і в Україні.

Мета: розкрити психологічні та організаційні аспекти формування «ланцюжка вражень» як основи сучасного сервісу, проаналізувати етапи взаємодії клієнта з туристичним об'єктом від першого запиту до післяігрового супроводу, відстежити критичні точки втрати якості сервісу в сільських умовах, узагальнити світовий та вітчизняний досвід подолання кризових викликів у галузі та засвоїти

методику проектування емоційно насичених сервісних моделей, що забезпечують лояльність клієнта в епоху турбулентності.

Завдання 1. Питання семінару для обговорення в групі:

1. Що таке «ланцюжок вражень» (Customer Journey Map) у сільському туризмі та як кожен його елемент впливає на формування загальної цінності продукту для гостя?
2. Яким чином «перше враження» (дистанційна комунікація, зручність бронювання, якість контенту) визначає очікування клієнта ще до його приїзду в садибу?
3. У чому полягає роль «ефекту занурення» в сільський побут та як через дрібниці (аромати, звуки, тактильність) створюється унікальний сервісний досвід?
4. Які існують методи діагностики «вузьких місць» у ланцюжку сервісу сільської садиби та як їх оперативно усувати без значних фінансових вкладень?
5. Як змінилися вимоги до сервісу в Україні в умовах війни (пріоритет безпеки, наявність укриття, енергонезалежність) та як інтегрувати ці виклики у ланцюжок вражень?
6. Яким чином цифрові інструменти зворотного зв'язку (відгуки, чат-боти, анкетування) допомагають покращувати менеджмент вражень у режимі реального часу?
7. У чому проявляються глобальні виклики розвитку сільського туризму (надмірний туризм, зміна клімату, відтік молоді) та як світ реагує на них через стратегії сталого сервісу?
8. Які перспективи відкриває для українського сільського туризму тренд на «трансформаційні подорожі», де головним враженням є зміна внутрішнього стану гостя?
9. Як міжпредметні зв'язки маркетингу та психології допомагають власникам садиб передбачати приховані потреби клієнта та створювати ефект «перевершення очікувань»?
10. Як у глобальному вимірі співвідносяться стандартизація сервісу (зірковість, сертифікація) та збереження автентичної сільської гостинності?

Завдання 2. Науково-творче завдання «Реконструкція ланцюжка вражень»:

Працюючи в групах, оберіть один конкретний сегмент клієнтів (наприклад, сім'я з маленькими дітьми, волонтерська група або іноземний дослідник) та спроектуйте для них суцільним текстом «ідеальний шлях гостя» у сільській громаді. Опишіть усі точки дотику: від моменту, коли людина побачила рекламу в інтернеті, до моменту отримання подяки після від'їзду. Визначте принаймні три

критичні виклики, які можуть виникнути на цьому шляху (наприклад, погана дорога, відсутність інтернету чи мовний бар'єр), та запропонуйте креативні сервісні рішення для їх нівелювання. Обґрунтуйте, як саме цей продуманий ланцюжок вражень допоможе перетворити випадкового відвідувача на постійного амбасадора бренду вашої території. **Інструкція до виконання завдання:**

1. Опишіть портрет гостя: Чітко визначте, для кого ви створюєте цей ланцюжок вражень та які головні потреби цієї групи.
2. Спроектуйте маршрут: Послідовно викладіть етапи взаємодії (онлайн-знайомство, зустріч, проживання, емоційне прощання).
3. Вирішіть виклики: Вкажіть на конкретні слабкі місця в інфраструктурі чи сервісі та опишіть, як ви перетворите ці мінуси на унікальні «фішки».
4. Сформулюйте висновок: Поясніть, який головний емоційний результат («післясмак») має залишитися у клієнта після завершення його подорожі.

ЗАВДАННЯ МОДУЛЬНОЇ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ №1

I ВАРІАНТ

1. Теоретичні основи сільського туризму.

Розкрийте сутність поняття сільського туризму, його основні функції та значення для розвитку сільських територій. Поясніть відмінності між сільським туризмом, зеленим туризмом та агротуризмом.

2. Виникнення та розвиток сільського туризму в Європі.

Охарактеризуйте основні етапи становлення сільського туризму в європейських країнах та проаналізуйте світовий і європейський досвід його розвитку.

