

**Н.В. ЯКИМЕНКО-ТЕРЕЩЕНКО, Л.С. СТРИГУЛЬ, Є.О. ДАТЧЕНКО, Т.М. ШЕВЦОВ,
Є.А. КОПЕЙЧЕНКО**

ІНТЕГРАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ ЧЕРЕЗ ПРОЕКТИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

Визначено значення стратегічного партнерства в процесах розвитку туристичної дестинації. Партнерство дозволить суб'єктам туристичної галузі, на основі розподілу прав, обов'язків, відповідальності, функцій та ресурсів між учасниками, створити комплексний туристичний продукт, сформувати результативну комерційну систему із врахуванням інтересів кожного учасника партнерства. Результатами стратегічного партнерства є створення конкурентоспроможної ринкової пропозиції, розвиток території та громади; диверсифікація туристичного продукту; поліпшення якості послуг. Обґрунтовано концепцію стійкого розвитку туристичної дестинації через розвиток сільського туризму за активної участі приймаючої громади. Критеріями розвитку сільського туризму на основі диверсифікації туристичного продукту з метою забезпечення сталості туристичної дестинації є розвиток екологічних ініціатив, екологічна освіта для туристів; розвиток підприємницьких навичок населення громади; забезпечення рекреаційної цінності території; зменшення нерівності та підвищення стійкості сільської громади; збільшення доходів сільської громади; створення додаткової вартості туристичного продукту та підвищення добробуту населення. Розроблено бізнес-модель розвитку сільського туризму в с. Височинівка Зміївської міської громади. Сильними сторонами проекту є чисте та безпечне довкілля; наявність природних ресурсів, вигідне економіко-географічне розташування; наявність високоякісної транспортної інфраструктури; туристичний потенціал Зміївської громади; наявність пам'яток релігійного значення та місця паломництва парафіян; гостинність населення; наявність осередку освіти; розвиток народних ремесел, розвиток виноградарства; обізнаність організаторів в питаннях впровадження екологічних практик в діяльність засобів розміщення; обізнаність організаторів в питаннях маркетингу та просування послуг сільського туризму; зацікавленість громади проектами розвитку села. Використано бізнес-модель Канвас, яка описує бізнес-процеси сільської садиби в с.Височинівка.

Ключові слова: стратегічне партнерство; сільський туризм; сільська садиба; рекреація, бізнес-модель, туристичний продукт, стійкий розвиток, туристична дестинація

N. YAKYMENKO-TERESHCHENKO, L. STRYGUL, E. DATCHENKO, T. SHEVTSOV, E.KOPEYCHENKO INTEGRATION APPROACH TO ENSURING THE SUSTAINABILITY OF A TOURIST DESTINATION THROUGH RURAL TOURISM DEVELOPMENT PROJECTS

The article defines the importance of strategic partnership in the processes of development of a tourist destination. The partnership will allow subjects of the tourism industry, based on the distribution of rights, duties, responsibilities, functions and resources between the participants, to create a comprehensive tourism product, to form an effective commercial system, taking into account the interests of each participant in the partnership. The results of strategic partnership are the creation of a competitive market offer, development of the territory and community; diversification of the tourism product; improving the quality of services. The study substantiates the concept of sustainable development of a tourist destination through the development of rural tourism with the active participation of the host society. The criteria for the development of rural tourism based on the diversification of the tourism product in order to ensure the permanence of the tourist destination are the development of environmental initiatives, environmental education for tourists; development of entrepreneurial skills of the population; ensuring the recreational value of the territory; reducing inequality and increasing the resilience of rural societies; increasing the income of rural society; creating added value of the tourism product and increasing the well-being of the population. The article formed a business model for the development of rural tourism in the village. Vysochinivka Zmievskaya city community. The strengths of the project are a clean and safe environment; availability of natural resources, favorable economic and geographical location; availability of high-quality transport infrastructure; tourism potential of the Zmievskaya community; the presence of monuments of religious significance and places of pilgrimage for parishioners; hospitality of the population; presence of an education cell; development of folk crafts; development of viticulture; awareness of organizers on the implementation of environmental practices in the activities of accommodation facilities; awareness of organizers on marketing and promotion of rural tourism services; public interest in rural development projects. The Canvas business model was used to describe the business processes of a rural estate in the village of Vysochinivka.

