

ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА ЄС: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ <sup>1</sup>

## TOURIST POTENTIAL OF RURAL TOURISM IN UKRAINE AND THE EU: A COMPARATIVE ANALYSIS

Статтю присвячено актуальним питанням розвитку потенціалу сільського туризму в країнах – членах Європейського Союзу та в Україні. Особливий наголос зроблено на нагальності впровадження на мікроекономічному та макроекономічному рівнях, а також на рівні громад особливих стратегій розвитку, заснованих на концепціях диверсифікації діяльності. Охарактеризовано ринкові ніші, що ефективно сприяють зміцненню потенціалу сільського туризму в Європейському Союзі та Україні. Проаналізовано виклики, що стоять перед галуззю сільського туризму в умовах пандемії COVID-19, зміни в поведінці туристів. Доведено, що ефективне використання туристичного потенціалу сприяє більш широкому розвитку сільських територій. Проілюстровано практики використання потенціалу сільського туризму як у країнах ЄС, так і в Україні, спрямовані на розв'язання проблеми зайнятості сільських територій, особливо молоді та жінок, генерацію доходів підприємців, використання ресурсів професійних спільнот. Сфокусовано увагу на необхідності імплементації європейського досвіду в процесі відновлення практики сільського туризму в Україні, адже порівняльний аналіз виявив багато спільних рис розбудови та подальшої модернізації зазначеної сфери діяльності.

**Ключові слова:** сільський туризм, ринкова ніша, диверсифікація, потенціал, розвиток.

Стаття посвячена актуальній проблемі розвитку потенціалу сільського туризму в державах – членах Європейського Союзу та в Україні. Особливе внимание уделено необходимости реализации стратегий развития на основе концепций диверсификации деятельности на микро- и макроэкономическом уровнях. Дана характеристика рыночных ниш, которые способствуют укреплению потенциала сельского туризма в Европейском Союзе и Украине. Проведен анализ вызовов, которые стоят перед сельским туризмом в условиях пандемии COVID-19, а также изменений в поведении туристов. Доказано, что эффективное использование туристического потенциала способствует более широкому развитию сельских районов. Описаны практики использования потенциала сельского туризма в странах ЕС и в Украине, которые направлены на решение проблемы занятости сельских районов, особенно молодежи и женщин, формирование доходов предпринимателей, использование ресурсов профессиональных сообществ. Уделено внимание необходимости реализации европейского опыта в процессе восстановления практики сельского туризма в Украине, поскольку сравнительный анализ выявил общие особенности развития и дальнейшей модернизации данной сферы деятельности.

**Ключевые слова:** сельский туризм, рыночная ниша, диверсификация, потенциал, развитие.

УДК 338.48-44(1-22)(477+4)

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.72-27>

**Череп А.В.**

д.е.н., професор,  
професор кафедри фінансів та кредиту  
Запорізький національний університет  
**Осаул А.О.**  
старший викладач  
кафедри міжнародної економіки,  
природних ресурсів  
та економіки міжнародного туризму  
Запорізький національний університет

**Cherep Alla**

Zaporizhzhia National University  
**Osaul Alina**  
Zaporizhzhia National University

*The study is devoted to the development potential of rural tourism in the member states of the European Union and the regions of Ukraine. Special emphasis is put on the issue of the diversification concepts implementation both at micro- and macroeconomic levels, and in particular at the community level. It has been pointed out that the development of policy papers and appropriate strategies should correspond sustainable development goals and general mankind's view on the future development. Market niches, which effectively contribute to strengthening the capacity of rural tourism in the member-countries of the European Union and Ukraine have been characterized. The challenges facing the rural tourism sector caused by the current pandemic Covid-19 have been analyzed in the study. It has been paid much attention to the present day changes in European tourists' behaviour, like their interest in lower CO2 footprint, willingness to pay more for social distancing, off-season tours, etc., which has to be taken into consideration by local entrepreneurs, authorities, and policy makers. It has been noticed that the rural tourism potential has to be studied through the prism of natural, economic and social sustainability. It has been proved that efficient exploitation of rural tourism potential contributes to the wider rural development. As national policy papers referring to the development of national sectors of the economy add parts concerning rural tourism development, we as scholars have a wide range of data to be analyzed. It has been pointed out that the potential of rural tourism in the member-countries of the European Union and Ukraine is used to resolve the problems of employment in rural areas, especially of young people and women, generate income of local rural entrepreneurs, and apply communities' resources in most efficient way to increase market players' well-being. A special attention has been focused on the need to implement European experience in the process of recovery of rural tourism in Ukraine, as the comparative analysis revealed common development features applicable for the further modernization.*

