

УДК 338.48-44:334.72](1-22)
JEL classification: L83, Q26, R11/O18, L26
[https://doi.org/10.31891/dsim-2026-15\(23\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2026-15(23))

ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

СТАДНИК Валентина

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту та адміністрування
Хмельницький національний університет
<https://orcid.org/000-0002-2095-3517>

e-mail: stadnyk_v_v@ukr.net

ГРИЗОВСЬКА Лілія

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Хмельницький національний університет
<https://orcid.org/0000-0002-2298-6793>

e-mail: hryzovskal@khmnu.edu.ua

У статті досліджено підприємницький потенціал зеленого туризму як напрямку розвитку сільських територій в умовах посилення економічної невизначеності, високих безпекових ризиків та необхідності пошуку нових моделей диверсифікації діяльності суб'єктів господарювання. Обґрунтовано, що зелений туризм доцільно розглядати не лише як вид туристичної діяльності, а як сферу формування нових підприємницьких можливостей на основі ефективного використання локальних природних, культурних та господарських ресурсів. Уточнено зміст поняття «підприємницький потенціал зеленого туризму», під яким запропоновано розуміти сукупність можливостей суб'єктів господарювання щодо створення, розвитку та урізноманітнення туристичного продукту на основі ресурсів сільських територій. Визначено, що реалізація такого потенціалу залежить не лише від наявності ресурсної бази, а й від підприємницької ініціативи, здатності до інновацій, кооперації, використання цифрових технологій та адаптації туристичної пропозиції до сучасних потреб споживачів. Обґрунтовано, що його підприємницька цінність полягає у можливості трансформації локальних ресурсів у конкурентоспроможний туристичний продукт, який забезпечує створення доданої вартості для окремих суб'єктів господарювання та сільських територій загалом.

Запропоновано концептуальний підхід до реалізації підприємницького потенціалу зеленого туризму, який передбачає поєднання підприємницької ініціативи, використання ресурсних переваг території, розвитку інфраструктури, маркетингового просування та партнерської взаємодії бізнесу, громади і місцевої влади. Визначено основні напрями реалізації цього потенціалу через створення комплексного туристичного продукту, диверсифікацію діяльності сільськогосподарських підприємств, використання локальної продукції, розвиток агротуризму та формування нових можливостей зайнятості населення. Доведено, що розвиток зеленого туризму може розглядатися як інструмент капіталізації ресурсів сільських територій, оскільки забезпечує перетворення їх природних, культурних і виробничих особливостей на економічні активи.

Ключові слова: зелений туризм, підприємницький потенціал, сільські території, диверсифікація діяльності, туристичний продукт, локальні ресурси, додана вартість.

ENTREPRENEURIAL POTENTIAL OF GREEN TOURISM IN THE DEVELOPMENT OF RURAL AREAS

STADNYK Valentyna, GRYZOVSKA Liliia

Khmelnytskyi National University

The article explores the entrepreneurial potential of green tourism as a direction of development of rural areas in conditions of increasing economic uncertainty, high security risks and the need to find new models of diversification of the activities of business entities. It is substantiated that green tourism should be considered not only as a type of tourism activity, but as a sphere of formation of new entrepreneurial opportunities based on the effective use of local natural, cultural and economic resources. The content of the concept of «entrepreneurial potential of green tourism» is clarified, under which it is proposed to understand the set of capabilities of business entities to create, develop and diversify a tourist product based on the resources of rural areas. It is determined that the implementation of such potential depends not only on the availability of a resource base, but also on entrepreneurial initiative, the ability to innovate, cooperation, the use of digital technologies and the adaptation of the tourist offer to modern consumer needs. It is substantiated that its entrepreneurial value lies in the possibility of transforming local resources into a competitive tourism product that ensures the creation of added value for individual business entities and rural areas in general.

A conceptual approach to the implementation of the entrepreneurial potential of green tourism is proposed, which involves a combination of entrepreneurial initiative, the use of resource advantages of the territory, infrastructure development, marketing promotion and partnership between business, community and local authorities. The main directions of implementing this potential are determined through the creation of a comprehensive tourism product, diversification of agricultural enterprises, use of local products, development of agrotourism and the formation of new employment opportunities for the population. It is proven that the development of green tourism can be considered as a tool for capitalizing the resources of rural areas, as it ensures the transformation of their natural, cultural and production features into economic assets.

Keywords: green tourism, entrepreneurial potential, rural areas, diversification of activities, tourist product, local resources, added value.