Keywords: strategic partnership; rural tourism; rural estate; recreation, business model, tourist product, sustainable development, tourist destination

Вступ. Нині завдання розвитку туристичної дестинації в умовах, коли вплив зовнішніх чинників має в основному деструктивний вплив, а внутрішні чинники у кожного окремого суб'єкта туристичного бізнесу не дозволяють сформувати достатнє підґрунтя для забезпечення конкурентних переваг на ринку, актуалізується необхідність застосування стратегічного партнерства як форми налагодження та підтримання довгострокових відносин між учасниками ринку для створення синергії, отримання позитивного результату (партнерство на основі формування цінності взаємовідносин).

Об'єднання зусиль у межах стратегічного партнерства спрямоване на набуття конкурентних переваг, диверсифікацію діяльності, отримання доступу до ресурсів, формування компетентностей, зниження витрат, реалізацію спільних маркетингових, виробничо-збутових, комерційних, інноваційних проектів; зростання адаптованості суб'єктів до змін чинників зовнішнього середовища та ін. Спільна

діяльність підприємств у межах партнерства базується на взаємовигідному використанні партнерських ресурсів, досвіду, знань. Учасники мають право використовувати двосторонні та багатосторонні угоди, їх взаємодія будуватиметься на відкритості та довірі. Управління партнерством здійснюється шляхом стратегічного планування, координації та контролю спільної роботи. Отже, метою створення стратегічного партнерства є формування стратегічних конкурентних переваг (компетентностей) та створення цінностей.

Аналіз основних досягнень і літератури. Розглядом проблем сталого туризму займалися Чорний О., Осігнянко Д. О., Примак Т. Ю., Чайка Т. Ю., Лупенко Ю.О., Малік М.Й., Булавка О.Г., Тишук І. В. та ін. [1, 2]. Механізми розвитку сільського туризму досліджували Баштовий М.Г., Гапоненко Г. І., Коваль О., Парфіненко А. Ю., Шамара І. М. та ін. [3, 4] Але, незважаючи на значний обсяг наявних теоретичних і практичних напрацювань, потребує подальшого вдосконалення питання забезпечення сталості

туристичної дестинації через розвиток сільського туризму на основі стратегічного партнерства та застосування диверсифікації туристичного продукту.

Мета роботи. Розробка теоретичних підходів до формування стратегічного партнерства суб'єктів туристичної дестинації з метою забезпечення її сталості через проекти розвитку сільського туризму.

Викладення основного матеріалу дослідження. Стратегічне партнерство дозволить суб'єктам туристичної галузі, на основі розподілу прав, обов'язків, відповідальності, функцій та ресурсів між учасниками, створити комплексний туристичний продукт, при цьому сформувати результативну комерційну систему із врахуванням інтересів кожного учасника партнерства (рис.1).

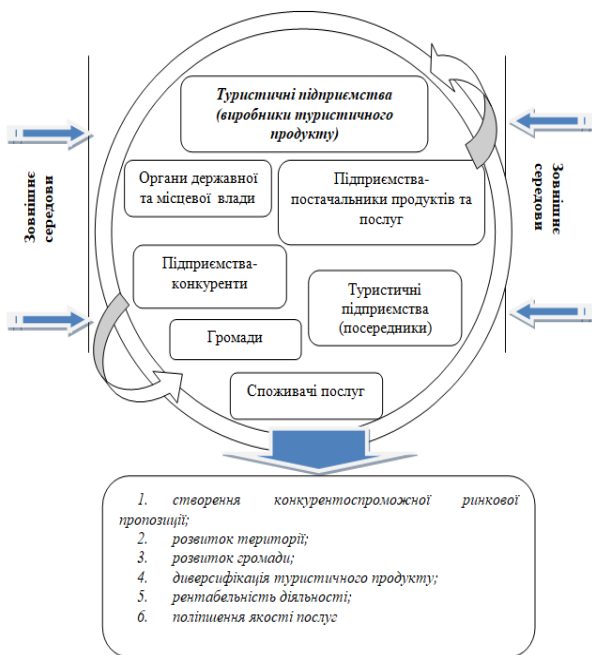


Рис. 1 - Суб'єкти та результати стратегічного партнерства в туристичній галузі

Етапність формування відносин з партнерами докладно розроблена в [5, 6] і включає:

