

Розвиток підприємництва у сфері сільського зеленого туризму

Папп В.В.

доктор економічних наук,
професор кафедри туризму і рекреації
Мукачівського державного університету

Бошота Н.В.

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри фінансів
Мукачівського державного університету

У статті досліджено теоретико-методичну сутність підприємництва у сфері сільського зеленого туризму та його вплив на розвиток сільських громад. Окреслено переваги та недоліки у процесах активізації туристичної діяльності на сільських територіях та можливі шляхи активізації підприємницької активності в туризмі серед сільських жителів. Акцентовано увагу на потенціалі сільського туризму для зростання зайнятості сільського населення, розширення фінансової бази, підвищення соціальних стандартів життя та активізації місцевих ремесел.

Ключові слова: підприємництво, сільський зелений туризм, розвиток, громада, стратегія, процес, туристичний продукт.

Папп В.В., Бошота Н.В. РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ СЕЛЬСКОГО ЗЕЛЕННОГО ТУРИЗМА

В статье исследована теоретико-методическая сущность предпринимательства в сфере сельского зеленого туризма и его влияния на развитие сельских общин. Определены преимущества и недостатки в процессах активизации туристической деятельности на сельских территориях и возможные пути активизации предпринимательской активности в туризме среди сельских жителей. Акцентировано внимание на потенциале сельского туризма для роста занятости сельского населения, расширение финансовой базы, повышение социальных стандартов жизни и активизации местных ремесел.

Ключевые слова: предпринимательство, сельский зеленый туризм, развитие, общество, стратегия, процесс, туристический продукт.

Papp V.V., Boshota N.V. DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN THE FIELD OF RURAL GREEN TOURISM

The article deals with the theoretical and methodological essence of entrepreneurship in the field of rural green tourism and its influence on the development of rural communities. The advantages and disadvantages in the processes of activation of tourist activity in rural areas and possible ways of activation of entrepreneurial activity in tourism among rural inhabitants are outlined. The emphasis is on the potential of rural tourism for the growth of employment of rural population, expansion of the financial base, increase of social standards of life and activation of local crafts.

Keywords: entrepreneurship, rural green tourism, development, community, strategy, process, tourist product.

Постановка проблеми. Туризм є однією з найбільш швидкозростаючих галузей економіки у світі. В розвинених країнах і країнах, що розвиваються, туризм часто вважається життєздатним засобом підвищення рівня економічної активності підприємств регіонів. Крім того, розвиток туристичної індустрії сприяє створенню позитивного іміджу, що дозволяє регіону досягти інших цілей, таких як розвиток бізнесу.

За даними Ради з питань подорожей та туризму, туризм формує 12% світового продукту, у цій сфері працюють близько 200 міль-

йонів людей у всьому світі. Світовий туристичний потік досяг 1 млрд. осіб у 2010 році та досягне 1,6 млрд. осіб до 2020 року [5].

Сільський туризм є важливим сектором туристичного ринку, що охоплює великий спектр видів діяльності, природні та архітектурні пам'ятки та об'єкти, транспорт, маркетинг та інформаційні системи. Сільський туризм – це не тільки сільськогосподарський туризм, що включає в себе святкові заходи, але також враховує особливі інтереси туристів до природи і екотуризму, ходьбу, скелелазіння, пригодницький, спортивно-оздоровчий

туризм, полювання та риболовля, навчальні подорожі, мистецтво та культурну спадщину, а в деяких районах етнічний туризм.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням у сфері розвитку сільського зеленого туризму присвячені праці Богадьорової Л.М., Васильєвої Н.В., Дармоустук Д.Г., Малахової С.О., Радомського С.С., Степанюк О.О. та ін.

Зокрема, Богадьорова Л.М. у своїх працях розглядає роль господарств населення у розвитку сільського зеленого туризму в Україні [1]. Переваги та недоліки зеленого туризму для сільських територій досліджуються Васильєвою Н.В. [2]. Позитивний соціально-економічний ефект у розвитку зеленого туризму для вітчизняних сільських громад вбачає Дармоустук Д.Г. [3]. Малахова С.О. та Радомський С.С. вважають сільський зелений туризм основою розвитку туристичної індустрії Закарпатської області [4]. Степанюк О.О. досліджує роль інформаційних технологій в організації сільського зеленого туризму [6].

Проте, низка питань пов'язаних із сучасними реаліями та розвитком підприємницької ініціативи на селі у сфері туристичної діяльності залишаються невирішеними та потребують досліджень.