**Key words:** rural tourism, market niche, diversification, potential, development.

**Постановка проблеми.** Наявність у територій потенціалу для розвитку сільського туризму не є запорукою його повного та ефективного використання. Необхідно зважати на сучасні характеристики та наявні ресурси, що справляють вплив на успішність підприємницької діяльності та досягнення цілей сталого розвитку. Розвиток потенціалу ринку сільського туризму залежить у тому

числі від соціально-економічної ситуації, стану навколишнього середовища, умов землекористування та рівня сільськогосподарського виробництва, конкурентоспроможності галузей сільського господарства та споріднених галузей народного господарства, інфраструктури, історичних, культурних та інших пам'яток, системи планування та управління туризму.

<sup>1</sup> Публікацію підготовлено в рамках проєкту «Диверсифікація сільського туризму через збалансованість та креативність: поширення європейського досвіду в Україні»/Diversification of rural tourism through sustainability and creativity: disseminating European experience in Ukraine (DIRUT) 620720-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-MODULE за підтримки Програми Erasmus+: Jean Monnet Європейського Союзу, що реалізується у Запорізькому національному університеті (2020–2023).

### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Потенціал розвитку сільського туризму є предметом дослідження як міжнародних експертів, наприклад Міжнародної туристичної організації ООН [1], локальних інститутів, таких як Центр сприяння імпорту з країн, що розвиваються, в Нідерландах [2], так і академічних дослідників. Н.В. Фоменко [3] та С.Г. Ярьоменко [4] вивчали рекреаційні ресурси України, ефективне використання яких є необхідною умовою для розвитку рекреаційного комплексу країни. Наявність багатих гастрономічних особливостей та традицій, культурно-історичних ресурсів проаналізовано Д.І. Басюком, Е.О. Зваричуком, Р.Р. Мазурцем та ін. [5].

**Постановка завдання.** Вивчити особливості реалізації наявного потенціалу сільського туризму в країнах ЄС та Україні, порівняти наявні туристичні ринкові ніші у сфері сільського туризму.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сільський туризм є одним із головних двигунів розвитку територій як на національному, так і на міжнародному рівні. Він дає можливість завдяки стратегіям диверсифікації поєднувати туристичні активності з традиційною сільськогосподарською діяльністю, ремеслами та природною й культурною спадщиною. Отримані синергетичні ефекти спрямовуються на підвищення рівня зайнятості залучених територій, зростання доходів, відкривають широкі можливості для вразливих верств населення, у тому числі молоді та жінок, виступають стримуючим чинником сільської еміграції, сприяють модернізації та відновленню місцевої історичної архітектурної спадщини, фокусують увагу на традиційній нематеріальній спадщині сільської місцевості (наприклад, кулінарії), збереженні унікального ландшафту.

Вивчення потенціалу сільського туризму потребує системного підходу, що бере до уваги як рекреаційні особливості, так і проблеми захисту навколишнього середовища й перспективи стійкого розвитку сільських територій.

Сільський туризм та його середовище розвиваються всередині територіального контексту, адже ефективно організоване та збережене оточуюче розмаїття є джерелом доданої вартості, диверсифікації та отримання кінцевого унікального туристичного продукту. Територіальний зміст представлений не лише фізичним капіталом, завдяки якому здійснюється підприємницька діяльність та забезпечується впізнання сільської місцевості, її економічний успіх, а й нематеріальними формами капіталу, людським, інтелектуальним, репутаційним, які є провідниками сприйняття якості послуг у сфері сільського туризму. Часто сільські туристичні атракції виходять за рамки традиційного уявлення про продукти сільського туризму та містять елементи гастро- та енотуризму, геологічного туризму та ремісництва.

