



DOI: 10.58423/2786-6742/2024-5-202-213

УДК 659.22:338.48

### **Галина ЩУКА**

доктор педагогічних наук,  
професор кафедри географії та туризму  
Закарпатський угорський інститут ім. Ф. Ракоці ІІ  
Берегове, Україна  
ORCID: 0000-0003-4368-5081

### **Наталя ВЕНГЕРСЬКА**

кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму  
Запорізький національний університет  
Запоріжжя, Україна  
ORCID: 0000-0001-8171-8206

### **Лариса БЕЗКОРОВАЙНА**

доктор педагогічних наук, професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи  
Запорізький національний університет,  
Запоріжжя, Україна  
ORCID: 0000-0001-9502-9604

## **ОСНОВНІ НАПРЯМИ КОНСАЛТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СІЛЬСЬКОМУ ТУРИЗМІ**

***Анотація.** Актуальність роботи базується на тому, що питання професійної підготовки кадрів для сільського туризму є важливим на сьогодні та періодично висвітлюються дослідниками в наукових працях, обговорюються під час проведення науково-методичних семінарів, круглих столів, науково-практичних конференцій. Метою статті є теоретичне дослідження та наукове обґрунтування основних напрямів консалтингової діяльності Академії сільського розвитку ГО «Спілка СЗТ України». Визначено, що консалтинг – це надання спеціалізованих консультаційних послуг згідно з певною галуззю господарювання. Існує значна кількість різновидів консалтингу та спроб їхньої систематизації за різними ознаками. З'ясовано, що найбільш поширеною є класифікація, за якою виокремлюють види консалтингу (управлінський, інвестиційний, фінансовий, інжиніринговий, інформаційний, маркетинговий, кадровий) та три основні методи надання консалтингових послуг (процесне, експертне та навчальне консультування). Підкреслено, що консалтинг є разовою послугою та тривалою, з певною періодичністю. Зазначено, що консалтинг є одним із напрямів діяльності Академії сільського розвитку, котра створена при ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму» з метою забезпечення доступу учасників ринку до якісної сучасної освіти в сільському туризмі. Встановлено, що основними споживачами консалтингових послуг є представники бізнесу (власники агросадиб, діючі та потенційні), територіальні громади, тренери Академії, викладачі ЗВО та здобувачі, проекти-партнери та науковці з сільського розвитку. Проаналізовано потреби кожного із сегментів зазначеної цільової аудиторії, визначено спільне, відмінне та індивідуальне в їх інтересах, що уможливило формування основних напрямів консалтингової діяльності на сьогодні з урахуванням тенденцій розвитку.*



**Ключові слова:** туризм, сільський туризм, консалтингова діяльність, туристичні ресурси, професійна підготовка.

**JEL Classification:** F14, L83, O13

**Absztrakt.** A tanulmány aktualitását az alapozza meg, hogy a vidéki turizmus szakmai képzésének kérdése napjainkban fontos, és a kutatók rendszeresen foglalkoznak vele tudományos publikációkban, tudományos és módszertani szemináriumokon, kerekasztal-beszélgetéseken, tudományos és gyakorlati konferenciákon vitatják meg. A cikk célja a „Union of NWT of Ukraine” Vidékfejlesztési Akadémiája tanácsadói tevékenységének fő irányainak elméleti tanulmányozása és tudományos megalapozása. Meghatározásra került, hogy a tanácsadás egy adott ágazatnak megfelelő, speciális tanácsadói szolgáltatások nyújtása. A tanácsadásnak jelentős számú fajtája létezik, és különböző indokok alapján próbálják rendszerezni őket. Megállapítottuk, hogy a legelterjedtebb osztályozás az, amely megkülönbözteti a tanácsadás típusait (vezetési, befektetési, pénzügyi, mérnöki, információs, marketing, személyzeti) és a tanácsadási szolgáltatások nyújtásának három fő módszerét (folyamat-, szakértői és képzési tanácsadás). Hangsúlyozható, hogy a tanácsadás egyszeri szolgáltatás és hosszú távú szolgáltatás, bizonyos rendszerességgel. Megjegyzendő, hogy a tanácsadás a Vidékfejlesztési Akadémia egyik tevékenysége, amelyet az „Unió a vidéki zöld turizmus előmozdításáért” civil szervezetnél hoztak létre, hogy biztosítsa a piaci szereplők számára a vidéki turizmus magas színvonalú, modern oktatásához való hozzáférést. Megállapítást nyert, hogy a tanácsadási szolgáltatások fő fogyasztói a vállalkozások képviselői (a gazdaságok jelenlegi és potenciális tulajdonosai), a területi közösségek, az Akadémia oktatói, az egyetemi oktatók és a pályázók, a partnerprojektek és a vidékfejlesztési tudósok. E célközönség minden egyes szegmensének igényeit elemezve, közös, megkülönböztető és egyéni érdekeket azonosítárra kerültek, ami lehetővé tette a tanácsadási tevékenység fő irányainak megfogalmazását napjainkban, figyelembe véve a fejlődési tendenciákat.