Цілі статті. Метою статті є дослідження теоретико-методичних підходів щодо сутності підприємництва у сільському туризмі, характеристики рушійних сил та переваг бізнесу у сільському туризмі, визначення проблем та напрямів розвитку сільського туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сільський туризм охоплює широкий спектр визначних пам'яток та заходів, що відбуваються в сільських або неміських районах. Його важливими характеристиками є відкриті простори та можливості для туристів, які безпосередньо можуть відчути сільськогосподарське та/або природне середовище. Отже, сільський туризм за своєю сутністю повинен бути:

- розташований у сільській місцевості;
- функціонально сільський туризм побудований на особливостях сільського життя, малого підприємництва, відкритого простору, контакту з природою та навколишнім середовищем, культурною спадщиною;
- як правило підприємницька діяльність проводиться у малих масштабах;
- цей бізнес побудований на місцевих традиціях і надання послуг здійснюється сім'ями.

Туризм синтезується з масового та альтернативного туризму. Масовий туризм

характеризується великою кількістю туристів, які відвідують культурні свята в популярних курортних місцях. Альтернативний туризм іноді називають "туризмом за особливим інтересом", і це зазвичай альтернативні форми туризму, які роблять акцент на контакті та розумінні способу життя мешканців та місцевого природного середовища.

Різноманітність визначних пам'яток, включених до сільського туризму, включає туристичний туризм (іноді його називають туризмом культурної спадщини, природоохоронним туризмом, екотуризмом, агротуризмом), а також мальовничі туристичні шляхи та об'єкти культурної спадщини. Культурна спадщина туризму відноситься до подорожей для відпочинку, головною метою яких є споглядання місць та заходів, що представляють минуле.

Другим основним типом сільського туризму є природоохоронний туризм / екотуризм (іноді ще його називають рекреаційним туризмом), що передбачає процес відвідування природних територій з метою насолодитися пейзажами, включаючи рослинну та тваринну дикуну природу. Природний туризм може бути пасивним, в якому туристи, як правило, є суто спостерігачами за природою, або активним (все більш популярний в останні роки), де туристи беруть участь у відпочинку на природі або пригодницьких подорожах.

Третя основна форма туризму – це агротуризм, що передбачає відвідування сільськогосподарської ферми або будь-якої сільськогосподарської, садівничої чи агропромислової діяльності з метою насолоди, пізнання або активного залучення до діяльності ферми. Цей туризм включає в себе участь туристів у широкому спектрі фермерських заходів, включаючи фермерські ринки, "ведення" фермерських господарств, перебування на ранчо та ін.; відвідування фестивалів, музеїв та інших подібних об'єктів, пов'язаних із сільським господарством.

Можна виокремити наступні рушійні сили підприємництва у сільському зеленому туризмі.

Туристична діяльність, що здійснюється на сільських територіях породжується стресами міського життя і віддаленістю від природного середовища, що формує бажання у туриста для втечі з монокультури міського життя. Сільські території пропонують ідеальне зняття стресу і можливість взаємодіяти з більш простим, спокійним способом життя, який пропонує відпочинок і релаксацію. Попит на цей вид туристичної послуги підживлюється засобами масової інформації,

які добре знайомі з традиційними туристичними курортами і мають підвищений інтерес до альтернативних туристичних маршрутів, що містять новий та цікавий досвід способу життя місцевих жителів для туристів.

Підвищення екологічної обізнаності та інтересу до відносин між людьми та навколишнім середовищем. Екологічні тренди підняли привабливість сільського досвіду для екологічно сталого туризму.

Транспорт, зв'язок, усунення політичних та економічних бар'єрів для подорожей полегшило доступність сільських районів для туристів. Спостерігається збільшення кількості туристів та подорожей по всьому світу. Більше туристів спостерігається через збільшення транспортних потужностей, особливо на далеких маршрутах. У поєднанні із збільшенням доходів населення, бажанням бути більш обізнаними, збільшення мобільності через приватний транспорт доступність та привабливість сільських напрямків значно покращилися. Збільшується кількість короткотривалих подорожей на вихідні, що збільшує туристичні потоки, адже туристи не використовують для такого відпочинку відпустку.

Досвідчені туристи підвищили інтерес до екологічного туризму. Особливий інтерес викликає індивідуальний туризм, що викликаний потребами в унікальному досвіді сільського життя. Зростаючий інтерес до культурної спадщини може бути задоволений через сільський туризм, оскільки саме сільські райони часто є осередками історико-культурної спадщини. Сільські райони сприймаються як більш здорові, пропонуючи свіже повітря, чисту воду та можливість відпочинку на природі. Сільські райони пропонують свіжі, а іноді і спеціальні продукти харчування. Зростає прагнення туристів до справжнього досвіду сільського життя, включаючи взаємодію з місцевими жителями.