Отже, саме територіальна ідентичність стає ключовим елементом формування інноваційної пропозиції в галузі сільського туризму та дає можливість виокремити унікальну ринкову нішу. Поєднання таких територіальних елементів, як природний, антропологічний, економічний, соціальний та культурний, характеризує туристичний потенціал території. Разом із цим сукупність зазначених елементів може стати як двигуном подальшого розвитку сільської місцевості, так і стримуючим чинником.

Розвиток потенціалу сільського туризму в Європейському Союзі ідеально корелює зі смаками та вподобаннями європейських туристів у постпандемічний час, які прагнуть отримати автентичний та унікальний досвід мандрівників, долучитися до локального сільського способу життя. Поєднання зусиль місцевих жителів, які є носіями нематеріального капіталу, із сільськими громадами, власниками природних та інших фізичних ресурсів формує новітні туристичні продукти, що користуються зростаючим попитом, виходять за межі окремого агропромислового або фермерського господарства.

COVID-19 змінив туристичні бачення та вподобання європейців. Відкритий простір, природа, чисте повітря та якість навколишнього середовища – це цінності, що поділяють європейці, які подорожують малими групами з метою з'єднання з близькими та друзями, підтримки та відновлення психічного здоров'я під час свят. У 2021 р. 25% мандрівників у ЄС орієнтовані на відпочинок у сільській місцевості, що перевищує показники попередніх років. Статистика стосується як внутрішнього сільського туризму, так і зовнішнього. Багато європейців, як вакцинованих, так і ні, подорожують власними автомобілями до сусідніх країн або регіонів. Туристи уникають багатолюдних туристичних локацій, а 32% європейців готові платити за це більше. Унаслідок цього збільшується попит на санаторії та будинки відпочинку порівняно з готелями. Орієнтація на унікальний досвід, який можливо отримати шляхом занурення в місцеву культуру сільських жителями, приваблює 44% європейців у період міжсезоння. 51% пар віддають перевагу міжсезонному сільському туризму порівняно з 38% родин із дітьми.

Проблеми сталого розвитку стали більше турбувати мешканців ЄС. Помітним є зростання попиту на екологічно чисті товари та послуги під час подорожей. Так, аналітики виявляють обернений зв'язок між подорожами в сільській місцевості та екологічним слідом людини, тому й підсилення інтересу туристів різних вікових та гендерних груп, відмінного соціального положення до сільського туризму є цілком обґрунтованим, адже зменшення викидів CO<sub>2</sub> у повітря шляхом вибору піших прогулянок, веломаршрутів або стійкого креативного

відпочинку на селі є виправдною альтернативою для суб'єктів, які дбають про цілі сталого розвитку [2]. Майже 60% мандрівників, переважно з Польщі, Іспанії та Нідерландів, готові скорочувати поїздки літаком задля зменшення вуглецевого сліду і проводити більше часу в місцевих громадах. Вони віддають перевагу подорожам іншими видами транспорту, іноді пішки, гастротурам та круїзам. Згідно з даними Європейської туристичної комісії, стійкий сільський туризм, зорієнтований на більш ефективні взаємовідносини між відвідувачами, індустрією туризму, громадами та навколишнім середовищем, збільшує вигоди сільських громад від присутності на ринку. Проведене опитування серед 5 762 респондентів виявило, що на запитання: «Якою мірою ви погоджуєтеся або не погоджуєтеся з висловом: «Через пандемію COVID-19 я готовий платити більше під час подорожей, якщо я знаю, що підтримую місцеві громади/економіки» один із трьох респондентів виявив бажання витратити більше, приносити користь місцевим громадам як у соціальному, так і в економічному плані. Переважна більшість таких туристів, які висловилися за підтримку твердження, знаходилися у Польщі (46,5%), Великобританії (40,4%) та Франції (39,9%). Категорично проти такого твердження були респонденти з Австрії (32,8%), Польщі (29,9%) та Бельгії (28,6%) [6].

