

Туристичний брендинг сільських територій в Україні: аналіз законодавчого регулювання

Марія Растворова,

*к. геогр. н, доцент кафедри туризму,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: rastvorovato@krok.edu.ua,
ORCID: 0000-0001-9174-1610*

Анатолій Шльончик,

*бакалавр спеціальності «Туризм», кафедра туризму,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: shlyonchikav@krok.edu.ua*

Яскравою та важливою новиною для глобальної туристичної спільноти та історичною подією для України в листопаді 2024 р. стали результати всесвітнього конкурсу ООН – «Найкращі туристичні села» (The Best Tourism Villages) 2024 року ООН Туризм (UN Tourism), в якому два українські села – с. Урич (Стрийський район, Львівська область) і с. Ворохта (Надвірнянський район, Івано-Франківська область) стали лідерами [1]. Така перемога є результатом спільної роботи центральних органів державної влади (Державного агентства з розвитку туризму в Україні), територіальних громад, експертів, блогерів, неурядових організацій та багатьох людей, які працюють в туристичній сфері в Україні, попри триваючу повномасштабну війну. Одночасно, ця перемога одразу двох українських сіл на престижному міжнародному конкурсі підкреслює важливість туристичного брендингу сільських територій в Україні з точки зору управлінських і наукових аспектів.

Підрозділ ООН з туризму (UN WTO) визначає сільський туризм як «тип туристичної діяльності, в якому досвід відвідувача пов'язаний із широким спектром продуктів, які загалом пов'язані з природою, сільським господарством, сільським способом життя/культурою, риболовлею та оглядом визначних пам'яток, діяльність якого здійснюється в неміських (сільських) районах з такими характеристиками: і) низька щільність населення, ii) у ландшафті та землекористуванні переважають сільське та лісове господарство, iii) традиційна соціальна структура та спосіб життя». Сільський туризм має високий потенціал для стимулювання місцевого економічного зростання та соціальних змін через його взаємодоповнюваність з іншими видами економічної діяльності, його внесок у ВВП і створення робочих місць, а також його здатність сприяти розподілу попиту в часі (боротьба з сезонністю) і в більш широких межах території [2].

Сільські території найчастіше уособлюють собою місця збереження традицій, культури та справжнього українського духу, який передається з покоління в покоління. В той же час, багато сільських громад відчувають дефіцит уваги засобів масової інформації в порівнянні з кількістю інформації про міські та приміські місця. Отже, туристичний брендинг сільських територій потребує особливих і креативних підходів, чіткого розуміння цільової аудиторії

відвідувачів і системної стратегії та кампанії задля туристичної промоції на національних і міжнародних ринках.

Задля розуміння існуючих умов для реалізації туристичного брендингу сільських територій з точки зору законодавства України, авторами було проаналізовано нормативно-правові акти в сферах, до повноважень яких належить туристичний брендинг сільських територій.

Відповідно до Закону України «Про туризм» (1995 р.) «сільський туризм» – це самостійний вид туризму, який не порівнюється з поняттям «зелений туризм», що є синонімом екологічного туризму [3]. В Україні відсутнє законодавче врегулювання питань щодо сільського туризму: у 2003 р. Верховною Радою IV скликання було зареєстровано, проте не прийнято проект Закону України «Про сільський та сільський зелений туризм», відповідно до якого «сільський туризм – це відпочинковий вид туризму, що передбачає тимчасове перебування туристів у сільській місцевості (селі)», а «сільський зелений туризм – це відпочинковий вид сільського туризму, пов'язаний із перебуванням туристів у власному житловому будинку сільського господаря, окремому (гостьовому) будинку або на території особистого селянського (фермерського) господарства» [4].

Фактично, сільський туризм у громадах був унормованим лише в рамках Закону України «Про особисте селянське господарство» від 2003 р. як вид непідприємницької діяльності [5]. Відповідно до Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» [6], який набув чинності у 2015 р., було здійснено добровільне об'єднання територіальних громад сіл, селищ, міст, а також добровільне приєднання до об'єднаних територіальних громад. Це стимулювало розробку, затвердження та впровадження нових стратегій розвитку в тому числі й туристичного напрямку, а також удосконалення та покращення інфраструктури, створило більш сприятливі та комфортні умови для туристів. Завдяки передачі повноважень місцевій владі та можливості самостійно наповнювати бюджет громади за рахунок місцевих податків, наповнення бюджету територіальних громад відбувається за рахунок туристичних зборів. Туристична діяльність громади має безпосередній вплив на загальний розвиток громади, тому кожній громаді важливо розвивати свій туристичний бренд, залучаючи нових відвідувачів на свої території.

В той же час, в жодному зі згаданих нормативно-правових актів, не згадується поняття «брендинг» та «туристичний брендинг», в тому числі й стосовно сільських територій. На думку авторів, відсутність таких регулювань чи рекомендацій на державному рівні щодо туристичного брендингу сільських територій є суттєвою прогалиною в цій галузі. В свою чергу, більш чітке визначення цих понять в нормативно-правових актах і узгоджена державна стратегія щодо розвитку сільського туризму та туристичного брендингу сільських територій стане актуальним і доречним кроком задля стимулювання туристичного брендингу на місцевому рівні для розвитку туризму в сільській місцевості.

Ключові слова: туристичний брендинг, сільський туризм, сільські території, законодавче регулювання.

Список використаних джерел

1. Заманливі горизонти: українські села Ворохта та Урич увійшли до переліку найкращих туристичних сіл світу 2024 року. Спілка сільського зеленого туризму України. URL: <https://greentour.com.ua/zamanlyvi-goryzonty-ukrayinski-sela-vorohhta-ta-urych-uvijshly-do-pereliku-najkrashhyh-turystychnyh-sil-svitu-2024-roku/> (дата звернення: 29.11.2024).
2. Rural Tourism. UN WTO. URL: <https://www.unwto.org/rural-tourism> (дата звернення: 29.11.2024).
3. «Про туризм»: Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР : станом на 15 лист. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text> (дата звернення: 28.11.2024).
4. Про прийняття за основу проекту Закону України про сільський та сільський зелений туризм: Постанова Верхов. Ради України від 16.11.2004 р. № 2179-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2179-15#Text> (дата звернення: 28.11.2024).
5. Про прийняття за основу проекту Закону України про особисте селянське господарство: Постанова Верхов. Ради України від 28.11.2002 р. № 271-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/271-15#Text> (дата звернення: 28.11.2024).
6. «Про добровільне об'єднання територіальних громад»: Закон України від 05.02.2015 № 157-VIII: станом на 14.05.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157-19#Text> (дата звернення: 29.11.2024).