**Kulcsszavak:** turizmus, vidéki turizmus, tanácsadás, turisztikai erőforrások, szakmai képzés.

**Abstract.** The relevance of the work is based on the fact that the issue of professional training of personnel for rural tourism is important today and is periodically covered by researchers in scientific works, discussed during scientific and methodological seminars, round tables, scientific and practical conferences. The purpose of the article is theoretical research and scientific substantiation of the main areas of consulting activity of the Academy of Rural Development of the NGO «Union of Northwest Ukraine». It was determined that consulting is the provision of specialized consulting services according to a certain branch of business. There is a significant number of varieties of consulting and attempts to systematize them according to various characteristics. It was found that the most widespread is the classification, which distinguishes types of consulting (management, investment, financial, engineering, information, marketing, personnel) and three main methods of providing consulting services (process, expert and educational consulting). It is emphasized that consulting is a one-time service and long-term, with a certain periodicity. It is noted that consulting is one of the areas of activity of the Academy of Rural Development, which was created under the NGO «Association for the Promotion of the Development of Rural Green Tourism» in order to ensure the access of market participants to high-quality modern education in rural tourism. It has been established that the main consumers of consulting services are business representatives (owners of agricultural estates, active and potential), territorial communities, Academy trainers, teachers of higher education institutions and applicants, project partners and rural development scientists. The needs of each of the segments of the specified target audience were analyzed, common, different and individual interests were determined, which made it possible to form the main areas of consulting activity today, taking into account development trends.

**Keywords:** tourism, rural tourism, consulting activity, tourist resources, professional training.



**Постановка проблеми.** Одним із найбільш перспективних напрямів диверсифікації сільського господарства традиційно розглядається сільський туризм.

За результатами наукових досліджень туристична діяльність надає імпульс для розвитку окремих сільських поселень, забезпечує підвищення рівня доходів їх мешканців та зменшення міграційного потоку із сільської місцевості до міст шляхом організації нового специфічного сектору сільської економіки [3, с. 284].

Водночас підкреслимо, що туристичний потенціал українського села використовується недостатньо через низку причин, одна з яких полягає у відсутності у населення необхідних компетенцій щодо здійснення туристичної діяльності.

На сьогодні посилення російської агресії в Україні, а також необхідність повоєнного відновлення вітчизняного туристичного ринку, актуалізують важливість питання надання консалтингових послуг, зокрема в сільському туризмі.