Країни ОЕСР за останні декілька років оновили політику реагування на виклики пандемії COVID-19 та стали вимагати від національних економік розробити заходи для підтримки сектору туризму. Так, країни – члени ЄС розробили національні плани відновлення економік, щоб отримати доступ до грантів та позик ЄС для підтримки потенціалу зеленої та цифрової економіки. Показовим є документ «Наше сільське майбутнє. Політика розвитку сільської місцевості 2021–2025», у якому визначено передумови, у тому числі політичні, розвитку кращого майбутнього у сільській Ірландії, а також особливості зайнятості та побудови кар'єри у сільській місцевості, заходи щодо активізації сільських громад, у тому числі перелік заходів політики. Серед ключових напрямів підтримки сільських територій уряд Ірландії визначив інфраструктурну допомогу лідерам громад та волонтерам, збільшення можливостей для використання потенціалу спільноти, необхідність упровадження на місцях високошвидкісного широкосмугового Інтернету, вивчення досвіду локальних соціальних взаємодій, важливості зв'язку та доступу до місцевої інформації про події, можливості, фінансування тощо [7]. З огляду на виявлену зацікавленість у підтримці приймаючих туристів сільських громад, місцеві підприємці повинні зі свого боку вести соціально відповідальний бізнес, пропонувати такі туристичні продукти, які відповідали б громадянській позиції туристів, створювати локалізовані та високодиверсифі-

ковані тури, які приносять користь як туристам, так і місцевим жителям. Вочевидь, екологічно орієнтовані туристичні продукти можуть зайняти широку ринкову нішу в секторі сільського зеленого туризму. Це надає можливість розширити пропозицію в міжсезонний період та впроваджувати політику цінової дискримінації (пори року, екологічно чисті подорожі преміум-класу, участь в екологічних проєктах, дотримання оптимальних протоколів з охорони здоров'я та гігієни, утримання від використання пластику тощо), а отже, отримувати більші прибутки. Аналітики вважають, що ключовою нішею ринку для європейських мандрівників є стійкий туризм дикої природи. Саме така ніша має бути інтегрована в диверсифіковані стратегії розвитку сільського туризму. Такий тренд кореспондується з турботою європейських туристів про стан дикої природи, незгодою відвідувати локації, активи яких пов'язані зі стражданнями диких тварин. Окремо слід відзначити вже розвинуту, але таку, що не вичерпала свій потенціал, нішу ено- та гастротуризму, що включає у себе різноманітні активності, такі як гастрономічні фестивалі, музеї їжі, кулінарні класи, винні стежки та відвідування виробників вина, харчових продуктів, веганський туризм, локальні фермерські ринки. Європейські сільські туристи цінують локально вироблену та справжню екологічно чисту їжу і прагнуть нового кулінарного досвіду. Країни ЄС, переважно Італія, Німеччина та Австрія, пропонують бізнес-можливості через соціальні мережі в галузі стійкого та креативного сільського туризму, поєднують ено- та гастрономічну історію з локальною культурою. Саме австрійці пред'являють найбільший попит на послуги стійкого харчування у регіоні. Востребованість зазначених видів активностей пояснюється й закладеною часткою бюджету кожного туриста на їжу та напої. За даними WASTA, туристи витрачають близько 25% свого бюджету на продукти харчування та напої залежно від вартості дестинації (35% – дорогі напрямки, 15% – бюджетні) [8]. Французи, німці, британці, італійці, іспанці та голландці становлять більшу частку зацікавлених у туризмі, спрямованому на задоволення ено- та гастропотреб. Внутрішній сталий сільський гастрономічний туризм у Німеччині, хоча й менше, ніж у Франції та Великій Британії, забезпечений домогосподарствами з відносно високим рівнем доходів, яких приваблюють подорожі на ферми та винні виробництва, а також місцеві фестивалі. Французькі туристи більш відкриті до франкомовного туристичного ринку з можливістю отримання досвіду харчування з елементами традиційної французької кухні. Італійці віддають перевагу внутрішнім локаціям сільського туристичного ринку, більш охоче порівняно з іншими європейцями беруть участь у майстер-класах із приготування їжі. Вони більш свідомо ставляться до впливу харчових про-

дуктів на навколишнє середовище (76%), погоджуються, що питання стійкості має певний вплив на їхні звички харчування (75%). «35% італійців готові витратити більше грошей на їжу, щодо якої вони впевнені, що фермери отримують справедливую ринкову ціну. Тому їхня готовність вибрати стійку їжу є серед найвищих у Європі» [7].