Підприємства сільського туризму, хоча і залишаються лише невеликим сектором туристичного ринку, роблять цінний внесок у економіку села. Їх внесок можна виразити не тільки в фінансовому плані, але і в плані створення робочих місць, забезпечення фінансування, сприяння впровадженню нових бізнес-практик та ін'єкції нової життєвої сили у слабкі економіки сіл. Потенційно підприємці сільського туризму надають наступні переваги для розвитку сільської місцевості.

1. Збереження та створення робочих місць.

Грошові потоки підприємств сільського туризму можуть сприяти збереженню робочої

сили у таких секторах, як роздрібна торгівля, транспорт, сфера гостинності та медична допомога. Також забезпечується додатковий дохід для фермерів, лісників та рибалок. Збереження робочих місць допомагає життєздатності малих громад та має вирішальне значення для розвитку сільських територій.

Дослідження сільських територій Австрії, Швеції та Ірландії свідчать про значну роль туризму у процесах збереження та створення нових робочих місць. Створення робочих місць, як правило, відбувається в готелях та закладах громадського харчування, але може також відбуватися у транспорті, роздрібній торгівлі та екскурсійній діяльності. Дослідження в Британії свідчать, що створення робочих місць залежить від типу підприємства.

2. Нові можливості для бізнесу.

Туризм дає нові можливості для бізнес-сектору. Навіть ті сільські підприємства, що безпосередньо не пов'язані з туризмом, можуть отримати вигоду від туристичної активності, розвиваючи тісні зв'язки з туристичними об'єктами, де місцеві продукти можуть бути використані як частина туристичної пропозиції. Сільський туризм сприяє розширенню підприємств, таких як СТО та підприємства, створені для задоволення потреб туристів у сфері гостинності, рекреаційних заходів, мистецтва та ремесел.

3. Можливості для молоді.

Індустрію туризму часто інтерпретують як захоплюючу та зростаючу галузь, яка підходить для енергійних молодих людей. Варіанти кар'єри посилюються з можливостями навчання та безпосереднього залучення до управління туристичним бізнесом, особливо в невеликих громадах.

4. Диверсифікація джерел доходів громади.

Диверсифікація джерел доходів громади є важливим аспектом у багатьох гірських регіонах. Гірські регіони в останні роки зазнали серйозних соціально-економічних проблем через тотальну вирубку дерев та падіння цін і зниження попиту на деревину. Підприємство у сфері сільського туризму може допомогти лісовому господарству шляхом диверсифікації джерел доходів для сільських громад, якщо особливі якості лісового середовища використовувати для відпочинку.

5. Сільський туризм покращує імідж громади.

Туризм спонукає до формування позитивного іміджу громади, що може призвести до активізації особистісних зв'язків та солідарності громад. Таким чином, основу для солідарності громади формує спільний культурний

фон. Історико-культурні пам'ятки відіграють основну роль у формуванні іміджу громади, а отже потенціал туризму для покращення культурних об'єктів має позитивні наслідки для громади, особливо сільські музеї як важливі осередки сільської культури.

6. Збереження сільської культури та спадщини.

У сільському туризмі сільська територія є фундаментальним елементом як для туристів, так і господарів. Відчуття громади – це те, що робить територію привабливою для відвідування та проживання. Все це частково підтримується через сільські музеї, які відіграють важливу роль у збереженні культурної спадщини.

7. Торгівля предметами мистецтва та ремесел.

Мистецтво та ремесла займають особливе місце в культурній спадщині регіонів і націй. Багато вчених відзначають, що туризм може допомогти мистецтву та ремеслам, визнаючи їх важливість, шляхом продажу туристам продукції народних ремесел. Зв'язок між мистецтвом та туризмом може бути двостороннім процесом. Багато громад тепер використовують фестивалі мистецтв та ремесел як механізм маркетингу, щоб заохотити відвідувачів приїжджати на свої території.

8. Збереження ландшафтів.

Збереження ландшафтів стає все більш важливою формою охорони природної спадщини. Пейзаж має вирішальне значення для сільського туризму, однак, здійснення туристичної діяльності є життєво важливим для ландшафтних заповідників. Використання туризму може принести економічні вигоди і забезпечити робочі місця у підтримці на належному рівні традиційних ландшафтів, які мають рекреаційні можливості.