Стаття надійшла до редакції / Received 01.07.2026
Прийнята до друку / Accepted 02.08.2026
Опубліковано / Published 27.08.2026



This is an Open Access article distributed under the terms of the [Creative Commons CC-BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

© СТАДНИК Валентина, ГРИЗОВСЬКА Лілія

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

В умовах структурної трансформації економіки, посилення конкуренції та необхідності забезпечення сталого розвитку сільських територій особливого значення набуває пошук нових напрямів підприємницької діяльності. Це стосується і сфери туристичної індустрії, яка дедалі активніше інтегрує нові види підприємницької діяльності, поєднуючи туристичні послуги з виробництвом локальної продукції, фермерством, гастрономією, ремеслами та іншими видами економічної активності.

Однією із сучасних тенденцій розвитку туристичного ринку є зростання попиту на внутрішній туризм та розширення спектра локальних туристичних продуктів. Це стимулює пошук нових моделей підприємницької діяльності, що базуються на використанні природного, культурного та виробничого потенціалу окремих територій.

Суттєвий вплив на трансформацію туристичного ринку справили пандемія COVID-19 та повномасштабна війна в Україні, які змінили пріоритети споживачів туристичних послуг і зумовили переорієнтацію значної частини туристичних потоків на внутрішні дестинації. За таких умов зріс попит на індивідуальні та сімейні форми відпочинку, екологічно безпечні туристичні продукти, автентичні культурні й гастрономічні практики, що створило нові можливості для розвитку зеленого туризму. Водночас посилюється інтерес до локальних туристичних продуктів, здатних поєднувати рекреаційні послуги з місцевими традиціями, фермерською продукцією, ремеслами та природною спадщиною. Це відкриває додаткові перспективи для розвитку малого підприємництва та диверсифікації джерел доходів сільського населення.

Великі сільськогосподарські підприємства, спеціалізуючись на виробництві найбільш рентабельних культур, як правило, не зацікавлені у диверсифікації діяльності шляхом розвитку туристичних послуг. Натомість малі фермерські та сімейні господарства, маючи обмежені виробничі ресурси, активніше шукають альтернативні джерела доходів, максимально використовуючи природний, культурний і соціальний потенціал територій. Саме малі фермерські та сімейні господарства мають найбільший потенціал інтеграції у різні напрями зеленої економіки. Одним із таких напрямів є зелений туризм, який поєднує підприємницьку діяльність із раціональним використанням природних ресурсів, збереженням місцевої культурної спадщини та розвитком сільських територій. Для малих сільськогосподарських підприємств зелений туризм виступає не лише напрямом диверсифікації господарської діяльності, а й механізмом мобілізації підприємницького потенціалу сільських територій, забезпечуючи більш ефективне використання місцевих природних, культурних, людських і виробничих ресурсів.

Попри наявність значних можливостей для розвитку зеленого туризму в Україні, його підприємницький потенціал реалізується недостатньо повною мірою. Це зумовлено не лише обмеженістю інфраструктурного забезпечення та доступу до фінансових ресурсів, а й недостатнім рівнем підприємницьких компетентностей, маркетингового забезпечення, здатності до формування конкурентоспроможних туристичних продуктів і налагодження взаємодії між суб'єктами локальної економіки. У зв'язку з цим актуальним є дослідження можливостей реалізації підприємницького потенціалу зеленого туризму як напряму диверсифікації діяльності сільського населення та створення додаткової вартості на основі використання місцевих ресурсів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питання розвитку зеленого туризму перебувають у центрі уваги багатьох вітчизняних і зарубіжних дослідників, що зумовлено його значенням для забезпечення сталого розвитку територій, збереження природної та культурної спадщини, а також створення додаткових можливостей зайнятості сільського населення. У науковій літературі зелений туризм переважно розглядається як форма туристичної діяльності, що базується на використанні природних ресурсів сільської місцевості, орієнтується на екологічну відповідальність та сприяє соціально-економічному розвитку територій [1; 2; 3; 4].

Зарубіжні дослідники розглядають сільський туризм як багатофункціональну діяльність, що виходить за межі традиційного надання рекреаційних послуг і пов'язується з використанням локальних ресурсів для формування нових економічних можливостей. В. Lane зазначає, що специфіка сільського туризму визначається не лише місцем його здійснення, а й унікальним поєднанням природних ландшафтів, культурної спадщини та способу життя місцевих громад, які можуть бути трансформовані у туристичний продукт [5]. Дослідження В. Lane та В. Bramwell акцентують увагу на ролі сільського туризму у диверсифікації економіки сільських територій, водночас наголошуючи на необхідності розвитку підприємницьких компетентностей,

маркетингових підходів та ефективної організації туристичної діяльності [6]. У працях R. Butler та C. Hall сільський туризм розглядається як складова ширшої системи розвитку територій, де туристична діяльність взаємодіє з місцевим виробництвом, культурою та соціальним середовищем [7].