1) стратегічну діагностику умов та факторів ведення бізнесу (визначення зовнішніх можливостей та загроз, розрахунок рівня конкурентоспроможності підприємства на ринку, вивчення правових передумов співробітництва з різними типами партнерів, визначення сукупності наявних та необхідних ресурсів для діяльності підприємства та досягнення стратегічних цілей);

2) вибір партнерів (визначити критерії для вибору партнерів, сформувати інформаційну базу потенційних партнерів, розроблення концепції партнерства та проведення сегментації потенційних партнерів);

3) реалізація стратегічного партнерства (вибір форм взаємодії, укладання договорів про співпрацю, розподіл функцій між учасниками, виконання основних функцій та завдань);

4) оцінка та контроль результатів стратегічного партнерства.

Основним критерієм результативності стратегічного партнерства в туризмі є перевищення ефекту від досягнення підприємством-учасником встановлених цільових критеріїв в умовах стратегічного партнерства над ефектом від самостійного досягнення цільових орієнтирів.

При цьому витрати підприємства за умови його участі в стратегічному партнерстві мають бути нижчими за витрати за умови самостійного досягнення встановлених цілей.

Метою стратегічного партнерства є забезпечення сталості туристичної дестинації через розвиток сільського туризму на основі диверсифікації туристичного продукту. Її досягнення потребує розроблення та реалізації концепції розвитку туристичної дестинації через розвиток сільського туризму на основі диверсифікації туристичного продукту, що передбачає залучення громади до участі у плануванні розвитку сільського туризму та здійснення туристичних проектів, що сприяє сталому розвитку туристичної дестинації.

Концепція розвитку туристичної дестинації через розвиток сільського туризму (рис. 2) передбачає реалізацію системи заходів з підтримання сільської природи, сільської спадщини, сільського життя, сільської активності, що реалізуються учасниками стратегічного партнерства в туристичній галузі за активної участі приймаючої громади сільського туризму.

Отже, громада:

- бере участь у навчальних програмах у сфері сільського туризму, населення зацікавлено в розвитку підприємницьких навичок та залученні туристів;
- усвідомлює роль своєї території як туристичної дестинації, формує її спеціалізацію, айдентику;
- усвідомлює всі вигоди та перешкоди на шляху розвитку туризму, співпрацює, залучає та підтримує;
- свідомо бере участь у процесах менеджменту туризму, аналізує досягнення та показники діяльності;
- домогосподарства громади беруть участь у різних процесах створення вартості.

Критеріями розвитку сільського туризму на основі диверсифікації туристичного продукту з метою забезпечення сталості туристичної дестинації вважаємо:

- 1) розвиток екологічних ініціатив, екологічна освіта для туристів;
- 2) розвиток підприємницьких навичок населення громади;
- 3) забезпечення рекреаційної цінності території;
- 4) зменшення нерівності та підвищення стійкості сільської громади;
- 5) збільшення доходів сільської громади;
- 6) створення додаткової вартості туристичного продукту та підвищення добробуту населення.

Як стверджують фахівці з сільського туризму, успіх справи залежить від збігу кількох факторів::

- наявності ідеї та бажання автора власної справи на селі;
- місця розташування сільської садиби;

- наявності історико-культурних чи природних ресурсів;
- організації дозвілля, анімаційні програм;
- компетентності персоналу, що працюватиме з туристами;
- уміння поєднати один, чи усі наявні можливості, або створити власні [7].

Розробимо бізнес-модель розвитку сільського туризму в с. Височинівка Зміївської міської громади.

Вибір с. Височинівка як місця для розвитку сільського туризму пов'язано з туристичною привабливістю території.

У 1886 році був заснований Височинівський Казанський чоловічий монастир, у якому найбільш цінною реліквією була Височинівська ікона Казанської Божої Матері [8]. У 1937 році Височинівський Казанський чоловічий монастир було зруйновано, чудодійна ікона Казанська Божої Матері зникла.