Вихідний гастрономічний туризм характеризує здебільшого Німеччину та Сполучене Королівство. Найбільший ринковий потенціал розвитку ено- та гастрономічного туризму сконцентрований у Франції, Італії та Іспанії.

Процеси, що характеризують наявний туристично-рекреаційний потенціал України у сфері задоволення потреб туристів у послугах сільського туризму, дуже близькі до європейських практик. Для України характерними є «різноманітність культур, спадщини та екосистем у різних регіонах», що стають «тлом для унікальних вражень відвідувачів, які не мають собі рівних ніде у світі» [9]. Національна практика свідчить про те, що туристичні потоки мають найбільшу концентрацію у місцях збереженої самобутньої культурної спадщини зі сформованими відродженими туристичними атракціями, такими як фестивалі, ярмарки, народні свята. Очевидним є зв'язок між культурою харчування, традиційними локальними стравами та напоями, нематеріальною спадщиною та сільським туристичним сектором. Еногастрономічна спадщина є невід'ємною частиною туристичного потенціалу України. Використання наявних ресурсів, у тому числі технологій приготування страв, збереження та відновлення рецептів виготовлення вин, участь сільських туристів у вирощуванні сільськогосподарської продукції, зборі врожаю, приготуванні традиційних страв локальної кухні, популяризує місцеві традиції, створює додатковий попит як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні на специфічні туристичні продукти, що зумовлює подальший розвиток можливостей, наявних сил, запасів та засобів. Активна розбудова сільських територій України в останні роки пов'язана з популяризацією культури харчування як силами місцевих ініціатив, так і за сприяння міжнародної спільноти в рамках виконання міжнародних грантових проєктів. Наприклад, було започатковано регіональні гастрономічні маршрути та стежки (громадські спілки «Дороги вина та смаку Української Бессарабії», «Дороги смаку Прикарпаття», «Національна еногастрономічна туристична мережа «Дороги вина та смаку України»), гастрономічні фестивалі, ініційовано процес визначення продуктів місцевості за географічним походженням (проєкт ЄС «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні») тощо. Перспективним для якомога більшого використання потенціалу сільського туризму в Україні є створення інституційного підґрунтя для бізнесу в

секторі сільського туризму, систематизація основних ринкових суб'єктів, ресурсів та активностей, релевантних розвитку в сучасних умовах. У 2019 р. були ухвалені законодавчі зміни, спрямовані на вдосконалення системи правової охорони географічних зазначень. Наприклад, Закон «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення правової охорони географічних зазначень» № 123-IX сприяє адаптації актів національного законодавства до права Європейського Союзу, а також виконанню зобов'язань, узятих Україною відповідно до Угоди про асоціацію з Європейським Союзом [10]. На завершальному етапі «знаходиться підготовка підзаконних актів, які сприятимуть розвитку системи національних географічних зазначень, гарантованих традиційних особливостей та інших систем якості для сільськогосподарської й харчової продукції, вин та спиртних напоїв» [11]. Підготовка та реалізація юридичних рамок виступає основою подальшого розвитку внутрішнього туристичного ринку країни, її експортного напрямку. Україна, яка традиційно сприймається як сільськогосподарська колицка Європи з автентичною продукцією, проводить їх ребрендинг із використанням європейського досвіду. Удалими є практики ребрендингу гуцульської овечої та коров'ячої бринзи, мелітопольської черешні. Ведеться активна підготовча робота з реєстрації херсонського кавуна, закарпатського меду, баранини Фрумушика-Нова, вин PDO wine Yalpuh, PGI wine Prydunaiska Bessarabia, PDO wine Chabag та PGI wine Zakarpattia.