Дослідження розвитку сільського зеленого туризму в Україні акцентують увагу на його багатофункціональному характері, оскільки він поєднує рекреаційну діяльність, підтримку місцевого господарювання, збереження традицій та активізацію підприємницьких ініціатив. Зокрема, О. Лукомська визначає сільський зелений туризм як один із напрямів диверсифікації агробізнесу, що дає змогу малим сільськогосподарським підприємствам та особистим господарствам використовувати додаткові можливості отримання доходів на основі наявних ресурсів [8]. Такі ж рекомендації бачимо і в роботах інших вітчизняних науковців (наприклад, [1; 9; 10]).

Значна частина досліджень присвячена впливу зеленого туризму на розвиток сільських територій. У цьому контексті підкреслюється його роль у створенні робочих місць, підтримці локального виробництва, збереженні культурної самобутності та формуванні позитивного іміджу територій [11]. Водночас сучасні підходи дедалі більше зміщують акцент від розгляду зеленого туризму лише як рекреаційної діяльності до його сприйняття як сфери підприємницької активності, у якій локальні ресурси можуть бути трансформовані у конкурентоспроможний туристичний продукт [10; 12].

Окремий напрям досліджень становить підприємництво у сфері сільського туризму. Науковці зазначають, що саме підприємницька ініціатива місцевих жителів є визначальним чинником перетворення природних, культурних і господарських ресурсів території на економічну цінність. Підприємці у сфері сільського туризму виступають не лише виробниками туристичних послуг, а й інтеграторами локальних ресурсів, формуючи комплексні туристичні пропозиції, що включають проживання, харчування, ознайомлення з традиціями, фермерською продукцією, ремеслами та іншими елементами автентичного досвіду [13-15].

Разом із тим аналіз наукових праць свідчить, що питання підприємницького потенціалу зеленого туризму як здатності суб'єктів господарювання створювати та розвивати нові бізнес-можливості на основі локальних ресурсів залишаються недостатньо дослідженими. Переважно увага приділяється окремим аспектам функціонування зеленого туризму – його організаційним засадам, ресурсному забезпеченню, соціальним ефектам або проблемам розвитку. Водночас потребує подальшого обґрунтування підхід, за якого зелений туризм розглядається як сфера реалізації підприємницьких можливостей, що забезпечують диверсифікацію діяльності сільського населення та сприяють розвитку сільських територій.

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ СТАТТЯ

Попри зростання наукового інтересу до розвитку зеленого туризму, доволі широке коло питань, пов'язаних з його розглядом як сфери формування та реалізації підприємницького потенціалу залишається певною мірою фрагментованим. Тобто, існує сформований науковий доробок щодо зеленого туризму, сталого розвитку територій, диверсифікації в зелену економіку, туристичне підприємництво. Однак у роботах увага переважно акцентується на екологічних, соціокультурних та рекреаційних аспектах зеленого туризму, тоді як його можливості щодо підприємницької трансформації локальних природних, культурних і господарських ресурсів у комплексний туристичний продукт, що створює додану вартість та забезпечує диверсифікацію економічної діяльності на сільських територіях, потребують подальшого теоретичного обґрунтування.

Зокрема, потребує подальшого осмислення інтегрований підхід до розгляду зеленого туризму як сфери реалізації підприємницьких можливостей на екологічно привабливих територіях. З огляду на те, що зазвичай такі території знаходяться в сільській місцевості з низькою підприємницькою активністю (а значить – низькими можливостями наповнення місцевих бюджетів, кошти яких необхідні для інфраструктурного і соціального розвитку), це зумовлює доцільність дослідження підприємницького потенціалу зеленого туризму саме в контексті цілей сталого розвитку сільських територій.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ ДОСЛІДЖЕННЯ

Мета статті – обґрунтувати підприємницький потенціал зеленого туризму як напряму диверсифікації діяльності суб'єктів господарювання на сільських територіях, розкрити можливості його реалізації через формування конкурентоспроможних туристичних продуктів на основі використання локальних природних, культурних та господарських ресурсів і окреслити потенційні результати такої реалізації для суб'єктів підприємницької ініціативи та розвитку сільських територій.

ВИКЛАД ОСНОВНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ

За зростання невизначеності економічного середовища, високих безпекових ризиків, порушення логістичних зв'язків та обмеженості інвестиційних ресурсів особливої актуальності набуває пошук нових моделей ведення бізнесу, здатних забезпечити його стійкість і конкурентоспроможність. Одним із найбільш ефективних напрямів підвищення економічної стійкості суб'єктів господарювання є диверсифікація діяльності, яка дає змогу зменшити залежність від окремих видів виробництва, сформувати додаткові джерела

доходів і повніше використовувати наявний ресурсний потенціал. Для сільських територій України одним із таких напрямів є розвиток зеленого туризму, який поєднує підприємницьку діяльність із використанням природних, культурних та виробничих особливостей місцевості.