Нині у с. Височинівка розташовані Архангело-Михайлівський храм Ізюмської єпархії УПЦ та Храм Архістратиґа Михаїла Харківсько-Полтавської єпархії ПЦУ [9]. Побудовано Височинівський храм в ім'я Ісуса Христа Спасителя, що зцілює паралізованих.

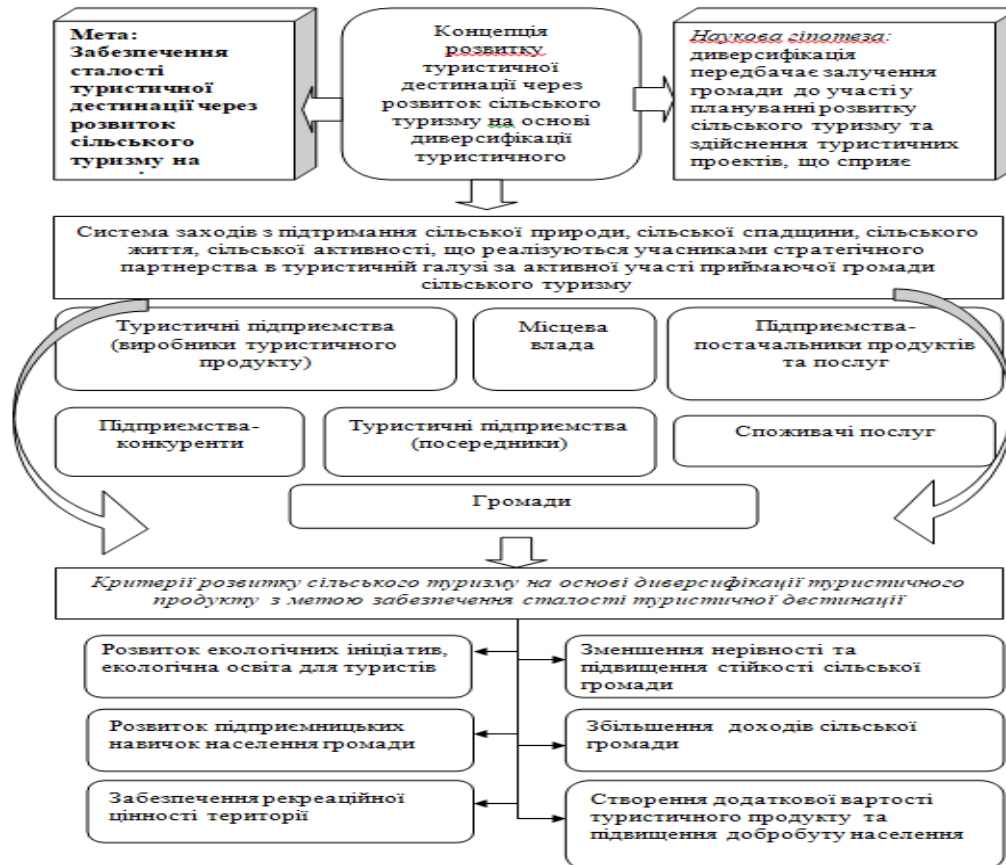


Рис. 2 – Ефекти від участі у стратегічному партнерстві в контексті забезпечення сталості туристичної дестинації через розвиток сільського туризму

Селище Височинівка знаходиться на правому березі річки Мжа в місці впадання в неї річки Вільшанка (правий берег). Через село проходить автомобільна дорога Т 2112, що є важливим елементом туристичної інфраструктури.

Село має давню історію. Роком заснування є 1704 рік. У 1709 році, за особливі заслуги у Полтавській битві, Височинову були віддані землі сучасного села, та навколишні ліси й луки. У 1712 році в універсалі Ізюмського козацького полковника згадується височинівський священик. Василь Височин купує, та переносить дерев'яну церкву Архістратиґа Михаїла з села Артюхівки. У 1762 році до височинівського храму Архістратиґа Михаїла було передано святий антиминос. 22 грудня 1795 року, був освячений новий кам'яний храм. У 1885 році до села приїхав преосвящений Амвросій, з метою знайти місцевість що до улаштування монастирю.

