

---

зацікавленість місцевої влади долучатися до розвитку туризму у своєму регіоні. Є чітке розуміння респондентами, що величезну роль у розвитку сільського туризму відіграє тісна взаємодія влади, бізнесу і громади. Та в рамках кластерів учасники і сьогодні продовжують співпрацювати за напрямками організації одноденних турів, екскурсій, спільних обідів, а також розміщення туристів у зелених садибах.

Гарним прикладом плідної співпраці кластеру з владою є Камінь-Каширська громада Волинської області, де місцева влада активно сприяє розвитку сільського зеленого туризму. 4 лютого 2022 року депутати одноголосно прийняли Програму розвитку сільського туризму, яка зокрема передбачала маркетингову діяльність, безпеку туристів, а також придбання різного обладнання для сплаву на річках. Представники місцевої влади зазначили, що не планують зупинятися та будуть організовувати заходи, передбачені програмою, а саме проведення різноманітного навчання для всіх бажаючих займатися сільським зеленим туризмом, а також по мірі можливості, займатися маркетинговою діяльністю.

Сільський туризм є перспективним напрямком малого бізнесу в сфері туристичної діяльності. Керівники та учасники кластерів вважають, що найкращим способом заохотити місцеве населення займатися сільським туризмом – це на власному прикладі показати, що він є не тільки перспективним, а й прибутковим видом туризму. Для підняття рівня зацікавленості місцевого населення потрібно проводити курси та тренінги, на яких розповідати людям про переваги сільського туризму, перспективи розвитку свого краю та показати приклади успішних кластерів. Багато людей не вбачають свій край туристично привабливим та не знають, яким чином можна залучати туристів до себе в регіон. Подібне навчання має підштовхнути людей до бажання розвивати свій край і безпосередньо самим брати в цьому участь.

Сільський зелений туризм має особливе значення для розвитку внутрішнього туризму в країні. Адже він сприяє прискореному розвитку сільських територій, зростанню рівня добробуту сільського населення, диверсифікує сільськогосподарське виробництво та забезпечує вирішення низки інших завдань. Представники сільського туризму зазначають, що у післявоєнний час найбільшою підтримкою для розвитку сільського туризму можуть стати проекти цільового характеру, наприклад, на розвиток кластеру чи програми вузького спрямування та гранти від Європейського Союзу.

**Юрій ЖУК**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

## **ВОЛОНТЕРСЬКІ ПРОЕКТИ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Туризм є одним з бізнесових напрямків, що зазнав найбільших збитків під час війни. З початком повномасштабного вторгнення країни-агресора частина туристичних підприємств закрилась, інші змінили вектори своєї діяльності і пішли шляхом волонтерства – надавали транспорт для евакуації людей з окупованих територій, використовували власні міжнародні комунікації для організації закупівлі гуманітарної допомоги з-за кордону. Основна діяльність – туризм була відкладена на невизначений термін.

Підтримка ЗСУ та вимушено переміщених осіб стала основним напрямком роботи туристичних компаній. Особливо такий рух набув поширення на території Львівської області – відносно безпечного регіону.

Так, туристична компанія «OTi Tour» (м. Львів) з початком війни трансформувала свій офіс на волонтерський штаб, звідти працівники компанії відправляли на фронт сухпайки, доставляли продукти та ліки з Польщі, та поширювали інформацію про волонтерський рух у мережі Facebook.

Туристична компанія «Відвідай» (м. Львів) спеціалізацією якої є короткі тури у межах України у перші дні війни також зосередилась на волонтерстві: працівники займались плетінням маскувальних сіток для потреб ЗСУ, сушили овочі і фрукти для відправки на фронт, допомагали людям при евакуації за кордон. Кілька тижнів тому компанія змогла відновити

---

свою основну справу – туристичну діяльність. Водночас керівництвом було прийнято рішення спрямовувати 50% відсотків прибутку на підтримку української армії [1].

До підтримки ЗСУ долучаються не лише туристичні компанії, але й туристичні підприємства, що спеціалізуються на забезпеченні туризму. Наприклад, компанія «Gorgany», що є визнаним експертом з туристичного спорядження на час війни стали своєрідними експертами з виживання. Починаючи, з 24 лютого магазини мережі «Gorgany» постійно працювали, щоб забезпечити відвідувачів всім необхідним.