Розвиток зеленого туризму доцільно розглядати не лише як процес створення нового туристичного продукту, а як форму взаємодії кількох груп зацікавлених сторін, інтереси яких мають бути узгоджені. До таких сторін належать, насамперед, туристи, суб'єкти господарювання та територіальні громади. Турист прагне отримати якісний, безпечний і змістовний відпочинок, що відповідає його сучасним потребам та очікуванням; підприємець зацікавлений у створенні конкурентоспроможного туристичного продукту та отриманні прибутку; територіальна громада – у розвитку місцевої економіки, зростанні зайнятості населення, збереженні природної й культурної спадщини та підвищенні інвестиційної привабливості території. Саме тому розвиток зеленого туризму слід оцінювати не лише за кількістю туристів чи обсягами наданих послуг, а й за його здатністю забезпечувати збалансоване задоволення інтересів усіх ключових стейкхолдерів.

Такий підхід повністю відповідає сучасній концепції управління розвитком територій, відповідно до якої економічні процеси мають створювати цінність одночасно для бізнесу, суспільства і довкілля [15]. У цьому контексті зелений туризм набуває значно ширшого змісту, ніж окремих вид рекреаційної діяльності. Він виступає інструментом соціально-економічного розвитку сільських територій, який поєднує підприємницьку активність із раціональним використанням місцевих ресурсів, сприяє збереженню природного середовища, підтримує традиційні види господарювання та створює нові можливості для місцевого населення.

Особливістю зеленого туризму є його комплексний характер. На відміну від багатьох інших видів туристичної діяльності, він не обмежується організацією відпочинку у природному середовищі, а інтегрує різноманітні локальні ресурси території – природні, історико-культурні, етнографічні, гастрономічні, виробничі та соціальні – у єдиний туристичний продукт. Саме така інтеграція забезпечує унікальність туристичних пропозицій, формує конкурентні переваги окремих територій і створює передумови для розвитку малого підприємництва.

З огляду на це поняття «зелений туризм» доцільно розглядати як інтеграційну модель, що може поєднувати елементи різних видів туристично-рекреаційної діяльності. Насамперед він має багато спільного з екологічним туризмом, оскільки ґрунтується на принципах дбайливого ставлення до довкілля, раціонального використання природних ресурсів, збереження біорозмаїття та екологічної просвіти населення. Водночас важливою складовою зеленого туризму є популяризація місцевих традицій, народних ремесел, гастрономічної культури та історико-культурної спадщини, що сприяє формуванню автентичного туристичного досвіду та підвищує привабливість сільських територій.

У практиці організації зеленого туризму значне місце займають різноманітні форми активного дозвілля: велосипедні та кінні маршрути, піші екологічні стежки, спостереження за природою, участь у традиційних сільських святах, майстер-класах народних майстрів, дегустаціях локальної продукції, збиранні ягід, грибів чи лікарських рослин. Усі ці елементи не лише урізноманітнюють туристичний продукт, а й стимулюють розвиток суміжних видів економічної діяльності, збільшуючи можливості для підприємницької самореалізації місцевих жителів.

Разом із тим найбільш виражений підприємницький характер серед складових зеленого туризму має агротуризм. Його специфіка полягає у поєднанні рекреаційних послуг із ознайомленням туристів із процесами сільськогосподарського виробництва, особливостями ведення фермерського господарства, традиційними технологіями вирощування сільськогосподарських культур, догляду за тваринами, виробництва харчових продуктів тощо [1; 9; 10]. Таким чином, сільськогосподарське підприємство або фермерське господарство перестає бути виключно виробником аграрної продукції, а перетворюється на багатофункціональний суб'єкт господарювання, який поєднує виробничу, сервісну, освітню та культурно-просвітницьку діяльність.

Саме ця особливість, на наш погляд, визначає головну конкурентну перевагу зеленого туризму як напряму підприємництва. Його економічна цінність полягає не стільки у наданні окремих туристичних послуг, скільки у здатності інтегрувати різноманітні локальні ресурси та види господарської діяльності у комплексний туристичний продукт, що створює додану вартість як для суб'єкта господарювання, так і для територіальної громади. Відтак *підприємницький потенціал зеленого туризму* визначається не лише ресурсною забезпеченістю території, а насамперед здатністю підприємця виявити, поєднати й комерціалізувати її природні, культурні та господарські переваги відповідно до сучасних потреб туристичного ринку. Це особливо властиво самозайнятим особам, які найбільше проявляють підприємницьке лідерство [15].

У контексті цього дослідження підприємницький потенціал зеленого туризму розглядається як сукупність можливостей суб'єктів господарювання щодо створення, розвитку та урізноманітнення туристичного продукту на основі локальних природних, культурних і господарських ресурсів. Його реалізація залежить не лише від наявності таких ресурсів, а й від підприємницької ініціативи і лідерства, здатності до інновацій, кооперації та адаптації туристичного продукту до змін ринкового попиту [16]. Тобто, підприємницький потенціал зеленого туризму полягає не у створенні нових ресурсів, а у здатності підприємця

надати існуючим локальним ресурсам нової економічної цінності шляхом їх інтеграції у конкурентоспроможний туристичний продукт.