Важливість надання консалтингових послуг у сільському туризмі спричинена також низкою таких нагальних проблем, як:

- необхідність забезпечення працею значної кількості ВПО та демобілізованих із лав ЗСУ, з яких значну частину складають особи з інвалідністю;

- організація та застосування різноманітних форм самозайнятості населення та організації навчальних центрів для вирішення питання працевлаштування;

- європейська інтеграція України, що передбачає внесення значних корегувань у діяльності агросадіб та вимагає формування системи консультування їхніх власників;

- потреба у конкурентоздатності підприємства на туристичному ринку, що забезпечується, зокрема завдяки ефективному впровадженню та використанню сучасних інформаційних технологій, котрими не володіє переважна більшість господарів агросадіб.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання професійної підготовки кадрів для сільського туризму періодично висвітлюються дослідниками в наукових працях, обговорюються під час проведення науково-методичних семінарів, круглих столів, науково-практичних конференцій тощо.

На основі теоретичного аналізу наукових праць із обраної проблеми з'ясовано, що в результаті досліджень науковці дійшли певних висновків, а саме: сільському зеленому туризму бракує фахівців (консультантів) (О. Баєва, О. Васильченко [1], Г. Чернява [11]); впровадження інформаційних технологій (Т. Кальна-Дубінюк, Н. Пугач [4], PR- (О. Локутова [6]) та інших видів консалтингових послуг помітно прискорило би розвиток сільського туризму.

Слід підкреслити, що значна частина публікацій присвячена досвіду організації професійної підготовки фахівців у сільському туризмі.



Так, у рамках міжнародних грантів у регіонах України працювали школи сільського (зеленого) туризму, до підготовки фахівців залучалися провідні викладачі Національного університету біоресурсів і природокористування України [5], Запорізького національного університету [7] та інших закладів вищої освіти, які пройшли відповідне навчання, зокрема й за кордоном.

Проте, як показали результати теоретичного аналізу, більшість цих заходів, незважаючи на високий рівень кваліфікації консультантів та зацікавленості учасників, мала епізодичний характер.

Обмеженість у термінах та ресурсах, відсутність системи кадрової роботи та взаємодії між елементами цієї системи, брак послідовності та наступності дій стримували вирішення питання кадрового забезпечення в сільському туризмі.

Зважаючи на зазначене, з метою вирішення питання надання консалтингових послуг у сільському туризмі представники правління ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму» ухвалили рішення сформуванню загальноукраїнську мережу консалтингових центрів, котрі працюватимуть на постійній основі. Практична реалізація ідеї позначилася на створенні в складі Спілки нового структурного підрозділу – Академії сільського розвитку.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Основна мета статті полягає в теоретичному дослідженні та науковому обґрунтуванні основних напрямів консалтингової діяльності Академії сільського розвитку ГО «Спілка СЗТ України».

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Згідно з метою нашого дослідження варто зазначити, що результатами діяльності ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні», котра зареєстрована в 2016 р., є ініціювання прийняття низки нормативно-правових актів, видання журналу «Туризм сільський зелений», проведення виставок-ярмарків «Українське село запрошує», запровадження категоризації та екомаркування агросадиб, реалізація понад 30-ти проєктів за підтримки міжнародних фондів тощо [2].

Одним із важливих напрямів діяльності Спілки СЗТ України є надання освітніх та консалтингових послуг, якість яких є високою за рахунок тісної співпраці з профільними закладами вищої освіти та залучення провідних фахівців-практиків.

В січні 2024 р. цю діяльність виділено у відокремлений підрозділ – Академія сільського розвитку (далі – Академія), котрий має стати єдиним і найпотужнішим освітнім середовищем для сільського зеленого туризму та гостинності. Про актуальність і своєчасність цього кроку свідчить той факт, що до онлайн презентації Академії приєдналася велика кількість учасників.

Діяльність Академії охоплює такі шість функціональних напрямів, як: науково-педагогічна та навчальна робота; консалтинг; проєктна робота та фандрайзинг; міжнародна діяльність; маркетинг та комунікація (рис. 1).



**Рис. 1. Організаційна структура Академії сільського розвитку ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні»**

В межах наукового дослідження вбачаємо за доцільне схарактеризувати консалтингову діяльність Академії.

