

# **СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ, ПОЛІТИЧНІ ТА ГУМАНІТАРНІ ВИМІРИ НАЦІОНАЛЬНОГО ТА МІСЦЕВОГО РОЗВИТКУ**

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТАТЕЙ УЧАСНИКІВ  
П'ЯТОЇ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**Полтава 2026**

УДК 32+332]:342.25(062)  
С 69

*Рекомендовано до видання ученою радою Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка 27 квітня 2026 р., протокол № 11.*

#### ***Редакційна колегія***

- Степаненко С. В.** – кандидат економічних наук, доцент,  
головний редактор
- Яковенко Л. І.** – доктор економічних наук, професор
- Непокупна Т. А.** – кандидат економічних наук, доцент
- Шевченко Б. О.** – кандидат економічних наук, доцент
- Сакало О. Є.** – кандидат історичних наук, доцент

#### ***Рецензенти***

- Кравченко П. А.** – доктор філософських наук, професор
- Шаравара Р. І.** – кандидат економічних наук, доцент

*Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за їх зміст і форму викладення, наведені факти та статистичні дані.*

**Соціально-економічні, політичні та гуманітарні виміри національного та місцевого розвитку** : зб. наук. ст. учасників п'ятої всеукраїнської наук.-практ. конф. / редкол. : С. В. Степаненко (голова ред.) та ін. Полтава : ПНПУ імені В. Г. Короленка , 2026. 297 с.

*До збірника увійшли статті докторів, кандидатів наук, викладачів, магістрантів, студентів. На основі міждисциплінарного підходу розглянуто широкий спектр питань соціально-економічного, політичного та гуманітарного розвитку на національному та місцевому рівні.*

УДК 32+332]:342.25(062)  
С 69

*ТЮТЮННИК Ю. М., кандидат економічних наук, доцент*

*Полтавський державний аграрний університет*

## **ТИПИ БАЗОВИХ СТРАТЕГІЙ ТА СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ В РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ**

Розвиток сільського зеленого туризму в Україні є стратегічно важливим напрямом, що поєднує економічне відродження сіл, розвиток інфраструктури, збереження культурної спадщини та екологічну стабільність [1, с. 85]. Базові стратегії розвитку сільського зеленого туризму визначають загальний напрямок руху бізнесу або територіальної громади залежно від ресурсів та ринкової позиції і можуть включати такі типи:

1. Стратегія зростання (експансії) – використовується на етапі становлення туристичного продукту та передбачає збільшення кількості сільських садиб і диверсифікацію послуг.

2. Стратегія диференціації (унікальності) – передбачає створення продукту, який суттєво відрізняється від пропозицій конкурентів. В Україні це проявляється через автентичність та екологічність.

3. Стратегія фокусування (нішова стратегія) – передбачає концентрацію на специфічній групі споживачів, наприклад, сімейний відпочинок, етно-туризм, Digital Detox (відпочинок без інтернету та гаджетів).

Для ефективної реалізації стратегій розвитку сільського зеленого туризму в українських реаліях використовуються комплексні підходи, порівняльні характеристики яких узагальнено в табл. 1.

Кластерний підхід – це об'єднання власників сільських садиб, виробників локальних продуктів, закладів культури та органів влади в єдину мережу з метою спільного маркетингу та створення комплексного туристичного маршруту. Маркетинговий підхід – орієнтується на потреби сучасного туриста

Таблиця 1

**Порівняльна характеристика підходів у реалізації стратегій розвитку сільського зеленого туризму в Україні**

Підхід	Основна мета	Головний інструмент
Кластерний	Підвищення конкурентоспроможності регіону	Партнерство та кооперація
Маркетинговий	Залучення цільової аудиторії	Брендинг та комунікації
Інноваційний	Інноваційний розвиток бізнесу	Упровадження сучасних технологій
Сталого (стабільного) розвитку	Забезпечення балансу між отриманням прибутку та збереженням довкілля	Еко-сертифікація та ощадливість, створення робочих місць для громади

та діджиталізацію, передбачає створення бренду території, використання соцмереж та платформ бронювання. Інноваційний підхід – передбачає впровадження сучасних технологій у традиційну сільську сферу, наприклад, концепції smart-села (сонячні панелі в садибах та QR-коди на туристичних об'єктах), інтерактивних екскурсій, VR-турів. Підхід сталого (стабільного) розвитку – забезпечує досягнення балансу між отриманням прибутку та збереженням довкілля, наприклад, мінімізацію відходів, залучення місцевих мешканців як гідів та постачальників послуг, що зупиняє трудову міграцію.

На нашу думку, для України оптимальним є комбінований підхід, де стратегія диференціації (унікальний етно-продукт) реалізується через кластерну модель. Це дозволяє маленьким садибам виживати в умовах конкуренції та спільно розвивати інфраструктуру регіону [2].

У якості прикладу розглянемо алгоритм створення туристичного кластеру на Полтавщині. Полтавська область має колосальний туристичний потенціал: від літературної слави Миколи Гоголя та Івана Котляревського до унікальних природних ресурсів (лікувальні води Миргорода) та всесвітньо відомого опішнянського гончарства. Специфічними «фішками» Полтавщини є агротуризм (залучення локальних виробників меду, сиру та вина) та містичний туризм (використання гоголівських сюжетів для нічних екскурсій та театралізованих дійств) [3, с. 141].