II ВАРІАНТ

1. Організаційні форми та особливості сільського туризму.

Розкрийте основні організаційні форми функціонування сільського туризму та охарактеризуйте особливості ринку туристичних послуг у сільській місцевості.

2. Моделі та перспективи розвитку сільського зеленого туризму.

Охарактеризуйте моделі сільського зеленого туризму у світі та в Україні. Поясніть значення світового досвіду та визначте перспективні шляхи розвитку сільського туризму в Україні

ЗАВДАННЯ МОДУЛЬНОЇ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ №2

Тема: Краєзнавчий, персоніфікований та проєктний підхід у розвитку сільського туризму

I ВАРІАНТ

1. Краєзнавчий аналіз території

Проведіть короткий аналіз обраного сільського населеного пункту як потенційного туристичного дестинаційного простору.

Визначте його історико-географічні, культурні та природні ресурси, які можуть бути використані для розвитку сільського туризму.

2. Туристично-подієвий потенціал території

Охарактеризуйте туристично-подієвий ресурс села (свята, івенти, маршрути, локальні традиції).

Поясніть, як подієвий туризм може впливати на брендинг території та розвиток сільської громади.

3. Персоніфікація території як інструмент брендингу

Розкрийте роль методу персоніфікації території у формуванні туристичної привабливості.

Наведіть приклад відомої особистості та поясніть, як вона може стати брендовим маркером розвитку сільського туризму.

II ВАРІАНТ

1. Світовий досвід сільського туризму

Проаналізуйте одну з моделей сільського туризму у світі (B&B, farmstay, homestay, агротуризм у Франції, Італії чи Іспанії).

Визначте ключові фактори її успіху та можливості застосування в Україні.

2. Проєктування агрооселі майбутнього

Запропонуйте концепцію інноваційної сільської агрооселі для обраної української громади.

У відповіді врахуйте:

- унікальність туристичного продукту;
- цільову аудиторію;
- інтеграцію світового досвіду;
- адаптацію до місцевих умов.

3. Сільський туризм і сталий розвиток

Проаналізуйте, як запропонований вами туристичний продукт або концепція агрооселі впливає на:

- економічний розвиток громади;
- зайнятість місцевого населення;
- збереження культурної спадщини;
- екологічну стійкість території.

НАПРЯМИ ТА ТЕМИ ДОСЛІДНИЦЬКИХ ПРОЄКТІВ

Напрям 1. Краєзнавчі та ресурсні дослідження територій

1. Туристично-рекреаційний потенціал сільського населеного пункту (за вибором студента)
2. Природно-географічні ресурси як основа розвитку сільського туризму в Україні
3. Культурно-історична спадщина села як туристичний ресурс
4. Формування туристичного образу (бренду) сільської громади
5. Роль краєзнавчих досліджень у розвитку сільського туризму

Напрям 2. Подієвий туризм і локальна ідентичність

6. Подієвий туризм як інструмент розвитку сільських територій
7. Традиційні свята та івенти як основа туристичної привабливості села
8. Формування туристичних маршрутів на основі локальних подій
9. Туристичний потенціал фольклору та народних традицій у сільській місцевості
10. Брендинг села через культурно-подієвий туризм

Напрям 3. Персоніфікація територій

11. Відома особистість як фактор розвитку туристичної привабливості території
12. Туристичні маршрути «Шляхами видатної особистості»
13. Персоніфікація території як інструмент формування туристичного бренду
14. Вплив історичних постатей на розвиток локального туризму в Україні
15. Меморіальні об'єкти як елемент туристичної інфраструктури села

Напрям 4. Світовий досвід і моделі розвитку

- 16.Європейські моделі сільського туризму (Франція, Італія, Іспанія): порівняльний аналіз
- 17.B&B як сучасна форма розвитку сільського туризму
- 18.Farmstay та агротуризм: міжнародний досвід і перспективи України
- 19.Homestay як модель інтеграції туриста в життя сільської громади
- 20.Адаптація світового досвіду сільського туризму до українських реалій

Напрямок 5. Проєктування та інновації

- 21.Концепція агрооселі майбутнього в українській сільській громаді
- 22.Розробка інноваційного туристичного продукту для сільської місцевості
- 23.Екотуризм як основа сталого розвитку сільських територій
- 24.Створення туристичного бренду села (проєктна розробка)
- 25.Інноваційні форми дозвілля в сільському туризмі