Реалізація підприємницького потенціалу зеленого туризму є складним багатокомпонентним процесом, у якому поєднуються природно-ресурсні, економічні, соціальні та організаційні чинники. Його концептуальну модель наведено на рис. 1. На відміну від традиційного підходу, за якого розвиток зеленого туризму розглядається переважно як розширення спектра туристичних послуг, запропонована модель акцентує увагу на підприємницькій природі цього виду діяльності та його здатності створювати нові економічні можливості для суб'єктів господарювання і територіальних громад.

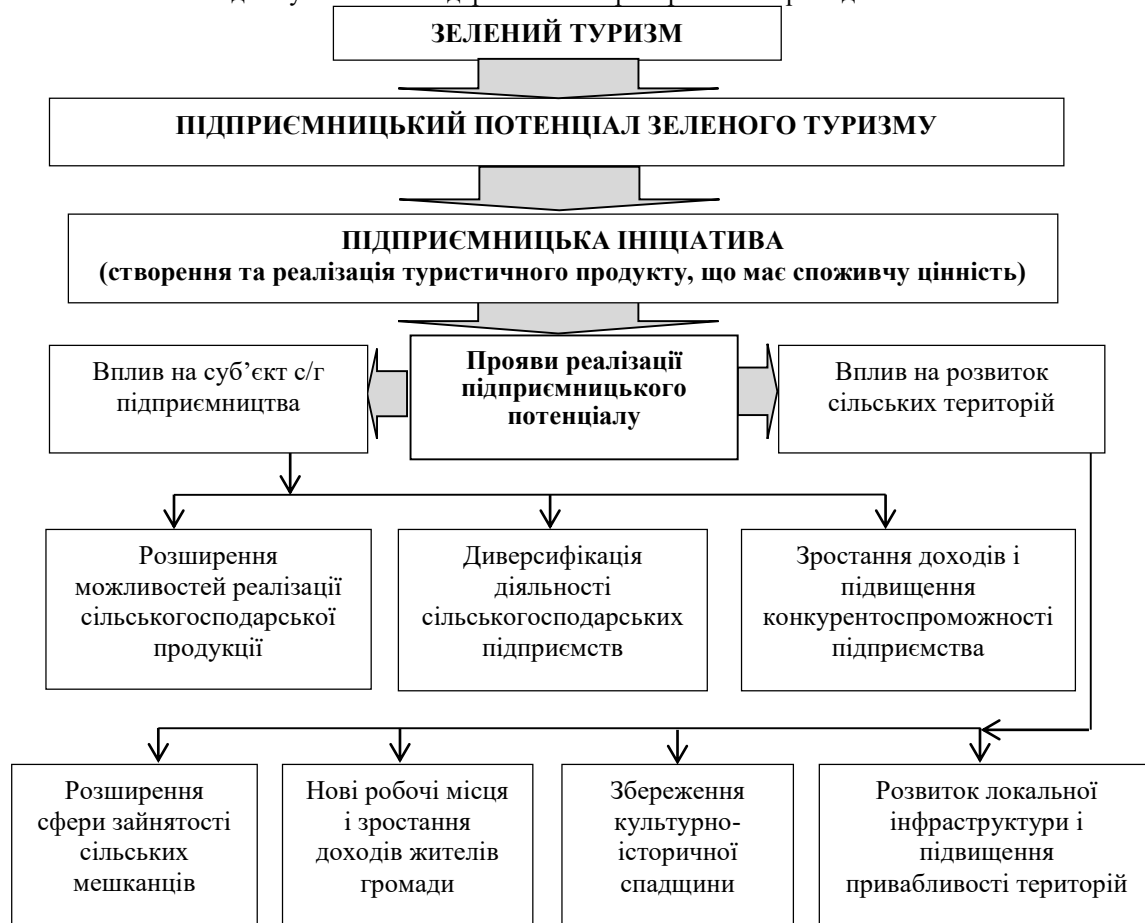


Рис.1. Модель формування та реалізації підприємницького потенціалу зеленого туризму*

*авторська розробка

Вихідною передумовою реалізації підприємницького потенціалу є наявність локальних природних, культурних, історичних і виробничих ресурсів, які самі по собі ще не формують економічної цінності. Вони набувають її лише внаслідок підприємницького переосмислення, коли природні, культурні та господарські особливості території інтегруються у туристичний продукт, за який споживач готовий платити. Саме підприємницька ініціатива забезпечує трансформацію ресурсного потенціалу території у реальні економічні результати, поєднуючи різноманітні місцеві ресурси у комплексну пропозицію, здатну задовольнити сучасні потреби туристів.