Створення в Україні першого інноваційного туристичного продукту «Дорога вина та смаку Української Бессарабії» дає підстави говорити про зрушення у сфері сільського туризму, а саме про створення нових робочих місць у садибах (готелях, глемпінгах, замських комплексах), дрібних сімейних броварнях, сироварнях, бджолярнях, виноробнях, а також екомузеех; про збільшення кількості туристів; про зростання рівня доходів як місцевих підприємців, які мають на меті скерування коштів на розвиток території та інвестування у соціальні проєкти, так і валового регіонального продукту. Дорога об'єднує 22 учасника та 36 об'єктів винного та гастрономічного туризму Одеської області та презентує культурні особливості українського, болгарського, молдавського, гагаузького та липованського народів. Аналогічні проєкти вже впроваджено на території Закарпатської, Херсонської, Миколаївської та Чернівецької областей. Триває розроблення аналогічних маршрутів на Слобожанщині, Прикарпатті, Криворіжжі, Буковині, Полтавщині, Київщині тощо. Еногастро-маршрути ставлять за мету об'єднати пропозицію виробників місцевих продуктів, зокрема продуктів харчування, із зареєстрованими географічними зазначеннями у систему туристичного ринку шля-

хом формування нової еногастрономічної пропозиції. Здебільшого нові маршрути створюються у відповідь на клопотання облдержадміністрацій. Тим не менше вирішальною є ініціатива широкого кола зацікавлених сторін (представників туристичного, агровиробничого та інших дотичних до туризму секторів, наукових та освітніх організацій, органів державної влади, органів місцевого самоврядування, профільних громадських організацій, окремих експертів у сфері туризму, агровиробництва, харчових технологій, географії, маркетингу, регіонального розвитку, лідерів думок та ін.), спільна діяльність яких спрямована на розбудову ено- та гастрономічного туризму в Україні шляхом створення системи організованих гастрономічних маршрутів на локальному, регіональному та національному рівнях [12].

Інноваційні маршрути не є сталими. Вони мають потужний потенціал до розширення новими ено- та гастролокаціями, однак усі потенційні учасники мають відповідати високим стандартам якості, дотримуватися всіх санітарних норм та норм харчової безпеки.

**Висновки з проведеного дослідження.** Отже, багатогранність ресурсів та бізнес-суб'єктів у системі сільського туризму покликана забезпечити потенціал із боку пропозиції. Розбудова потенціалу регіонального розвитку сільського туризму, що поєднує багату культурну нематеріальну та природну спадщину, а також харчові традиції, має позитивні перспективи як у країнах ЄС у цілому, так і в Україні зокрема. На інституційному рівні такі тренди підкріплено регіональними та державними діями підтримки інноваційних мереж. На мікроекономічному рівні країни мають ефективні практики поєднання традиційної туристичної діяльності в сільському туризмі та винної архітектури, археології, місцевих традицій приготування їжі, полювання, риболовлі та ін. Досвід інновацій та технологічних зрушень у використанні потенціалу сільського туризму свідчить про поступальний рух від створення мереж, кластеризації бізнесу до формування платформ регіонального розвитку. Активізація сектору сільського туризму шляхом диверсифікації діяльності з проникненням у нетипові та несуміжні галузі стає підґрунтям більш повного використання дотичних ресурсів.

### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. UNWTO: COVID-19 and tourism. 2020: A year in review. January 2021. URL: <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020> (дата звернення: 29.11.2021).
2. What is the demand for outbound tourism on the European market? URL: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/trade-statistics> (дата звернення: 29.11.2021).
3. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія. Київ : Центр навчальної літератури, 2007. 312 с.

4. Ярьоменко С.Г. Туристичні ресурси України : навчальний посібник. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2021. 472 с.

5. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики : монографія / за наук. ред. Д.І. Басюк. Вінниця : Едельвейс і К, 2017. 316 с.

6. European's attitudes towards responsible travel choices. URL: <https://etc-corporate.org/reports/europeans-attitudes-towards-responsible-travel-choices/> (дата звернення: 01.12.2021).