Зазначимо, що поняття консалтинг (від англ. «consulting» – консультивання) визначається як надання спеціалізованих консультаційних послуг згідно з певною галуззю господарювання [10, с. 161]. Існує значна кількість різновидів консалтингу та спроб їхньої систематизації за різними ознаками. Найбільш поширеною є класифікація, за якою виокремлюють види консалтингу (управлінський, інвестиційний, фінансовий, інжиніринговий, інформаційний, маркетинговий, кадровий) та три основні методи надання консалтингових послуг (процесне, експертне та навчальне консультивання). Консалтинг є як разовою послугою, так і тривалою, з певною періодичністю.

Варто зазначити, що зміст консалтингової діяльності та методи надання консалтингових послуг в Академії визначаються з огляду на потреби її цільової аудиторії. На сьогодні консалтингова діяльність спрямовує свої зусилля на вирішення питань у таких напрямках, як: бізнес; фізичні особи та родини військових із сільських територій; територіальні громади; проєкти-партнери; тренери Академії; викладачі ЗВО та здобувачі; науковці в напрямі сільського розвитку [8].

Основними споживачами консалтингових послуг вбачаються особи, які вже здійснюють або планують проводити діяльність у сільському туризмі, а також представники органів місцевого самоврядування, які пов'язують майбутній розвиток територіальної громади з розвитком туризму.

За результатами дослідження потреб зазначеного сегменту споживачів підтверджено, що, незважаючи на посилення російської агресії, політичну та економічну кризу в державі, невизначеність подальшої стратегії розвитку країни після її перемоги, бажання розвивати туризм існує, і попит на інформаційно-консультаційні послуги поступово зростає. Результати опитування мешканців сільської місцевості прифронтових громад Дніпропетровської, Донецької, Запорізької, Сумської та Харківської областей, що проведено за фінансової підтримки Естонського дослідницького агентства, надали можливість визначити перелік знань, умінь і навичок, котрі є найбільш затребуваними за такими напрямками, як: попит на туристичні послуги з боку внутрішніх і зовнішніх туристів, нові цікаві туристичні пропозиції з метою подальшого впровадження отриманого досвіду; підвищення ефективності реклами в соціальних мережах та вміння працювати з цифровими платформами; налагодження співпраці з представниками громад та бізнесів; опанування проектною та грантовою діяльністю тощо (рис. 2).



**Рис. 2. Результати опитування мешканців сільських територій прифронтових громад щодо напрямів, знання, уміння і навички котрих, є найбільш затребуваними для них**



Отже, інтереси бізнесу знаходяться переважно в рамках управлінського та маркетингового видів консалтингу, що пояснюється досвідом попередньої діяльності. Водночас зовнішні умови розвитку сільського туризму змінилися, оскільки війна негативно вплинула на всі аспекти ведення бізнесу в більшості регіонів. Позитивну динаміку демонструють лише декілька західних областей України.

Необхідно підкреслити, що, на жаль, передбачуваними характерними рисами в повоєнний період для ринку сільського туризму, можуть стати: економічна нестабільність, обмежений доступ до фінансування, кадровий голод, тиск цифрової трансформації, обмежений споживчий попит тощо. Водночас європейська інтеграція України передбачає гармонізацію українського законодавства з нормативно-правовою базою ЄС, що окреслює необхідність швидкої адаптації до нового регуляторного середовища та зростання конкуренції з боку агросадіб ЄС.

З огляду на зазначене, на Академію сільського розвитку покладаються додаткові зобов'язання, а саме: розробити проактивну програму консалтингових послуг. Під час розроблення зазначеної програми важливо враховувати різноманітність бізнес-споживачів, а саме: люди, які мають досвід у сільському туризмі (1); особи, які щойно відкрили для себе цю діяльність (2); люди, які ще знаходяться в стані розгляду можливостей свого долучення до цієї діяльності (3). Тож, слід виокремити три види бізнес-споживачів, для яких необхідно підготувати відповідно три різні продукти. Споживачі першої групи зацікавлені в ознайомленні з інноваціями, що надають можливість посилити присутність на туристичному ринку; другої – потребують допомоги у побудові управлінського та технологічного процесів; для споживачів третьої групи важливо сформувати адекватне уявлення про специфіку цього виду підприємництва.