Таким чином, підприємницький потенціал зеленого туризму проявляється не стільки у наявності природних чи господарських ресурсів, скільки у здатності суб'єктів господарювання інтегрувати їх у новий туристичний продукт, що поєднує рекреаційні, культурні, гастрономічні, освітні та виробничі компоненти. Саме така інтеграція забезпечує формування доданої вартості, яка виникає завдяки новому функціональному використанню вже існуючих ресурсів без необхідності їх суттєвого кількісного нарощування.

Результатом реалізації підприємницького потенціалу є одночасне досягнення економічних і соціальних ефектів. Для суб'єктів господарювання це проявляється у диверсифікації діяльності, розширенні можливостей реалізації власної продукції та послуг, формуванні додаткових джерел доходів і підвищенні конкурентоспроможності. Для сільських територій розвиток зеленого туризму сприяє створенню нових робочих місць, зростанню доходів населення, активізації місцевого підприємництва, розвитку інфраструктури, популяризації культурної спадщини та підвищенню туристичної привабливості громади (табл.1).

Таблиця 1

Напрями реалізації підприємницького потенціалу зеленого туризму*

Інструмент	Зміст реалізації	Підприємницький результат (створювана додана вартість)
Створення комплексного туристичного продукту	Поєднання проживання, харчування, дозвілля, екскурсій, ознайомлення з місцевими традиціями	Формування конкурентної туристичної пропозиції та збільшення доходів
Диверсифікація діяльності сільськогосподарського підприємства	Поєднання аграрного виробництва з туристичними послугами, екскурсіями, майстер-класами	Додаткові джерела доходу, зменшення підприємницьких ризиків
Використання локальної продукції	Дегустації, гастрономічні тури, продаж фермерської продукції, продукції ремісництва	Зростання доданої вартості місцевої продукції та розширення каналів її реалізації
Розвиток агротуризму	Ознайомлення туристів із сільськогосподарським виробництвом, участь у сезонних роботах, догляд за тваринами	Урізноманітнення туристичного продукту та підвищення його автентичності
Організація культурно-пізнавальних заходів	Фестивалі, народні свята, ремісничі майстер-класи, етнографічні програми	Підвищення туристичної привабливості території та збереження культурної спадщини
Використання цифрових технологій	Онлайн-бронювання, цифровий маркетинг, просування у соціальних мережах, співпраця з туристичними платформами	Розширення ринку збуту туристичних послуг і підвищення конкурентоспроможності
Кооперація з місцевими виробниками та громадою	Створення локальних туристичних маршрутів, партнерські програми, спільне просування території	Формування комплексного туристичного продукту та мультиплікативний ефект для громади

*авторська розробка

Наведені напрями реалізації підприємницького потенціалу зеленого туризму демонструють, що його економічна сутність полягає не лише у розширенні сфери надання туристичних послуг, а насамперед у здатності перетворювати наявні ресурси сільських територій на джерело створення доданої вартості. Природні ландшафти, культурна спадщина, традиційні форми господарювання, локальна продукція та особливості сільського способу життя набувають нової економічної функції лише у процесі їх підприємницького переосмислення та інтеграції у туристичний продукт, який має споживчу цінність для відвідувача.

Особливістю зеленого туризму є те, що процес створення доданої вартості відбувається переважно не шляхом залучення нових ресурсів, а через більш ефективне використання вже наявного ресурсного потенціалу території. Наприклад, сільськогосподарська продукція може отримати додаткову цінність не лише через її реалізацію як товару, а й через включення до гастрономічних програм, дегустацій чи освітніх туристичних заходів; природні об'єкти можуть стати основою для екологічних маршрутів; традиційні ремесла – елементом культурно-пізнавальних програм. Таким чином, відбувається капіталізація локальних ресурсів, тобто їх перетворення з потенційних переваг території на реальні економічні активи.

Водночас така капіталізація має комплексний характер, оскільки створена додана вартість розподіляється між різними учасниками процесу. Для підприємця вона проявляється у формуванні нових джерел доходів, диверсифікації діяльності та підвищенні стійкості господарювання. Для місцевого населення – у розширенні можливостей зайнятості та розвитку малого підприємництва. Для територіальної громади – у зростанні туристичної привабливості, активізації місцевої економіки та збереженні природної й культурної спадщини. Саме така трансформація локальних ресурсів у економічну цінність визначає роль зеленого туризму не лише як напряму розвитку туристичної діяльності, а і як інструменту диверсифікації сільської економіки та забезпечення сталого розвитку території.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Проведене дослідження дозволило обґрунтувати, що зелений туризм у сучасних умовах доцільно розглядати не лише як окремий напрям туристичної діяльності, а як сферу реалізації підприємницького потенціалу сільських територій. Його особливості полягає у можливості поєднання туристичних послуг із використанням природних, культурних, господарських та соціальних ресурсів території, що створює передумови для формування нових підприємницьких ініціатив і диверсифікації економічної діяльності.