7. Department of Rural and Community Development: Our Rural Future. Rural Development Policy 2021-2025 – March 2021. URL: <http://www.gov.ie/en/publication/4c236-our-rural-future-vision-and-policy-context/> (дата звернення: 10.12.2021).

8. The European market potential for food tourism. URL: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/food-tourism/market-potential> (дата звернення: 14.12.2021).

9. НТОУ Про сільський туризм. URL: [http://www.ntoukraine.org/year2020\\_ua.html](http://www.ntoukraine.org/year2020_ua.html) (дата звернення: 22.12.2021).

10. Закон України Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення правової охорони географічних зазначень. *Відомості Верховної Ради (ВВР)*. 2019. № 45. Ст. 290. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/123-20#Text> (дата звернення: 24.12.2021).

11. Пиневич-Тодорюк О. Система географічних зазначень в Україні – реальна перспектива! URL: <https://drinks.ua/news/sistema-geografichnih-zaznachen-v-ukraini-realna-perspektiva/> (дата звернення: 30.12.2021).

12. Дороги вина та смаку України. 20.04.2021. URL: <https://drinks.ua/news/dorogi-vina-ta-smaku-ukraini/> (дата звернення: 27.12.2021).

### REFERENCES:

1. UNWTO (2021) COVID-19 and tourism. 2020: A year in review. Available at: <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020> (accessed 29 November 2021).
2. CBI (2021) What is the demand for outbound tourism on the European market? Available at: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/trade-statistics> (accessed 29 November 2021).
3. Fomenko N.V. (2007) *Rekreacijni resursy ta kurortologiya [Recreational resources and resortology]*. Kyiv: Centr navchalnoyi literatury, 312 p. (in Ukrainian)
4. Yariomenko S.G. (2021) *Turystychni resursy Ukrayiny [Tourist Resources of Ukraine]*. OLDI-PLIUS., 472p. (in Ukrainian)
5. Basyuk D.I. (2017) *Vynnyj ta gastronomichnyj turyzm: globalni trendy ta lokalni praktyky [Wine and Gastronomic Tourism: Global Trends and Local Practices]*. Vynnytsya: «TD «Edelvejs i K», 316 p. (in Ukrainian)
6. European travel commission (2021) *European's attitudes towards responsible travel choices*. Available at: <https://etc-corporate.org/reports/europeans-attitudes-towards-responsible-travel-choices/> (accessed 01 December 2021).

7. Department of Rural and Community Development (2021) Our Rural Future. Rural Development Policy 2021–2025. Available at: <http://www.gov.ie/en/publication/4c236-our-rural-future-vision-and-policy-context/> (accessed 10 December 2021).

8. CBI (2021) The European market potential for food tourism. Available at: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/food-tourism/market-potential> (accessed 14 December 2021).

9. NTOU (2020) Pro silskyj turizm [About Rural Tourism]. Available at: [http://www.ntoukraine.org/year2020\\_ua.html](http://www.ntoukraine.org/year2020_ua.html) (accessed 22 December 2021).

10. Zakon Ukrainy Pro vnesennya zmin do deyakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo vdoskonalennya pravovoyi okhorony heohrafichnykh zaznachen [Law of Ukraine on amendments to cer-

tain legislative acts of Ukraine on improving the legal protection of geographical indications]. *Vidomosti Verkhovnoyi Rady*. 2019. № 45. Art. 290. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/123-20#Text> (accessed 24 December 2021).

11. Pynevych-Todoryuk O. (2021) Systema geografichnykh zaznachen Ukrainy – realna perspektyva! [The system of geographical indications in Ukraine is a real perspective!]. Available at: <https://drinks.ua/news/sistema-geografichnih-zaznachen-v-ukraini-realna-perspektiva/> (accessed 30 December 2021).

12. Gastronomy and wine portal (2021) Dorogy vyna ta smaku Ukrainy [Roads of wine and taste of Ukraine]. Available at: <https://drinks.ua/news/dorogi-vina-ta-smaku-ukraini/> (accessed 27 December 2021).