З огляду на такий критерій, як сучасна характеристика території України (деокупована, прифронтова, прикордонна та ін.), запити від споживачів також є різними. Так, для представників бізнесу, що постраждали від війни, доцільними є консультації щодо податкових пільг та отримання грантів на відновлення. Для мешканців більш безпечних територій країни, також важливим є інформування про можливості отримання міжнародної фінансової допомоги.

Доцільно зазначити, що Європейська Комісія запропонувала новий механізм фінансової допомоги Україні (Ukraine Facility) послідовно в період з 2024 по 2027 рр. щодо відновлення, відбудови та модернізації країни, що передбачає:

- фінансову допомогу у вигляді грантів та кредитів державі, спрямованих на проведення реформ, необхідних для вступу до ЄС, відновлення, відбудови та модернізації;

- спеціальну інвестиційну програму, спрямовану на залучення державних та приватних інвестицій;

- технічну та інші механізми підтримки, що зазвичай надаються країнам, котрі готуються до вступу в ЄС; підтримку громадянського суспільства [13].



Враховуючи наведене, більшість передбачених Планом реформ орієнтована на малий та середній бізнес, відтак Академія має можливість: виступити в ролі посередника, котрий налагоджує взаємозв'язки власників агросадіб із міжнародними програмами допомоги та іноземними інвесторами; забезпечити підтримку МСП через нефінансові інструменти (консалтинг, навчальні програми, обмін досвідом із європейськими партнерами).

Акцентуємо, що існують також спільні для зазначеного сегменту споживачів виклики, про вирішення котрих можливо інформувати широкий загал. Насамперед, це юридичний супровід та допомога у впровадженні в діяльність міжнародних принципів та європейських стандартів, що базуються на принципах екологічного менеджменту, інформаційної та екологічної економіки, цифровізації в комунікаціях [12, с. 61].

Також загальною проблемою, на нашу думку, надалі вбачається нестабільність ринку праці та дефіцит кваліфікованих кадрів. Сільський туризм надає можливість частково вирішити питання зайнятості демобілізованих військовослужбовців. Проте потрібен час для їхньої реабілітації, психічного та фізичного відновлення, без чого ефективна праця в сфері послуг унеможлиблюється. Тож, організувати гарним чином окреслений вид діяльності, принаймні спочатку, доведеться жінкам країни. Це також корелюється з чинними ініціативами ЄС, в котрих акцентується увага на необхідності посилення підтримки соціального підприємництва, ширшого залучення до малого й середнього бізнесу жінок-підприємниць, молоді, а також розвитку ветеранського бізнесу [13].

Зазначимо, що використання цифрових інструментів значно полегшує ведення бізнесу, але кваліфікація переважної більшості осіб, які потенційно готові займатися даним видом діяльності, не відповідає належним критеріям [1, с. 13]. За даними дослідження Міністерства цифрової трансформації України у 2023 р., показник дорослого населення із цифровими навичками нижче базового рівня зріс на 12,6%, порівняно з 2019 р., і становить 40,4%. Водночас варто звернути увагу на представників і представниць бізнесу з сільської місцевості та віддалених регіонів, де загальний рівень цифрової обізнаності та доступ до інтернету серед населення є суттєво нижчим порівняно з населенням із міст [9, с. 25]. Відтак Академія має можливість сприяти впровадженню цифрових технологій у середовище представників малих та середніх підприємств.

Важливим напрямом консалтингової діяльності Академії в зазначеному сегменті споживачів є формування підприємницької культури загалом та іміджу сільського підприємця зокрема, що є соціально необхідними послугами, котрі вважаються нерентабельними для отримання додаткових прибутків, однак ефективними для галузі та загальнодержавних інтересів. Для реалізації зазначених послуг необхідно залучати гроші від грантодавців або із державного бюджету, що актуалізує питання фандрайзингової діяльності Академії.