9. Забезпечення екологічного балансу.

Формування правильної схеми доріг та дорожнього руху, каналізації та утилізації сміття може допомогти знизити навантаження від туризму на екологію. Саме такі заходи формують імідж території, що важливо для збереження природи, місцевого населення та бізнесу.

10. Історичне архітектурне середовище.

Історичне архітектурне середовище може мати двосторонню користь для сільського туризму. Багато історичних будівель зараз стягують плату за вхід, щоб зберегти свою автентичність. По-друге, є важливі історичні будівлі, які не можуть використовуватись у сучасних умовах (дерев'яні церкви, замки,

недіючі залізничні станції тощо). Туристична індустрія, як правило, може використовувати ці об'єкти рентабельно та творчо: вони можуть стати визначними пам'ятками, які відвідують туристи.

Також необхідно визначити широкий спектр переваг, пов'язаних із просуванням та розвитком підприємництва у сфері агротуризму. З точки зору аграрної галузі, агротуризм може бути засобом:

- розширення фермерської діяльності;
- вирощування продуктів на фермах за допомогою нових та інноваційних способів;
- збільшення доходів сільськогосподарських підприємств;
- відкриття нових споживчих ринкових ніш;
- підвищення інформованості про місцеву сільськогосподарську продукцію;
- посилення розуміння важливості збереження сільськогосподарських земель;
- надання можливостей для набуття управлінської майстерності та підприємницької ініціативи;
- підвищення довгострокової стійкості сільськогосподарських підприємств.

Підприємництво у сфері сільського туризму може активно розвиватися при умові забезпечення низки умов.

1. Роль громади. Для того, щоб місцевість стала туристичною локацією для сільського туризму, а не просто тимчасовою зупинкою, необхідно є системна мережа туристичних об'єктів, а також укладання спільних угод між суб'єктами державного та приватного секторів. Залучення громади є ключовим елементом цього процесу.

2. Транспортна доступність. Туристичні об'єкти в сільській місцевості мають бути легко доступними потенційним відвідувачам завдяки надійній транспортній системі.

3. Розвиток туристичного продукту (планування туризму, формування інфраструктури). Цей процес повинен включати в себе планування розвитку туризму, інвестиції в туризм, інфраструктуру та низку заходів для задоволення різноманітних смаків відвідувачів. Діяльність громади повинна бути спрямована на підтримку розвитку інфраструктури сільського туризму, шляхом сприяння, просування, підтримки та надання технічної допомоги у розбудові туристичної локації.

4. Туристично-інформаційні центри. Сільські громади повинні мати інформаційно-візитний центр, де туристи можуть отримати інформацію про місцеві туристичні принади, місця проживання тощо.

5. Партнерство та співпраця. Ключем до максимізації маркетингових результатів сільського туризму є необхідність створення та використання потенціалу партнерства з сегментами культурної спадщини. Це може допомогти забезпечити додаткові послуги для туристів, включаючи формування напрямків підвищення обізнаності щодо місць сільського туризму та історико-культурних заходів.

6. Регіональний бренд. Ідентифікація бренду може підвищити рівень поінформованості про туристичну локацію серед визначеного цільового ринку. Бренд повинен об'єднати всі функціональні та емоційні вигоди під одною ідентичністю (імідж та позиціонування туристичної території), щоб створити незабутнє враження у туриста.

7. Фінансування. Підприємствам сільського туризму необхідно визначити креативні способи підтримки фінансування сільського туризму, прагнучи максимально збільшити та використати існуючі маркетингові зусилля. Довгострокова стійкість туризму опирається на лідерів громад та спеціалістів з туризму, щоб максимізувати свої переваги та мінімізувати свої витрати.

8. Наукові дослідження та розробки. Майже у всіх галузях бізнесу дослідження та розробки передбачають партнерство між державним та приватним секторами. Необхідність партнерства дуже важлива для досягнення успіху у сільському туризмі. Сільський туризм зростає в умовах партнерства у державному секторі, який може координувати діяльність. Оскільки багато заходів сільського туризму проходять у громаді, необхідним є детальне дослідження екологічного та туристичного потенціалу, зокрема ландшафту, охорони природи та культурної спадщини, структурування сільської економіки від первинної продукції до сектору послуг. Дослідження в таких сферах можуть допомогти більшості бізнес-ініціатив сільського туризму.