Напрямок 6. Економіка, управління та сталий розвиток

- 26.Вплив сільського туризму на зайнятість та доходи сільського населення
- 27.Менеджмент сільського туризму: проблеми та перспективи
- 28.Маркетинг сільського туристичного продукту в Україні
- 29.Сільський туризм у контексті сталий розвиток територій
- 30.Проблеми розвитку сільського туризму в Україні та шляхи їх подолання

Напрямок 7. Туристичні ресурси та просторовий розвиток

- 31.Географія розвитку сільського туризму в Україні: регіональні відмінності
- 32.Сільський туризм як фактор просторової трансформації територій
- 33.Використання занедбаних сільських об'єктів у туристичних цілях
- 34.Ландшафт як основа формування туристичного продукту в селі
- 35.Роль природоохоронних територій у розвитку сільського туризму

Напрям 8. Соціокультурний вимір сільського туризму

- 36. Сільська гостинність як соціокультурний феномен туристичної індустрії
- 37. Вплив сільського туризму на збереження локальної ідентичності
- 38. Традиційна кухня як елемент туристичної привабливості села
- 39. Ремесла та народне мистецтво як ресурс сільського туризму
- 40. Міжкультурна взаємодія в умовах розвитку сільського туризму

Напрям 9. Туристичні продукти та досвід туриста

- 41. Створення унікального туристичного досвіду в сільській місцевості
- 42. Гастрономічний туризм у сільських громадах України
- 43. Освітній (edutourism) у сільському середовищі
- 44. Розробка тематичних турів у сільській місцевості
- 45. Дитячий та сімейний відпочинок у форматі сільського туризму

Напрям 10. Інфраструктура та управління

- 46. Інфраструктурні бар'єри розвитку сільського туризму в Україні
- 47. Роль місцевого самоврядування у розвитку сільського туризму
- 48. Партнерство громади та бізнесу у сфері сільського туризму
- 49. Управління туристичними потоками в сільських регіонах
- 50. Цифровізація та онлайн-просування сільського туризму

Напрям 11. Інновації та майбутні моделі розвитку

- 51. Smart-село як нова модель розвитку сільського туризму
- 52. Використання цифрових технологій у просуванні сільського туристичного продукту
- 53. Віртуальні тури як інструмент популяризації сільських територій
- 54. AI та соціальні медіа у маркетингу сільського туризму

55. Креативні індустрії як драйвер розвитку сільських територій

Напрямок 12. Авторські та проєктні теми

56. Розробка авторського туристичного маршруту «Моє рідне село»

57. Концепція фестивалю як інструмент розвитку сільського туризму

58. Створення бренду сільської громади (практичний проєкт)

59. Туристичний паспорт села: структура та розробка

60. Проєкт розвитку сільського туризму для обраної громади України

ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ

1. Сутність поняття «сільський туризм».
2. Відмінності між «сільським» та «міським» туризмом.
3. Сутність понять «екологічний туризм» та «зелений туризм».
4. Специфіка турпродукту сільського зеленого туризму.
5. Агрорекреаційні ресурси: сутність та значення.
6. Типологія сільських поселень України, їх особливості розвитку у воєнний час.
7. Сутність поняття «агротуризм».
8. Форми організації відпочинку в сільському туризмі з урахуванням сучасних викликів.
9. Критерії визначення сільських поселень в країнах світу.
10. Принципи та функції сільського туризму.
11. Гостьовий цикл сільського зеленого туризму.
12. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні.
13. Основні послуги сільського зеленого туризму.
14. Додаткові послуги сільського зеленого туризму.
15. Проблеми розвитку сільського туризму в Україні.
16. Чинники розвитку сільського зеленого туризму в Україні.
17. Сутність та основні складники сільського туристичного продукту.
18. Сталий туризм: сутність та основні принципи.
19. Сутність поняття «зелений туризм».
20. Поняття сталого сільського туризму в Україні.
21. Категоризація засобів розміщення у сфері сільського зеленого туризму України.
22. Географія категорійних агроосель в Україні.