Враховуючи те, що сільський туризм є складним міжгалузевим комплексом, його успішний розвиток можливий лише через взаємодію





представників місцевих органів виконавчої влади та самоврядування, громадських організацій, власників особистих селянських та фермерських господарств [2, с. 65]. Відповідно Академія планує надати власникам агросадиб інструменти взаємодії з органами місцевого самоврядування, партнерами та постачальниками.

Як свідчить практичний досвід, ефективність туристичної діяльності значною мірою визначається ступенем гостинності дестинації. При цьому розвиток території як туристичної дестинації надає можливість вирішити низку соціально-економічних та культурно-історичних завдань, до яких додається необхідність інтеграції внутрішньо переміщених осіб у місцеве бізнес-середовище, що перетворює органи місцевого самоврядування у потенційних споживачів консалтингових послуг Академії (48% учасників, які долучилися до Презентації Академії, – це представники органів влади). Здебільшого співпраця починається з розробки стратегії розвитку.

Досить цікавою є діяльність тренерів Академії з викладачами ЗВО та здобувачами. Більшість тренерів – це науково-педагогічні працівники, які мають відповідний науковий рівень, опанували навчальну програму для експертних консультантів, набули компетентності консалтингової діяльності (підготовка тренерів є одним із напрямів діяльності Академії) та готові забезпечити підвищення кваліфікації слухачів відповідно до їх потреб та потреб ринку. Важливою винагородою під час навчання в Академії є отримання сертифікату, що надає можливість здобувачам додавати бали до академічних оцінок, а викладачам – підтверджувати професійну відповідність під час акредитації освітніх програм.

Щодо питань координації підвищення кваліфікації, стажування та обмінів, відділ консалтингу тісно співпрацює з відділом науково-педагогічної та навчальної роботи. Експертність тренерів Академії уможливує реалізовувати спільні проєкти з організаціями-партнерами та науковцями. Це можуть бути всеукраїнські та міжнародні конференції, круглі столи, ідеатони, наукові проєкти, рецензування наукових робіт тощо.

Очевидно, що такі амбітні плани передбачають залучення значної кількості консультантів, що вирішується за рахунок створення ІКАТО (інформаційно-консультаційні та агротуристичні осередки) – спеціалізована мережа, що забезпечує більш широкий обмін досвідом та отримання більш різноманітної інформації.

Важливим напрямом діяльності Академії є визначення та формулювання спільних інтересів членів Спілки. Наразі відсутня конструктивна взаємодія приватного сектору з державними структурами. Це пов'язано з тим, що державні структури працюють із ідеями, що існували до 2022 р., та не встигають реагувати на нові виклики. Водночас бізнес-об'єднання найкраще знають проблеми МСП, що надає можливість зробити якісний аналіз існуючих потреб і швидко на них відреагувати.

Підтверджуючи зазначене, наводимо результати анкетування UNDP серед представників МСП (рис. 3.). Зазначимо, що в Проєкті Стратегії відновлення,

сталого розвитку та цифрової трансформації малого та середнього підприємництва до 2027 р. [14], не передбачено вирішення більшості з визначених потреб. Це означає, що вони будуть і надалі зростати.