потенціал.

На території громади функціонують та мають місце:

- музеї;
- пам'ятки історії;
- пам'ятки природи;
- пам'ятка національного значення;
- Національний природничий парк;
- українські православні церкви.

Всі ці туристичні атракції можуть використовуватися для формування туристичного продукту.

SWOT-аналіз проєкту організації сільського туризму в с. Височинівка наведено на рис. 3.

Центральною фігурою в організації відпочинку в с. Височинівка виступає сільська родина та сільська садиба. Основною концепцією сільського відпочинку є реабілітація.

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1) Переважно чисте та безпечне довкілля 2) Наявність природних ресурсів (хвойний ліс, річка, луки) 3) Гарні краєвиди, багаті флора та фауна 4) Вигодне економіко-географічне розташування 5) Наявність високоякісної транспортної інфраструктури 6) Наявність сільських будинків, які можна використати для облаштування сільських садиб 8) Туристичний потенціал Зміївської громади 9) Наявність пам'яток релігійного значення та місця паломництва парафіян 10) Гостинність населення 11) Наявність осередку освіти 12) Розвиток народних ремесел (лозоплетіння) 13) Розвиток виноградарства 14) Обізнаність організаторів в питаннях впровадження екологічних практик в діяльність засобів розміщення 15) Обізнаність організаторів в питаннях маркетингу та просування послуг сільського туризму 16) Зацікавленість громади проектами розвитку села 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Проблеми з питною водою 2) Відсутність достатньої практичної туристичної інформації про с. Височинівка 3) Низький рівень обізнаності громади щодо організації сільського туризму 4) Відсутність розроблених туристичних маршрутів 5) Брак фахівців туристичної сфери
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1) Зростання популярності екологічного, зеленого, сільського туризму 2) Зростання попиту на реабілітаційні практики 3) Зростання зацікавленості до екопродукції та екоферм 4) Діяльність Співки сільського туризму 5) Інформаційна база найкращих практик в сфері сільського туризму в Україні 6) Проведення безкоштовних тренінгів, семінарів, навчальних курсів туристичного спрямування 7) Ефективне методичне забезпечення розвитку сільського туризму 8) Альтернативні джерела фінансування проектів (фонди підтримки, грантові програми) 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Продовження військових дій в Україні 2) Відсутність належної законодавчої бази із сільського туризму 3) Погіршення екологічної ситуації в регіоні в результаті забруднення річок, ґрунтів, лісів 4) Погіршення економічної ситуації в країні 5) Конкуренція з боку інших регіонів сільського туризму 7) Неєфективне державне управління туристичною галуззю в цілому

Рис. 3 – SWOT-аналіз проекту організації сільського туризму в с. Височинівка

Саме зараз зростає значення туризму, зокрема сільського туризму як засобу реабілітації інвалідів. Реабілітаційний потенціал індивідуальний і залежить від психосоціальних установок, фізичного ресурсу, а також від мотиваційно-стійких установок. Потреба людини в освоєнні цінностей культури стимулюється почуттям задоволення, успіхами в підвищенні життєвої активності, умінням управляти своїм фізичним та емоційним станом. Результативність реабілітаційного процесу залежить від типу мислення. У важких ситуаціях (хвороба, інвалідність, будь-які життєві проблеми) людині властивий патогенний тип мислення, який звужує свідомість і призводить до стресу, страждання, депресії, занурення в негативну атмосферу. Багатовекторний вплив саме сільського туризму сприяє переключенню мислення на саногенне (оздоровче), коли ситуація не здається безвихідною і людина знаходить вирішення своїх проблем [10]. Отже, з соціальної точки зору, основною функцією сільського зеленого туризму є відтворювальна функція, спрямована на відновлення сил. Він не обмежується пасивною формою відновлення фізичних і психічних сил, а використовує форми, завдяки яким можна змінити характер діяльності та навколишні умови, активно пізнавати явища природи, традиції, встановлювати нові соціальні контакти, дружні та ділові зв'язки.