«Gorgany» володіють власним брендом одягу та спорядження Turbat, що був створений мандрівниками і протестований на всіх континентах. Саме Turbat шив і безкоштовно віддавав спальники Glory to Ukraine, комплекти термобілизни, флісові ковдри. Також значна частина європейських брендів-партнерів «Gorgany» зробили благодійні донейти, які перевезли в Україну і передали волонтерам для ЗСУ. Серед брендів-благодійників – Salewa, Zamberlan, Trekmates, Trimm, Exped. До асортименту товарів, які передали ці компанії належать – спальники, взуття-семпл, каремати, рятувальні ковдри, термоштани.

Забезпечення комфорту військових стало основною цінністю компанії «Gorgany» саме тому магазини перетворилися на пункти збору речей для української армії. Принцип роботи полягав у тому, що зібрані речі передавали військовим, які одразу йшли на передову. Також «Gorgany» активно співпрацюють з відомими волонтерськими організаціями як наприклад, БУР («Будуємо Україну разом»).

З початку війни на ринку суттєво відчувався дефіцит газових балонів. З іншого боку на руках клієнтів компанії «Gorgany» було багато пустих ємкостей, оскільки вони не підлягають утилізації, також знайшлися люди, які вміють заправляти пусті балони і мають потрібне обладнання. Тож, у компанії вирішили поєднати ці три сторони. Принцип роботи було побудовано таким чином, клієнти приносять пусті балони, а люди, які мають відповідні навички і обладнання заправляють балони і відправляють на фронт.

Також клієнти, які отримували у подарунок сертифікат магазину, мали змогу перевести його в донейти для ЗСУ. Загалом клієнти «Gorgany» списали понад 165 тис. грн, які було передано у фонд «Повернись живим».

Таким чином, компанія-постачальник туристичного спорядження «Gorgany» вирішує проблеми постачання найбільш затребуваних товарів для ЗСУ, здійснюючи власні інвестиції у майбутню перемогу над ворогом [2].

Ще одним напрямком волонтерства в туризмі з метою підтримки української армії є проведення благодійних екскурсій та організація історичних квестів. Яскравий приклад такої діяльності демонструє Туристично-інформаційний центр Дрогобича. Центр з перших днів війни акумулює кошти від проведених заходів і скеровує їх на підтримку ЗСУ.

З нагоди 31-ї річниці Дня Незалежності України Дрогобицьким ТІЦ було організовано квест та благодійну екскурсію «Франко і про Франка», всі кошти зібрані під час екскурсії було передано на потреби 67 Окремого Батальйону Територіальної Оборони Дрогобиччини [3].

Підтримка креативними індустріями, до яких відноситься і туризм українських захисників є благородною справою. Водночас активність у напрямку проведення туристичних заходів, реалізації проектів сприяє відродженню галузі і стимулює попит на туристичні продукти серед потенційних туристів.

### Література:

1. Як виглядає туризм під час війни. URL: <https://inlviv.in.ua/lviv/ukrayintsyam-bronyuyut-lyshe-ti-goteli-de-nemaye-rosiyan-yak-vyglyadaye-turyzm-pid-chas-vijny#prettyPhoto>
2. Як львівський бізнес підтримує військових ЗСУ. Ініціативи. URL: [https://tvoemisto.tv/news/yak\\_lvivskyy\\_biznes\\_pidtrymuie\\_viyskovykh\\_zsu\\_initsiatyvy\\_129346.html](https://tvoemisto.tv/news/yak_lvivskyy_biznes_pidtrymuie_viyskovykh_zsu_initsiatyvy_129346.html)
3. Як туристична галузь міста наближає перемогу: ТІЦ з початку війни проводить благочинні екскурсії в підтримку ЗСУ. URL: <https://drohobych-rada.gov.ua/%d1%87%d0%b5%d1%80%d0%b5%d0%b7-%d1%82%d0%b5%d1%81%d1%82%d1%83%d0%b2%d0%b0%d0%bd%d0%bd%d1%8f-%d1%81%d0%b8%d1%81%d1%82%d0%b5%d0%bc%d0%b8-1%8c/>