У результаті дослідження уточнено зміст поняття «підприємницький потенціал зеленого туризму», який запропоновано розглядати як сукупність можливостей суб'єктів господарювання щодо створення, розвитку та урізноманітнення туристичного продукту на основі локальних природних, культурних і господарських ресурсів. Його реалізація визначається не лише наявністю ресурсної бази, а й здатністю підприємців до їх творчого переосмислення, інтеграції у туристичний продукт, використання інноваційних підходів, кооперації та адаптації до змін туристичного попиту.

Обґрунтовано, що основою підприємницької цінності зеленого туризму є процес капіталізації ресурсів сільських територій. Природні ландшафти, культурна спадщина, традиційні види господарювання, локальна продукція та особливості сільського способу життя набувають економічного значення тоді, коли трансформуються у комплексний туристичний продукт, здатний задовольнити потреби сучасного споживача.

Таким чином, зелений туризм створює можливості не лише для отримання додаткових доходів, а й для формування нових форм зайнятості, розвитку малого підприємництва та підвищення економічної стійкості сільських територій.

Перспективи подальших досліджень у цьому напрямі пов'язані з поглибленням методичних підходів до оцінювання підприємницького потенціалу зеленого туризму, визначенням критеріїв його реалізації на рівні окремих територіальних громад та розробленням інструментів підтримки суб'єктів господарювання, які здійснюють туристичну діяльність у сільській місцевості. Важливим напрямом подальших наукових пошуків є також дослідження механізмів формування локальних туристичних екосистем, у яких взаємодія підприємців, виробників місцевої продукції, громадських організацій та органів місцевого самоврядування забезпечує найбільш ефективне використання ресурсного потенціалу сільських територій.

Література

1. Аتماзов І., Аتماзова А. Апітуризм – перспективний напрямок розвитку сільського туризму в Україні. Здобутки економіки: перспективи та інновації, 2024. № 11. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14011205>
2. Зінчук Т. О. Усюк Т. В. Зелений туризм в умовах сталого розвитку та викликів світової економічної кризи. Проблеми економіки. 2020. № 3. С. 11-17. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2020_3_3
3. Періг Т. (2025). Зелений туризм на сучасному туристичному ринку: перспективні інноваційні рішення для України. Економіка та суспільство, (76). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-76-110>
4. Тишук В., Льїна О. Сільський зелений туризм в Україні: стан, динаміка, міжнародний досвід. Географічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. Луцьк, 2024. № 3(3). С. 114-123. <https://doi.org/10.32782/geochasvnu.2024.3.12>
5. Lane B. What is Rural Tourism? // Journal of Sustainable Tourism. 1994. Vol. 2, № 1–2. P. 7–22. URL: <https://research-information.bris.ac.uk/en/publications/what-is-rural-tourism-2> (дата звернення 22.07.2026)
6. Lane B., Bramwell B. Rural Tourism and Sustainable Rural Development. Clevedon: Channel View Publications, 1994. 129 p. URL: <https://research-information.bris.ac.uk/en/publications/rural-tourism-and-sustainable-rural-development>
7. Butler R., Hall C. M. Tourism and Recreation in Rural Areas. Chichester: Wiley, 1998. 261 p. URL: https://openlibrary.org/works/OL18219985W/Tourism_and_recreation_in_rural_areas
8. Лукомська О. Сільський зелений туризм як інноваційний напрям диверсифікації агробізнесу. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». 2016. № 1(29). С. 13–17. <https://ecj.oa.edu.ua/articles/2016/n29/5.pdf>
9. Дудзяк О.А. Порівняльна характеристика розвитку сільського зеленого туризму (агротуризму) в західних регіонах України та прикордонних регіонах Польщі. Ефективна економіка. 2018. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6190>
10. Стадник В.В., Мельничук А.І. Зелений туризм: умови розвитку, партнерські мережі і потенціал диверсифікації сільськогосподарських підприємств. Вісник Одеського національного університету. Економіка, 2017. Том 22, Вип. 10 (63). С.160-165.
11. Md Sharif N., Tuan Lonik K. A. Sustaining the Entrepreneurship in Rural Tourism Development. International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding. 2017. Vol. 4, No. 6. P. 31–42 <http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v4i6.122>
12. Калачевська Л. І. Зелений туризм як напрям інноваційного розвитку сільських територій. Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. 2018. № 6. С. 25-31. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2018_6_6
13. Martynova N., Iaromenko S. Youth Entrepreneurial Activity in the Development of Rural Green Tourism: the Case of Ukraine. Regional Formation and Development Studies. 2020. Vol. 31, No. 2. P. 168–182. <https://doi.org/10.15181/rfds.v31i2.2108>.
14. Petrenko N., Kozhukhivska R., Nepochatenko V., Polishchuk O., Sychoy O. Rural green tourism in Ukraine: Organization and development issues. E3S Web of Conferences. 2024. Vol. 558. Article 01011. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202455801011>
15. Стадник В. Любка В. Типологія лідерських моделей серед самозайнятих: зв'язок з ефективністю бізнес-процесів та сталим розвитком регіонів. Modeling the development of the economic systems. 2025. № 3. С. 363–371. <https://doi.org/10.31891/mdes/2025-17-49>
16. Krasovska G., Stadnyk V., Khomych L. Motivation models of leadership in managing of organizational development. Modeling the development of the economic systems. 2022. № 3. P. 72-78. <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-5-10>