9. Інформація про туристичний ринок. На даний час досить важко отримати інформацію про ринок сільського туризму. Це головна проблема при визначенні стратегії розвитку туристичної діяльності підприємств. Без цієї інформації важко спланувати інвестиції в інфраструктуру, забезпечити ефективне бізнес-навчання, щоб заохотити нових учасників сільського туризму та розробити маркетингові кампанії. Наукові дослідження повинні охоплювати діючих учасників ринку та потенційних. Для обох груп досліджується інформація повинна включати професійні характерис-

тики суб'єктів туристичного ринку, географію відвідувачів (туристів), спосіб їх життя, мета подорожі тощо.

10. Ринкові відносини. Поряд з дослідженням ринку сільського зеленого туризму виникає питання про те, яким чином краще ним управляти. Великі туристичні оператори використовують складні, дорогі, а іноді і марнотратні методи для задоволення потреб своїх клієнтів. Сільські туристичні регіони часто (але не завжди) мають слабкі і аматорські бачення свого місця на туристичному ринку. У зв'язку з цим виникає необхідність практичного навчання діючих та нових суб'єктів туристичного ринку методам ефективного ведення туристичної діяльності.

11. Оцінка та підвищення корисності туристичної діяльності. Інвестиції в сільський туризм здійснюються в основному для покращення економічних, екологічних та соціальних умов сільських районів. Відносно мало відомо про рівні доходності для різних видів інвестицій та майже нічого не відомо про довгостроковий вплив менш відчутних форм таких як навчання, стратегічне планування тощо. Типовою проблемою, з якою стикаються інвестори у сільській місцевості є відсутність достовірної інформації щодо:

- створення туристичних інформаційних центрів;
- підвищення ролі центрів історико-культурної спадщини;
- розвиток дорожньої інфраструктури;
- ліквідація бездоріжжя до туристичних локацій;
- покращення роботи громадського транспорту;
- навчання бізнес-навичкам у туризмі;
- навчання навичкам гостинності;

12. Управління та контроль у туристичній сфері. Проведення дослідження туристичного ринку необхідне для оцінки управлінських, контрольних та операційних питань, що пов'язані із підприємницькою діяльністю у сфері сільського туризму. Оцінка повинна проводитись з точки зору збереження та створення робочих місць, диверсифікації видів туристичної діяльності, рівня задоволеності туристів, кваліфікаційних вимог до робочої сили, екологічного захисту та участі громадськості у розвитку сільського зеленого туризму.

Постійно зростає кількість сільських регіонів та населених пунктів, які розробляють стратегічні плани розвитку туризму. Стратегічне планування передбачає оцінку туристич-

тичних активів, слабких місць та екологічних умов. Після огляду ринкових можливостей, в довгостроковому плані розглядається, як краще розвивати та управляти окремими сферами туризму, громадами та екосистемами. У планах обговорюються вимоги до інфраструктури, управління трафіком, створення нових підприємств, підготовка фахівців туристичного бізнесу та маркетингові методи.

На тактичному рівні виконання стратегічних планів вимагає детальної інформації про такі проблеми, як інтерпретація історико-культурної спадщини, методи заохочення нових туристів, дієвість кооперованих маркетингових схем, схеми руху сільського громадського транспорту, збереження історичних будівель та шляхи успішної інтеграції природоохоронних територій у туристичну діяльність.

Успішний сільський туризм вимагає нових навичок: у маркетингу, в гостинності, у громадському харчуванні, у інтерпретації історико-культурної спадщини, в управлінні потоками туристів, у організації фестивалівних заходів, у будівництві туристичних об'єктів, і самій стратегії планування сільського туризму. Тренінги повинні сконцентрувати малі підприємства та їх працівників. Зазвичай це короткострокові курси, які не містять довгострокового навчального плану. Існуючі бізнес-курси, як правило, містять малий обсяг спеціальних матеріалів для сільського туризму, навчальні матеріали зазвичай не систематизовані та закумульовані з інших сфер діяльності. Майже відсутні тренінги для фахівців з сільського зеленого туризму, зокрема, адміністраторів та стратегічних аналітиків, проте на даний час у цих фахівцях є велика потреба на ринку.

Втручання громади та співробітництво між громадами та туристичним ринком – це прерогатива сільських громад, на яких проводиться сільський туризм. Вони можуть вкласти місцеві капітальні інвестиції в туристичну сферу, зменшити конфлікт інтересів між туристами та місцевими жителями, сприяти проведенню сільських свят, які відвідують багато туристів. Проте участь громадськості в окремих громадах є неефективною, в той час як в інших ця практика є дуже цінною. Тому необхідним є аналіз основних засад для цієї співпраці, необхідно дати оцінку, чи залучення громад успішне лише в короткостроковій перспективі, і які результати воно може дати, і чого не можна досягнути у співпраці з сільськими громадами.