Сільський туризм, як і туризм на загал, викликає контрастну зміну монотонного життя, наприклад, перебування людини з обмеженими можливостями в стінах свого будинку, чисте повітря, активна форма відпочинку сприяють фізичному оздоровленню [10].

першу чергу, ті, які потребують реабілітації від пережитого під час війни.

Сильними сторонами проекту організації сільського туризму в с. Височинівка, що допоможуть забезпечити частку на ринку, є:

- переважно чисте та безпечне довкілля;
- наявність природних ресурсів (хвойний ліс, річка, луки);
- гарні краєвиди, багаті флора та фауна;
- вигідне економіко-географічне розташування;
- наявність високоякісної транспортної інфраструктури;
- наявність сільських будинків, які можна використати для облаштування сільських садиб;
- туристичний потенціал Зміївської громади;
- наявність пам'яток релігійного значення та місця паломництва парафіян;
- гостинність населення;
- наявність осередку освіти;
- розвиток народних ремесел (лозоплетіння);
- розвиток виноградарства;
- обізнаність організаторів в питаннях впровадження екологічних практик в діяльність засобів розміщення;
- обізнаність організаторів в питаннях маркетингу та просування послуг сільського туризму;
- зацікавленість громади проектами розвитку села.

Використаємо бізнес-модель Canvas, яка описує усі бізнес-процеси сільської садиби в с. Височинівка, яку пропонується організувати (рис. 4).

Ключові партнери	Ключові види діяльності	Ціннісна пропозиція	Взаємовідносини з клієнтами	Споживчий сегмент
<ul style="list-style-type: none"> - місцева громада; - туристичні оператори; - туристичні агенції; - місцеві органи влади; - туристичні інформаційні центри; - еко-ферми; - місцеві господарства; - центри зайнятості; - музеї; - транспортні агентства; - медичні заклади; - освітні заклади; - громадські асоціації; - маркетингові агенції; - івент агенції; - майстри народних ремесел; - засоби масової інформації 	<ul style="list-style-type: none"> - розміщення; - організація харчування; - реабілітація; - відпочинок на природі, прогулянки лісом, збирання грибів, ягід; - рибальство; - екскурсії; - івенти, фестивалі; - допомога в сільськогосподарських роботах; - майстер-класи з екологічної тематики, лозоплетіння, виготовлення вина; - катання на човнах; - організація кінних прогулянок 	<p>Під час відпочинку туристи зможуть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - зануритися у світ природи; - фізично і морально відпочити; - отримати реабілітаційні послуги; - духовне виховання 	<ul style="list-style-type: none"> - залучення гостей до звичного життя громади; - емпатія; - зворотній зв'язок з гостями; - стандарти сервісу 	<ul style="list-style-type: none"> - родини з дітьми, які потребують реабілітації від пережитого під час війни; - родини, які бажають цікаво провести час змінюючи місто на сільську місцевість - родини, які підтримують екологічні практики в туризмі і гостинності
<p>Структура витрат</p> <ul style="list-style-type: none"> - Капітальні витрати - комунальні платежі - заробітна плата - витрати на ремонт - витрати на організацію заходів - витрати на навчання 		<p>Потоки надходження доходів</p> <ul style="list-style-type: none"> - розміщення гостей в садибі; - надання комплексу реабілітаційних послуг; - оренда території садиби для проведення івентів; - участь в майстер-класах; - продаж виробів з лози; - продаж вина місцевих виноробів; - продаж продукції еко-ферм 		
		<p>Канали збуту</p> <ul style="list-style-type: none"> - інтернет-сайт садиби; - мітка на Google карті; - сторінки в соцмережах (Instagram та Фейсбук, ТікТок); - пропозиція на маркетплейсах, наприклад, OLX; - пропозиція на профільних сайтах, наприклад, на сайті Спільки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні - блогери і регіональні ЗМІ 		

Рис. 4 – Бізнес-модель Canvas сільської садиби в с. Височинівка

До бізнес-моделі входить дев'ять блоків: ціннісна пропозиція; сегменти споживачів; відносини з клієнтами; канали збуту; ключові види діяльності; ключові ресурси; ключові партнери; структура витрат; потоки доходів, грошових надходжень.