References

1. Atmazhov, I., & Atmazhova, A. (2024). Apituryzm – perspektyvnyi napriamok rozvytku silskoho turyzmu v Ukraini. Zdobutky ekonomiky: perspektyvy ta innovatsii, (11). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14011205>
2. Zinchuk, T. O., & Usiuk, T. V. (2020). Zelenyi turizm v umovakh staloho rozvytku ta vyklykiv svitovoi ekonomichnoi kryzy. Problemy ekonomiky, (3), 11–17. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2020_3_3

3. Perih, T. (2025). Zelenyi turizm na suchasnomu turystychnomu rynku: perspektyvni innovatsiini rishennia dlia Ukrainy. *Ekonomika ta suspilstvo*, (76). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-76-110>
4. Tyshchuk, V., & Ilina, O. (2024). Silskyi zelenyi turizm v Ukraini: stan, dynamika, mizhnarodnyi dosvid. *Heohrafichnyi chasopys Volynskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky*, 3(3), 114–123. <https://doi.org/10.32782/geochasvnu.2024.3.12>
5. Lane B. What is Rural Tourism? // *Journal of Sustainable Tourism*. 1994. Vol. 2, № 1–2. P. 7–21. URL: <https://research-information.bris.ac.uk/en/publications/what-is-rural-tourism-2>
6. Lane B., Bramwell B. *Rural Tourism and Sustainable Rural Development*. Clevedon: Channel View Publications, 1994. 129 p. URL: <https://research-information.bris.ac.uk/en/publications/rural-tourism-and-sustainable-rural-development>
7. Butler R., Hall C. M. *Tourism and Recreation in Rural Areas*. Chichester: Wiley, 1998. 261 p. URL: https://openlibrary.org/works/OL18219985W/Tourism_and_recreation_in_rural_areas
8. Lukomska, O. (2016). Silskyi zelenyi turizm yak innovatsiyni napriam dyversyfikatsii ahrobiznesu. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademii»*. Seriya «Ekonomika», 1(29), 13–17. URL: <https://ecj.oa.edu.ua/articles/2016/n29/5.pdf>
9. Dudziak, O. A. (2018). Porivnialna kharakterystyka rozvytku silskoho zelenoho turyzmu (ahroturystyky) v zakhidnykh rehionakh Ukrainy ta prykordonnykh rehionakh Polshchi. *Efektivna ekonomika*, (3). URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6190>
10. Stadnyk, V. V., & Melnychuk, A. I. (2017). Zelenyi turizm: umovy rozvytku, partnerski merezhi i potentsial dyversyfikatsii silskohospodarskykh pidpriemstv. *Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomika*, 22(10(63)), 160–165.
11. Md Sharif, N., & Tuan Lonik, K. A. (2017). Sustaining the Entrepreneurship in Rural Tourism Development. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 4(6), 31–42 <http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v4i6.122>.
12. Kalachevska, L. I. (2018). Zelenyi turizm yak napriam innovatsiinoho rozvytku silskykh terytorii. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Ekonomika ta pidpriemnytstvo*, (6), 25–31. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2018_6_6
13. Martynova, N., & Iaromenko, S. (2020). Youth Entrepreneurial Activity in the Development of Rural Green Tourism: the Case of Ukraine. *Regional Formation and Development Studies*, 31(2), 168–182. <https://doi.org/10.15181/rfds.v31i2.2108>
14. Petrenko, N., Kozhukhivska, R., Nepochatenko, V., Polishchuk, O., & Sychoy, O. (2024). Rural green tourism in Ukraine: Organization and development issues. *E3S Web of Conferences*, 558, 01011. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202455801011>
15. Stadnyk, V., & Liubka, V. (2026). Typolohiia liderskykh modelei sered samozainiatykh: zviazok z efektyvnistiu biznes-protsesiv ta stalym rozvytkom rehioniv. *Modeling the development of the economic systems*. 2025. № 3. C. 363–371. <https://doi.org/10.31891/mdes/2025-17-49>
16. Krasovska, G., Stadnyk, V., & Khomych, L. (2022). Motivation models of leadership in managing of organizational development. *Modeling the Development of the Economic Systems*, (3), 72–78. <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-5-10>