23. Рекреаційний потенціал сільських територій України.
24. Сільський туризм як допоміжна форма господарювання в аграрному секторі.
25. Сільський туризм як перспективний напрям розвитку внутрішнього туризму України.
26. Інфраструктура як один з головних чинників розвитку сільського туризму.
27. Зарубіжний досвід організації сільського зеленого туризму.
28. Сутність поняття «фермерський туризм».
29. Промоція сіл на туристичному ринку України.
30. Сучасний стан ринку сільського туризму України.
31. Виникнення та розвиток сільського туризму в Європі.
32. Організаційні форми та особливості сільського туризму.
33. Світовий та європейський досвід розвитку сільського туризму.
34. Значення світового досвіду для розвитку сільського туризму в Україні
35. Сільський туризм/зелений/агротуризм.
36. Моделі сільського зеленого туризму в світі.
37. Моделі сільського зеленого туризму в Україні.
38. Перспективні шляхи для розвитку сільського туризму в Україні.
39. Виникнення та розвиток сільського туризму в Україні.
40. Основні послуги сільського зеленого туризму.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Барна М., Богуш М., Волошинський О. Організація підприємницької діяльності в сфері сільського туризму особами з інвалідністю : посібник. Львів : Растр-7, 2019. 206 с.
2. Власенко І. В. Особливості сільського зеленого туризму та перспективи його розвитку в Україні. Збалансоване природокористування. 2016. № 1. С. 37–41.
3. Власенко І. В. Регіональні особливості формування маркетингових заходів розвитку сільського зеленого туризму. Науковий вісник ЛНУВМБ імені С. З. Гжицького. 2017. Т. 19, № 81. С. 3–9.
4. Гринюк Д.Ю., Степанець І.О., Борисова О.В. Туристичне краєзнавство: Гадяч та його околиці. Навчальний посібник (за ред. проф. Любіцевої О.О.) КНУ імені Тараса Шевченка. 2022. с. 123.
<https://geo.knu.ua/wpcontent/uploads/2022/06/posibnyk-turystychne-krayeznavstvo-gadyach-ta-jogo-okolyczy-2022.pdf>
5. Гринюк Д. Ю. Тенденції розвитку органічного сільського господарства в державах ЄС та в Україні. *The development of nature sciences: problems and solutions* : international research and practical conference (Brno, April 27–28, 2018). Brno, Czech Republic : Mendel University, 2018. Р. 24–28.
6. Гринюк Д. Ю. На шляху до перемоги: як нині відновлюються сільські деокуповані громади Київщини. Multidisciplinární mezinárodní vědecký magazín *Věda a perspektivy*. 2024. № 1 (32). С. 26–42. DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2024-1\(32\)](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2024-1(32)).
7. Гетьман О., Гринюк Д., Гринюк Т. Природно-заповідні території України: екотуризм та сільська гостинність : кол. монографія / за ред. О. О. Любіцевої. Київ : Талком, 2023. 212 с.
8. Дармостук Д. Г. Тенденції розвитку зеленого туризму в Україні. Теорія та практика державного управління. 2017. № 2. С. 1–7.
9. Дідик Н. В., Варшава О. В. Розвиток зеленого туризму – пріоритетне завдання для України. Науковий вісник Мукачівського державного університету. 2017. № 9. С. 763–767.
10. Корінець Р. Сільський розвиток : посібник для фахівців з аграрного та сільського розвитку територіальних громад. Київ, 2023. 158 с.

11. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти): Навч. посібник. 3-є вид., перероб. та доп. – К.: Альтерпрес, 2005. – 432 с.
12. Любіцева О.О. Бабарицька В.К. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2008. – 335 с.
13. Матвієнко Н. М., Околович І. І. Сільський туризм: Сутність та аспекти понятійно-термінологічного апарату. *Економічна та соціальна географія* : наук. збірник. Київ, 2018. Вип. 80. С. 28–32.
14. Рошко Н. Б. Розвиток сільського зеленого туризму в Україні. Збірник наукових праць Буковинського університету. Економічні науки. 2011. Випуск 7. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/roshko.html
15. Сільський зелений туризм – від роз'єднаних садіб до територіальних кластерів / ГО «Спілка сільського зеленого туризму України» / під ред. В. Васильєва. К. 2018. 60 с. URL : https://issuu.com/ukraineards/docs/szt-book_web
16. Стафійчук В.І. Рекреалогія. Навчальний посібник. Стереотипне видання. – Херсон: ОЛДІ ПЛЮС, 2020. – 428 с.
17. Стафійчук В.І., Малиновська О.Ю. Туристичне країнознавство: навч. посіб. у 4-х томах; Т.1. Європа. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2021 – 282 с.
18. Щука Г. П. Гастрономічний бренд Закарпаття: економічний потенціал та можливості розвитку. *Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica Et Recreatio*, 2025. № 1. С. 94–104. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2025-1-9>
19. Щука Г. П., Ханас У. Я., Омельченко Г. Ю. Спа vs Велнес: сучасні підходи до оздоровлення в туризмі. *Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica Et Recreatio*, 2025. № 2, С. 90–99. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2025-2-8>
20. Kiptenko, V., et al. (2026) Outsourcing as a modern form of international labor division. V Kiptenko, O Razumova, O Boriushkina, V Romanova, A Negoda. *International Journal of Computer Science & Network Security* 21 (8), 43-50, 2021. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=M1ucj4EAAA&sortby=pubdate&citation_for_view=M1ucj4EAAA&j3f4tGmQtD8C
21. Roman M., Kudinova I., Samsonova V., Kawęcki N. Innovative Development of Rural Green Tourism in Ukraine // *Tourism and Hospitality*. 2024. № 5(3). P. 1–18. URL: <https://www.mdpi.com/2673-5768/5/3/33>
22. Smyrnov, I., Hryniuk, D., Smochko, N., Rastvorova, M., and Svyshcho, V. (2023). The Phenomenon Of The Volunteer Initiative In The Context Of The Development Of

- Social And Military Volunteering During The Enemy Invasion Of Sovereign Ukraine, 23. Inequality, Informational Warfare, Fakes and Self-Regulation in Education and Upbringing of Youth, Youth Voice Journal Vol. I, pp. 72-89. ISBN (ONLINE): 978-1-911634-78-2 URL: <https://www.rj4allpublications.com/product/the-phenomenon-of-the-volunteer-initiative/>
24. Gabryjończyk P., Kudinova I., Samsonova V. Rural tourism as a priority area for the development of agro-houses and rural areas of Ukraine // *TIRR Journal*. 2024. URL: <https://tirr.sggw.edu.pl/article/view/9866>
25. Roman M., et al. Agritourism and sustainable development of rural areas // *ScienceDirect*. 2024. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0743016724000871>
26. Dolynska O., Hutsal L., Hilberh T. Rural tourism in Ukraine: current trends and development prospects // *ResearchGate*. 2024. URL: https://www.researchgate.net/publication/382534027_SILSKIJ_TURIZM_V_UKRAINI_SUCASNI_TENDENCII_TA_PERSPEKTIVI_ROZVITKU

Додаткова:

1. Аніщенко А. П. Зелений туризм як напрям трудової соціалізації сільської молоді в інформаційному суспільстві. Вісник ХДАК. 2014. Вип. 44. С. 127–132.
2. Габчак Н., Дубіс Л. Дослідження туристичного потенціалу об'єднаних територіальних громад в межах Ужгородського району Закарпатської області. Економіка та суспільство, 2025. № 71. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-94>
3. Гринюк Д., Борисова О. Диверсифікація виробництва як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємств індустрії туризму та гостинності. «Наука і техніка сьогодні» (Серія «Педагогіка», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Фізико-математичні науки», Серія «Техніка»): журнал. Серія «Економіка». Категорія Б. 2023. № 14(28) 2023. С. 637 (195-207) [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-14\(28\)-195-206](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-14(28)-195-206)
4. Долинська О., Гуцал Л., Гільберг Т. Сільський туризм в Україні: сучасні тенденції та перспективи розвитку. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 64. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-24>.
5. Долинська О. О. Сільський туризм Хмельницької області: сучасний стан та перспективи розвитку. Вісник Одеського національного університету. Серія географічні та геологічні науки. Т. 26. Вип. 1 (38). 2021. С. 105–117.