Приїжджаючи на відпочинок туристи зможуть зануритися у світ природи, фізично і морально відпочити, отримати реабілітаційні послуги та духовне виховання.

В основі взаємовідносин з клієнтами – залучення гостей до звичного життя громади та емпатія до гостей, зворотній зв'язок з ними та високі стандарти сервісу.

Серед гостей садиби можуть бути:

- родини з дітьми, які потребують реабілітації від пережитого під час війни;
- родини, які бажають цікаво провести час змінюючи місто на сільську місцевість
- родини, які підтримують екологічні практики в туризмі і гостинності.

Серед ключових видів діяльності садиби:

- розміщення;
- організація харчування;
- реабілітація;
- відпочинок на природі, прогулянки лісом, збирання грибів, ягід;
- рибальство;
- екскурсії;
- івенти, фестивалі;
- допомога в сільськогосподарських роботах;
- майстер-класи з екологічної тематики, лозоплетіння, виготовлення вина;
- катання на човнах;
- організація кінних прогулянок.

Потенційними партнера є:

- місцева громада;
- туристичні оператори та туристичні агенції;
- місцеві органи влади;
- туристичні інформаційні центри;
- екоферми;
- місцеві господарства;
- центри зайнятості;
- музеї;
- транспортні агентства;
- медичні заклади;
- освітні заклади;
- громадські асоціації;
- маркетингові агенції;
- івент агенції;
- майстри народних ремесел;
- засоби масової інформації.

Планується основні доходи отримувати від розміщення гостей в садибі, надання комплексу реабілітаційних послуг, оренди території садиби для проведення івентів, участі в майстер-класах, продажу виробів з лози, продажу вина місцевих виноробів, продажу продукції еко-ферм.

Висновки. Таким чином, вважаємо, що інтеграційний підхід є основою забезпечення сталості туристичної дестинації. Стратегічне партнерство дозволить суб'єктам туристичної галузі, на основі розподілу прав, обов'язків, відповідальності, функцій та ресурсів між учасниками, створити комплексний туристичний продукт, при цьому сформувати результативну комерційну систему із врахуванням інтересів кожного учасника партнерства. Метою стратегічного партнерства є забезпечення сталості туристичної дестинації через розвиток сільського туризму на основі диверсифікації туристичного

продукту, що передбачає залучення громади до участі у плануванні розвитку сільського туризму та здійснення туристичних проєктів.

Список літератури

1. Стратегічні напрями сталого розвитку сільських територій на період до 2030 року / Лупенко Ю.О., Малік М.Й., Булавка О.Г. та ін.; за заг. ред. Ю.О. Лупенка. Київ: ННЦ ІАЕ, 2020. 60 с.
2. Тишук І. В. Сільський зелений туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід: монографія. Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2017. 260 с.
3. Баштовий М.Г. Сільський зелений туризм. Навчальний посібник (Конспект лекцій. Частина 1). Для студентів 2 курсу факультету агротехнологій та природокористування, спеціальність 242 «Туризм», освітній ступінь «Бакалавр», денної форми навчання Суми: Сумський національний аграрний університет, 2022. 52 с.
4. Гапоненко Г. І., Парфіненко А. Ю., Шамара І. М. Сільський зелений туризм; навчальний посібник. Суми: ПФ «Видавництво Університетська книга», 2021. 178 с.
5. Босовська М.В. Інтеграційні процеси в туризмі : монографія. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 832 с.
6. Босовська М. Методологія формування та розвитку стратегічного партнерства в туризмі. *Науковий вісник ЧДІЕУ*. 2014. Вип. 4(24). С. 115-122.
7. Коваль О. Туристичний бізнес у сільській місцевості. URL: <https://school.tourinform.org.ua/turystychnyj-biznes-u-silskij-mistsevosti/>.
8. Коловрат-Бутенко Ю. О. До історії Височинівки // Історія Зміївського края. Зміїв. URL: <https://colovrat.at.ua/publ/1-1-0-436>.
9. Красзнавчі шляхи Слобожанщини: Збірник інформаційно-методичних матеріалів. Х. 2019. Вип. XII. С. 37–38.
10. Реабілітаційні можливості сільського туризму та апітуризму // *Науково-популярний журнал «Туризм сільський зелений»*. 2021. Вип. 4 (61). С. 27-31.