Створення туристичного кластеру – це перехід від моделі «кожен сам за себе» до мережевої співпраці, де виграють усі учасники: готелі, ресторани, музеї, місцева влада та фермери. Алгоритм створення туристичного кластеру саме для Полтавського регіону може включати такі етапи [1, с. 89]:

1. Визначення спеціалізації (ядра кластеру). Полтавщина завелика для загального кластеру, тому ефективніше обрати одну з тем, наприклад:

- гастрономічний кластер: «шлях полтавської галушки» (Полтава – Диканька – Опішня);
- оздоровчий кластер: рекреація та бальнеологія (Миргород та околиці);
- етно-культурний кластер: кераміка та традиції (Опішня – Хомуць – Великі Сорочинці).

2. Мапування стейкгоल्дерів. Потрібно зібрати «критичну масу» учасників. Для Полтавщини це будуть:

- бізнес: готелі, садиби зеленого туризму, ресторації (особливо ті, що готують за автентичними рецептами);
- державний сектор: Департамент культури і туризму Полтавської ОВА, об'єднані територіальні громади (ОТГ);
- атракції: Національний музей-заповідник українського гончарства в Опішньому, Полтавський краєзнавчий музей імені Василя Кричевського, Державний історико-культурний заповідник «Поле Полтавської битви» та інші;
- освіта та наука: заклади вищої освіти м. Полтави (фахівці з туризму і рекреації, готельно-ресторанної справи).

3. Формування спільного продукту. Кластер – це не просто список об'єктів, це готовий маршрут, що передбачає:

- логістику – розробка єдиного квитка або карти лояльності «Poltava Pass»;
- стандартизацію – усі учасники кластеру мають відповідати певному рівню сервісу (наприклад, меню англійською мовою, наявність терміналів, інклюзивність).

4. Брендинг та маркетинг. Полтавщині важливо відійти від образу «тільки

галушки», наприклад, завдяки:

- Digital-присутності – створення єдиного порталу з можливістю бронювання турів;
- подіям – синхронізація календаря заходів (ярмарки, гастрофестивали, квести тощо не перетиналися, а створювали безперервний потік туристів).

5. Організаційне оформлення (найкраща форма – громадська спілка або асоціація):

- призначається менеджер кластеру (Cluster Manager);
- формується фонд для спільного просування регіону на виставках.

Отже, сільський зелений туризм в Україні є не просто комерційним напрямом, а комплексним інструментом соціально-економічного відродження села. Він дозволяє одночасно вирішувати три стратегічні завдання: економічне стимулювання громад, збереження культурної автентичності та забезпечення екологічної стабільності. При цьому перехід від індивідуального виживання окремих садиб до мережевої співпраці (кластеризації) є головною умовою конкурентоспроможності українського сільського туризму на внутрішньому та міжнародному ринках.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Тищук І., Ільїна О. Стратегія розвитку сільського зеленого туризму в Україні. *Географічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2024. № 4 (4). С. 84–93. DOI : <https://doi.org/10.32782/geochasvnu.2024.4.09> (дата звернення: 02.04.2026).
2. Долинська О., Гуцал Л., Гільберг Т. Сільський зелений туризм в Україні: сучасні тенденції та перспективи розвитку. *Економіка та суспільство*. 2024. Випуск 64. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4250> (дата звернення: 02.04.2026).
3. Тютюнник Ю. М., Безкровний О. В., Тютюнник С. В., Рудич А. І., Чіп Л. О. SWOT-аналіз стану та перспектив розвитку сільського зеленого туризму в Полтавській області. *Актуальні проблеми сталого розвитку*. 2025. Том 2. № 8. С. 138–145. URL : <https://journals.csr.com.ua/index.php/sustainability/article/view/245> (дата звернення: 02.04.2026).

---

---

<b>Дибчук Л. В.</b> МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ ЛОКАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ.....	51
<b>Сакало О. Є.</b> СТАВЛЕННЯ ДО ПРАЦІ В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ: ЗА ДАНИМИ WORLD VALUES SURVEY.....	55
<b>Тютюнник Ю. М.</b> ТИПИ БАЗОВИХ СТРАТЕГІЙ ТА СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ В РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ.....	61
<b>Ищенко І. С., Кононець Н. В.</b> ОСВІТНІЙ КОНСАЛТИНГ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ МОДЕРНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ.....	65
<b>Чеснік Н. М.</b> ТРАНСФОРМАЦІЯ СТРАТЕГІЙ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ В ЛОГІСТИЧНИХ ЛАНЦЮГАХ.....	69
<b>Шевченко Б. О., Криницька Н. І.</b> ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖ МОВОЮ ТА ЕКОНОМІКОЮ: ЛІНГВІСТИЧНІ РЕСУРСИ ЯК ФОРМА ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ.....	73
<b>Большая О. В.</b> ТРАНСФОРМАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В КОНТЕКСТІ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ..	76
<b>Гузенко О. П.</b> РОЗВИТОК МІСЦЕВИХ ГРОМАД: ПРОБЛЕМАТИЧНІ ТА ПРАВОВІ СЕГМЕНТИ В УМОВАХ ВОЄННОГО КОНФЛІКТУ...	79
<b>Школяр С. П., Кононець Н. В.</b> ТРАНСФЕР КОУЧИНГОВИХ ПРАКТИК ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ АКТИВІВ У СИСТЕМІ РЕСУРСНО- ОРІЄНТОВАНОГО НАВЧАННЯ.....	83
<b>Кадала В. В.</b> БАЗОВІ АСПЕКТИ МІСЦЕВОГО РОЗВИТКУ ЯК ЗАПОРУКА СТВОРЕННЯ УМОВ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ.....	90