- 6.Доповідь про стан навколишнього природного середовища Закарпатської області за 2024 рік. URL: <https://surl.li/sfptru>
- 7.Красноручський О. О., Зайцев Ю. О. Економічні передумови активізації діяльності аграрних підприємств у сфері зеленого (сільського) туризму. Сучасні особливості формування і управління інноваційним потенціалом регіонального розвитку туризму та рекреації із залученням молодіжного ресурсу : зб. наукових праць. Тернопіль : ТНТУ, 2015. С. 154–157.
- 8.Морохович В. С., Лендел М. А., Морохович Б. В. Розвиток туризму Закарпатської області як складової туристичної галузі України. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2020. Вип. 60. С. 12-17. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2020-60-02>
- 9.Парфіненко А.Ю., Сідоров В.І., Любіцева О.О. Туристичне країнознавство: підручник. 2-ге вид., переробл. і доповн. К.: Знання, 2015. 551 с.
- 10.Сологуб Ю. І., Шабалда О. Д. Природні туристичні ресурси Закарпатської області. Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі: матеріали Х Всеукраїнської науково-практичної конференції, 23 листопада 2021 р. Київ: НУХТ, 2021. С. 228.
- 11.Стафійчук В.І., Малиновська О.Ю. Туристичне країнознавство: навч. посіб. у 4-х томах; Т.2.Азія та Океанія. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2021 – 190 с.
- 12.Стафійчук В.І., Малиновська О.Ю. Туристичне країнознавство: навч. посіб. у 4-х томах; Т.3. Америка. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2021 – 270 с.
- 13.Стафійчук В.І., Малиновська О.Ю. Туристичне країнознавство: навч. посіб. у 4-х томах; Т.4. Африка і Близький Схід. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2021 – 280 с.
- 14.Ханас У., Попик М. Термальні мінеральні води як одна з домінант туристично-рекреаційних ресурсів Закарпаття. Економіка та суспільство, 2024. № 62. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-54>
- 15.Шульга В. П. Стратегічне управління розвитком екологічного туризму в контексті рекреаційного природокористування. Географія та туризм. 2012. Вип. 22. С. 42–51.
- 16.Управління туризму та курортів Закарпатської обласної державної адміністрації. У 2024 році національні природні парки Закарпаття відвідали понад 170 тис. туристів. URL: <https://zaktour.gov.ua/u-2024-rotsi-natsionalni-prirodni-parky-zakarpattia-vidvidaly-ponad-170-tys-turystiv/>

17. Kiptenko, V., et al. (2020) The Influence of the Third Parties Organizations Activities on the Efficiency of the Tourism Services Market Entities. M Paska, A Konokh, V Kiptenko, S Bodnar International Conference on Business and Technology, 731-741, 2020
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=M1ucj4EAAA&sortby=pubdate&citation_for_view=M1ucj4EAAA&R3hNpaxXUhUC

Довідкові Інтернет-джерела:

1. Верхована Рада України. Офіційний сайт. URL: <https://www.rada.gov.ua/>
2. Всесвітня туристична організація (World Tourism Organization, UNWTO). Офіційний сайт. – Режим доступу: <https://www.unwto.org/>
3. ГО Спілка сільського зеленого туризму. URL: <https://www.greentour.com.ua/>
4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Державне агентство розвитку туризму. Офіційний сайт. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
6. Екологічний паспорт Закарпатської області. URL: <https://surl.li/kevhxow>
7. Замки та палаци Закарпаття. URL: https://karpatium.com.ua/blog/zamky-ta-palatsy-zakarpattq#google_vignette
8. Неймовірні села. URL: <https://agroportal.ua/konkurs>
9. Парки та заповідники Закарпатської області.
URL: <https://www.nationalparks.in.ua/pryrodni-parky/zakarpattya/>
10. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>
11. Санаторно-лікувальні заклади Закарпаття.
URL: <https://zaktour.gov.ua/tours/hotels-2/>
12. Туристичні магніти України 2024. URL: <https://surl.li/arwomz>
13. ECEAT – European Centre for Ecological and Agricultural Tourism.
URL: <http://www.eceat.org/>

ГЛОСАРІЙ

Автентичність — якість туристичного досвіду, що базується на збереженні первісних, справжніх рис локальної культури, побуту та традицій.

Активний туризм — вид туризму, що передбачає підвищений рівень фізичної активності та взаємодії з природним середовищем.