**Рис. 3. Результати опитування респондентів щодо причин, котрі заважають розвивати їх бізнес**

Підкреслимо, що в опитуванні взяли участь представники більше, ніж 50-ти бізнес-об'єднань (зокрема, віце-президентка Академії), які відповіли на такі питання, як: необхідність спрощення умов ведення бізнесу, сприяння сімейному та крафтовому бізнесу, відмова від домінації «фіскальної доцільності» над економічною доцільністю, необхідність відновлення інклюзивного комунікаційного майданчику від національного до рівня громад для діалогу МСП та влади; посилення повноважень Бізнес омбудсмена та зміни позиції держави, що має бути основним замовником реалізації заходів від бізнес-об'єднань щодо реалізації заходів розвитку МСП.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Таким чином, підсумовуючи наведене, зазначимо, що консалтинг є одним із напрямів діяльності Академії сільського розвитку, котра створена при ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму» з метою забезпечення доступу учасників ринку до якісної сучасної освіти в сільському туризмі. Встановлено, що основними споживачами консалтингових послуг є представники бізнесу (власники агросадиб, діючі та потенційні), територіальні громади, тренери



Академії, викладачі ЗВО та здобувачі, проекти-партнери та науковці з сільського розвитку.

Проаналізовано потреби кожного із сегментів зазначеної цільової аудиторії, визначено спільне, відмінне та індивідуальне в їх інтересах, що уможливило формування основних напрямів консалтингової діяльності на сьогодні з урахуванням тенденцій розвитку.

Перспективи подальших наукових досліджень вбачаються нами у розгляді, розробці, обґрунтуванні відбору та доцільності впровадження навчально-методичних матеріалів в ході консалтингової діяльності.

### Список використаних джерел

1. Васильченко О.О., Баєва О.І. Консалтингова діяльність в сфері зеленого туризму: мікроекономічний аспект. *Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. № 2(42), 2020. С. 12-17. DOI: 10.31388/2519-884X-2020-42-12-17
2. Історія. Веб-сайт ГО «Спілка сільського зеленого туризму України». <https://www.greentour.com.ua/history>
3. Калініченко С., Сподар К., Грібнік А., Холодок В., Винник А. Специфіка організації сільського туризму в зарубіжній практиці. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. №4. С. 283-287. URL: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-308-4-42>
4. Кальна-Дубінюк Т.П., Пугач Н.А. Застосування сучасних інформаційних технологій у розвитку сільського зеленого туризму в Україні. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. 2011. Вип. 163. Ч. 1. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/kalna.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/kalna.htm)
5. Кудінова І. Україно-Польський навчальний тур «Досвід Польщі у розвитку дорадництва та сільського туризму». URL: <https://nubip.edu.ua/node/23554>
6. Локутова О.А. PR-консалтинг в розвитку сільського зеленого туризму в Україні. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. Серія «Економіка та менеджмент»*. Київ: Міленіум, 2017. С. 45-47.
7. Науковиця економічного факультету ЗНУ та гостьова дослідниця Таллінського університету Наталя Венгерська поділилася результатами міжнародної співпраці. URL: <http://surl.li/skwaj>
8. Презентація Академії сільського розвитку Спілки СЗТУ. URL: <https://m.youtube.com/watch?v=eUewYMOkNQE>
9. Проект Стратегії відновлення, сталого розвитку та цифрової трансформації малого та середнього підприємництва до 2027 року. URL: <http://surl.li/pxcgp>
10. Словник економіста та підприємця / А.М. Туренко, І.А. Дмитрієв, О.С. Іванілов, І.Ю. Шевченко. Харків: ХНАДУ, 2018. 340 с.
11. Чернява Г. Інформаційно-консультаційне забезпечення інноваційного розвитку підприємств сільського зеленого туризму в Україні. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2013. Вип. 43. Ч. 1. С. 303-308.
12. Skorokhod I., Pavlikha N. Rural green tourism standardization and certification system building within the European integration context. *Economies' Horizons*. 2020. № 3(14), pp. 55–63. URL: [https://doi.org/10.31499/2616-5236.3\(14\).2020.234984](https://doi.org/10.31499/2616-5236.3(14).2020.234984)
13. Ukraine Facility: марафон економічної євроінтеграції. Економічна правда. 22 березня 2024 р. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2024/03/22/710574/>