References (transliterated)

1. *Stratehichni napriamy staloho rozvytku sil'skykh terytorii na period do 2030 roku* / Lupenko Yu.O., Malik M.I., Bulavka O.H. ta in.; za zah. red. Yu.O. Lupenka. Kyiv: NNTs IAE, 2020. 60 p.
2. Tyshchuk I. V. *Sil'skyi zelenyi turizm yak faktor rehionalnoho rozvytku: metodolohichniy aspekt ta praktychniy dosvid: monohrafiia* [Rural green tourism as a factor of regional development: methodological aspect and practical experience]. Lutsk: RVV Lutskoho NTU, 2017. 260 p.
3. Bashtovyi M.H. *Sil'skyi zelenyi turizm* [Rural green tourism]: navchal. posib. Sumy: Sums'kyi natsionalnyi ahrarnyi universytet, 2022. 52 p.
4. Haponenko H. I., Parfinenko A. Yu., Shamara I. M. *Sil'skyi zelenyi turizm* [Rural green tourism]; navchalnyi posibnyk. Sumy: PF «Vydavnytstvo Universytetska knyha», 2021. 178 p.
5. Bosovska M.V. *Intehratsiini protsesy v turyzmi* [Integration processes in tourism] : monohrafiia. Kiev: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2015. 832 p.
6. Bosovska M. Metodolohiia formuvannia ta rozvytku stratehichnoho partnerstva v turyzmi [Methodology for the formation and development of strategic partnerships in tourism]. *Naukovyi visnyk ChDIEU* [Scientific journal of ChSIEM]. 2014. no. 4(24). pp. 115-122.
7. Koval O. Turystychnyi biznes u silskii mistsevosti [Tourism business in rural communities]. URL: <https://school.tourinform.org.ua/turystychnyj-biznes-u-silskij-mistsevosti/>.
8. Kolovrat-Butenko Y. Do istorii Vysochynivky [About the history of Vysochynivka]. *Istoriia Zmiivskoho kraia. Zmiiv* [History of the Zmiievsky region. Zmiiv]. URL: <https://colovrat.at.ua/publ/1-1-0-436>.
9. *Kraieznavchi shliakhy Slobozhanshchyny Vysochynivky* [Local history paths of Slobozhanshchyna]: Zbirnyk informatsiino-metodychnykh materialiv. Kharkiv, 2019. no. XII. pp. 37–38.
10. Reabilitatsiini mozhyvosti sil'skoho turyzmu ta apiturizmu [Rehabilitation possibilities of rural tourism and apiturism]. *Naukovo-populiarnyi zhurnal «Turizm sil'skyi zelenyi»* [Popular science magazine "Tourism Village Green"]. 2021. no. 4 (61). pp. 27-31.

Надійшла (received) 06.10.2023

Відомості про авторів / About the Authors

Якименко-Терещенко Наталія Василівна (Yakymenko-Tereshchenko Nataliia) – доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», завідувач кафедри туризму і готельно-ресторанного бізнесу; м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0003-2927-7989; e-mail: Nataliia.Iakymenko-Tereschenko@kphi.edu.ua.

Стригуль Лариса Станіславівна (Strygul Larysa) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного бізнесу; м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0003-2343-4234; e-mail: larysa.strygul@kphi.edu.ua.

Датченко Євгеній Олексійович (Datchenko Yevhenii) – магістр, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», кафедра туризму і готельно-ресторанного бізнесу; м. Харків, Україна; e-mail: yevhenii.datchenko@emmb.kphi.edu.ua.

Шевцов Тарас Миколайович (Shevtsov Taras) – магістр, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», кафедра туризму і готельно-ресторанного бізнесу; м. Харків, Україна; e-mail: taras.shevtsov@emmb.kphi.edu.ua.

Копейченко Євген Андрійович (Koreichenko Yevhen) – бакалавр, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», кафедра туризму і готельно-ресторанного бізнесу; м. Харків, Україна; e-mail: yevhen.koreichenko@emmb.kphi.edu.ua.