Агротуризм — спеціалізована форма туристичної діяльності, що реалізується на базі сільськогосподарських підприємств і передбачає інтеграцію рекреаційних послуг із процесами аграрного виробництва.

Антропогенне навантаження — міра прямого та опосередкованого впливу людини (туристів) на природні комплекси в межах дестинації.

Брендинг території — стратегічний процес формування конкурентоспроможного образу дестинації на основі її унікальних характеристик.

Гастрономічний туризм — різновид сільського туризму, метою якого є ознайомлення з локальними кулінарними традиціями, автентичними продуктами та технологіями їх приготування.

Глокалізація в туризмі — поєднання глобальних стандартів обслуговування з унікальними локальними особливостями сільської місцевості.

Гостинність — соціокультурний феномен, що відображає систему норм, традицій і поведінкових практик прийому відвідувачів.

Груповий туризм — організована форма туристичної діяльності, що реалізується в межах колективних поїздок.

Диверсифікація доходів — економічна стратегія розширення джерел прибутку, зокрема через розвиток туристичної діяльності.

Диверсифікація сільської економіки — стратегічний процес розширення спектра видів економічної діяльності на селі (зокрема через туризм) для зниження залежності від суто аграрного виробництва.

Екологічна сертифікація — інституційно регламентований процес оцінювання відповідності діяльності встановленим екологічним стандартам.

Екологічна стійкість — здатність екосистем і соціально-економічних систем зберігати функціональну рівновагу під впливом зовнішніх чинників.

Еко-садиба — об'єкт сільського туризму, що функціонує на принципах екологічного менеджменту (використання відновлюваної енергії, сортування сміття, органічне харчування).

Екотуризм — різновид сталого туризму, спрямований на пізнання природних екосистем із одночасним забезпеченням їх збереження та підвищенням екологічної свідомості відвідувачів.

Етнотуризм — напрям туристичної діяльності, орієнтований на інтерпретацію та пізнання етнокультурних особливостей різних соціальних груп.

Ємність території — гранично допустимий рівень використання території без порушення її екологічної та соціальної рівноваги.

Зелений туризм — концептуально орієнтована форма туризму, що передбачає мінімізацію антропогенного навантаження на довкілля та використання екологічно безпечних практик відпочинку.

Імідж DESTINATION — когнітивно-емоційне уявлення споживачів про туристичну територію.

Індивідуальний туризм — форма організації подорожей, що характеризується автономністю прийняття рішень туристом.

Інвестиції в туризм — капіталовкладення, спрямовані на розвиток туристичної інфраструктури та продуктів.

Інтерпретація спадщини — комунікативний процес пояснення значення природних і культурних об'єктів для відвідувачів.

Крафтове виробництво — форма дрібносерійного виробництва, заснована на традиційних технологіях і локальних ресурсах.

Культурна спадщина — сукупність матеріальних і нематеріальних цінностей, що мають історичну та соціальну значущість.

Ланцюжок доданої вартості в туризмі — сукупність етапів створення туристичного продукту, де кожен елемент (від фермера до гіда) додає цінності кінцевій послугі.

Локальна культура — інтегральна система цінностей, норм і практик, що визначають соціальну ідентичність конкретної територіальної спільноти.

Локальні продукти — товари, створені в межах певної території та пов'язані з її культурною ідентичністю.

Маркетинг туризму — функціональна діяльність, спрямована на дослідження, формування та стимулювання попиту на туристичні продукти.

Нематеріальна культурна спадщина — форми культурного вираження, що існують у вигляді традицій, звичаїв і практик.

Партнерство «влада-бізнес-громада» — механізм багатосторонньої взаємодії для реалізації соціально значущих проєктів у сфері сільського туризму.

Пасивний туризм — форма рекреаційної діяльності з мінімальним рівнем фізичного навантаження.

Підприємництво в туризмі — інноваційна діяльність, спрямована на створення та реалізацію туристичних послуг.

Просторова справедливість у туризмі — концепція рівномірного розподілу переваг (доходів, інфраструктури) та навантажень від туристичної діяльності між усіма членами громади.

Рекреація — багатофункціональний процес відновлення фізичних, психоемоційних та інтелектуальних ресурсів людини.

Рекреаційні ресурси — природні й антропогенні компоненти середовища, що мають оздоровчий та відновлювальний потенціал.