## References

1. Vasylychenko O.O., Baieva O.I. Konsal'tynhova diialnist v sferi zelenoho turyzmu: mikroekonomichnyi aspekt. Zbirnyk naukovykh prats TDATU imeni Dmytra Motornoho (ekonomichni nauky). № 2(42), 2020. S. 12-17. [Consulting activity in the field of green tourism: microeconomic aspect] [in Ukrainian]
2. Istoriia. Veb-sait HO «Spilka silskoho zelenoho turyzmu Ukrainy». [The website of the NGO "Union of Rural Green Tourism of Ukraine"] [in Ukrainian]
3. Kalinichenko S., Spodar K., Hribinyk A., Kholodok V., Vynnyk A. Spetsyfika orhanizatsii silskoho turyzmu v zarubizhnii praktysi. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. 2022. №4. S. 283-287. [The specificity of the organization of rural tourism in foreign practice]. [in Ukrainian]
4. Kalna-Dubiniuk T.P., Puhach N.A. Zastosuvannia suchasnykh informatsiinykh tekhnolohii u rozvytku silskoho zelenoho turyzmu v Ukraini. Naukovi visnyk Natsionalnoho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy. 2011. Vyp. 163. Ch. 1. [Application of modern information technologies in the development of rural green tourism in Ukraine] [in Ukrainian]
5. Kudinova I. Ukraino-Polskyi navchalnyi tur «Dosvid Polshchi u rozvytku doradnytstva ta silskoho turyzmu». [Ukrainian-Polish educational tour "Poland's experience in the development of counseling and rural tourism"] [in Ukrainian]
6. Lokutova O.A. PR-konsal'tynh PR-konsal'tynh v rozvytku silskoho zelenoho turyzmu v Ukraini. Problemy innovatsiino-investytsiinoho rozvytku. Serii «Ekonomika ta menedzhment». Kyiv: Milenium, 2017. S. 45-47. [PR-consulting PR-consulting in the development of rural green tourism in Ukraine] [in Ukrainian]
7. Naukovytsia ekonomichnoho fakultetu ZNU ta hostova doslidnytsia Tallinnskoho universytetu Natalia Venherska podilylasia rezultatamy mizhnarodnoi spivpratsi. URL: <http://surl.li/skwaj> [Natalya Vengerska, a scientist at the Faculty of Economics of ZNU and a guest researcher at Tallinn University, shared the results of international cooperation] [in Ukrainian]
8. Prezentatsiia Akademii silskoho rozvytku Spilky SZTU. URL: <https://m.youtube.com/watch?v=eUewYMOkNQE> [Presentation of the Academy of Rural Development of the Union of SZTU] [in Ukrainian]
9. Proekt Stratehii vidnovlennia, staloho rozvytku ta tsyfrovoyi transformatsii maloho ta serednoho pidpriemnytstva do 2027 roku. URL: <http://surl.li/pxcgp> [Project of the Strategy for recovery, sustainable development and digital transformation of small and medium-sized enterprises until 2027] [in Ukrainian]
10. Slovnyk ekonomista ta pidpriemtsia / A.Turenko, I.Dmytriiev, O.Ivanilov, I.Shevchenko. Kharkiv: KhNADU, 2018. 340 s. [Dictionary of economist and entrepreneur] [in Ukrainian]
11. Cherniava H. Informatsiino-konsultatsiine zabezpechennia innovatsiinoho rozvytku pidpriemstv silskoho zelenoho turyzmu v Ukraini. Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii heohrafichna. 2013. Vyp. 43. Ch. 1. S. 303-308. [Information and consulting provision of innovative development of rural green tourism enterprises in Ukraine] [in Ukrainian]
14. Skorokhod I., Pavlikha N. Rural green tourism standardization and certification system building within the European integration context. *Economies' Horizons*. 2020. № 3(14), pp. 55–63. [Rural green tourism standardization and certification system building within the European integration context] [in Ukrainian]
15. Ukraine Facility: marafon ekonomichnoi yevrointehratsii. Ekonomichna pravda. 22 bereznia 2024 r. [Ukraine Facility: marathon of economic European integration] [in Ukrainian]