Є багато прикладів підприємницьких ініціатив з сільського туризму в усьому світі, про

які мало відомо за межами їх національних або навіть регіональних кордонів. Дуже рідко можна порівнювати одну ініціативу з іншою, оскільки в кожному випадку використовуються різні критерії. Як правило висвітлюються лише успішні практики, однак багато чого можна дізнатись також із невдач, які стають експериментальним полем для перевірки нових ідей.

Взагалі, підприємництво у сфері сільського туризму є можливістю розвитку не для всіх сільських районів. Наприклад, місцевий вплив туризму сильно відрізняється серед сільських регіонів і залежить від багатьох факторів, включаючи підприємницьку ініціативу, кваліфікацію трудових ресурсів, природні характеристики та сезонність. Тому розвиток бізнесу у сільському туризмі пропонує потенційні рішення для багатьох проблем, що стоять перед сільською місцевістю. У результаті цього зростає залежність та підтримка сільського туризму в надії на досягнення цих потенційних вигод.

Наскільки ці переваги реалізуються, залишається предметом наукової дискусії. Звичайно, існують докази, що підтверджують твердження, що як засіб економічного зростання та диверсифікації видів діяльності, туризм може зробити вагомий внесок до сільських доходів як на рівні туроператорів, так і більш широко в місцевій економіці. Туристичні події в сільській місцевості активізують бізнес, доходи та зайнятість місцевого населення і сприяють соціально-економічному розвитку. Туризм може бути важливим джерелом створення робочих місць для сільських громад, він пропонує не тільки ділові можливості місцевим жителям, але також покращує якість життя громади. Туризм також може підтримувати місцеву культуру в сільській місцевості, шляхом заохочення відновлення місцевих та регіональних історичних пам'яток.

Проте, як правило, сільські громади не можуть скористатися всіма перевагами індустрії туризму через відсутність достатньої інфраструктури для підтримки цілорічного відвідування туристами. Тому в спробі отримати додаткові грошові надходження, які пропонує туризм, з мінімальними вкладеннями ресурсів, багато сільських громад проводять туристичні заходи щорічно. Той факт, що сільські туристичні підприємства, як правило, невеликі та забезпечують сезонний ринок створює низку інших проблем для розвитку сільського туризму. Не всі сільські райони є привабливими для сільського туризму у плані наявності достатньої кількості житлових

приміщень, набору необхідних продуктів та послуг для туристів.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, організація та розвиток сільського туризму вимагає значних інвестицій, що на початковому етапі перевищують потенційні доходи. Місцеві громади та туристичні підприємства важко адаптуються до належного рівня туристичного сервісу, де якість продукції та послуг має відповідати вимогам та очікуванням туристів. Тому підприємництво у сфері сільського зеленого

туризму не є панацеєю від всіх сільських проблем, а лише має низку позитивних вигод для громади. Це одна з багатьох можливостей, яку сільські громади могли б розглянути з метою підвищення доходів громади та зайнятості місцевого населення.

В контексті цієї проблематики дослідження доцільно провести детальний аналіз можливостей залучення фінансових ресурсів для розвитку туристичного бізнесу на сільських територіях, що може стати перспективою подальших наукових пошуків.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Богадєорова Л.М. Роль господарств населення у розвитку сільського зеленого туризму в Україні [Електронний ресурс] / Л.М. Богадєорова. – Режим доступу: <http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/123456789/5504/1/Л.%20М.%20Богадєорова.pdf>
2. Васильєва Н.В. Зелений туризм – панацея чи черговий міф? / Н.В. Васильєва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.greentour.com.ua/ukrainian/progress/arch/>
3. Дармостук Д.Г. Роль зеленого туризму у розвитку сільських територій / Д.Г. Дармостук [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2016-2/doc/2/05.pdf>
4. Малахова С.О. Сільський зелений туризм – основа розвитку туристичної індустрії Закарпаття / С.О. Малахова, С.С. Радомський // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.16. – С. 129-133.
5. Офіційний сайт Всесвітньої туристської організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unwto.org>.
6. Степанюк О.О. Роль інформаційних технологій в організації сільського зеленого туризму / О.О. Степанюк, К.О. Бабікова, В.М. Ісаєнко // Збалансоване природокористування. – 2016. – № 1. – С. 58-61.