Садiba сільського туризму — індивідуалізований об'єкт розміщення в сільській місцевості, адаптований до надання туристичних послуг із урахуванням локальних соціокультурних особливостей.

Сезонність туризму — циклічний прояв змін інтенсивності туристичних потоків, зумовлений природно-кліматичними та соціально-економічними факторами.

Сервіс у туризмі — інтегрована характеристика якості обслуговування, що визначає рівень задоволеності туриста.

Сільська громада — соціально-територіальна спільнота, що функціонує в межах сільської місцевості та бере участь у розвитку туризму.

Сільська гостинність — це форма туристично-рекреаційної діяльності, що передбачає прийом і обслуговування відвідувачів у сільській місцевості з використанням місцевих природних, культурних та господарських ресурсів, а також залучення гостей до традиційного способу життя громади.

Сільський ретріт — форма відпочинку в сільській місцевості, спрямована на глибоке психоемоційне відновлення, усамітнення та духовні практики в гармонії з природою.

Сільський туризм — вид туристичної діяльності, локалізований у межах сільських територій, що базується на використанні природно-ресурсного, культурно-історичного та соціально-економічного потенціалу села.

Сільськогосподарський ландшафт — антропогенно трансформована природна система, сформована під впливом аграрної діяльності.

Смарт-туризм (Smart Travel) — модель організації подорожей, що базується на використанні цифрових інструментів (QR-коди на маршрутах, мобільні застосунки громад) для підвищення комфорту туриста.

Сталий розвиток туризму — інтегративна модель функціонування туристичної галузі, що забезпечує збалансоване поєднання економічних вигод, соціальної справедливості та екологічної безпеки.

Соціальний туризм — форма туризму, спрямована на забезпечення доступності туристичних послуг для соціально вразливих груп населення.

Туристична анімація — організаційно-педагогічна діяльність із формування дозвіллєвих програм для туристів.

Туристична дестинація — геопросторова система, що характеризується наявністю ресурсів, інфраструктури та управлінських механізмів для прийому туристів.

Туристична інфраструктура — системно організована сукупність матеріально-технічних об'єктів і сервісних елементів, що забезпечують виробництво та споживання туристичних послуг.

Туристична логістика — система управління потоками туристів, ресурсів і послуг у межах туристичної діяльності.

Туристичний оферта — конкретна цінова та змістовна пропозиція туристичного продукту на ринку, готова до реалізації споживачу.

Туристична пропозиція — сукупність послуг і продуктів, що формуються суб'єктами туристичного ринку для задоволення попиту.

Туристичне навантаження — інтегральний показник інтенсивності впливу туристів на довкілля та соціальну сферу.

Туристичне планування — науково обґрунтований процес визначення стратегічних напрямів розвитку туризму.

Туристичний кластер — територіально локалізована система взаємопов'язаних підприємств і інституцій, що спільно формують туристичний продукт.

Туристичний маршрут — просторово-часова модель організації туристичного переміщення, що включає визначену послідовність об'єктів відвідування.

Туристичний попит — економічна категорія, що характеризує обсяг і структуру потреб споживачів у туристичних послугах.

Туристичний продукт — комплексна інтегрована сукупність матеріальних і нематеріальних компонентів, сформованих для задоволення рекреаційних і пізнавальних потреб туриста.

Туристичний ринок — складна соціально-економічна система взаємодії виробників і споживачів туристичних послуг.

Туристичні ресурси — систематизована сукупність природних, культурних і соціально-економічних чинників, здатних забезпечити формування туристичного продукту.

Управління туризмом — системна діяльність із планування, організації, регулювання та контролю туристичних процесів.

Фольклор — форма нематеріальної культурної спадщини, що репрезентує колективну творчість народу в усній та обрядовій формах.

Функціональне зонування території — процес виділення в межах громади ділянок із різним режимом використання (рекреаційні зони, заповідні зони, зони забудови).

Цифровізація туризму — процес впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у всі аспекти туристичної діяльності.

DMO (Destination Management Organization) — організація з менеджменту дестинації, що координує зусилля влади, бізнесу та громади для просування туристичного регіону. На відміну від звичайної туристичної агенції, яка лише продає путівки, DMO займається стратегічним розвитком всієї території.