

**Устик Т. В.**  
доктор економічних наук, професор  
професор кафедри маркетингу та логістики,  
Сумський національний аграрний університет,  
вул. Герасима Кондратьєва, 160, м. Суми, 40021, Україна;  
E-mail: tanya\_ustik@ukr.net;  
ORCID ID: 0000-0001-9967-0669

## ОСОБЛИВОСТІ ТА ЗАКОНОМІРНОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРООСЕЛЬ У СФЕРІ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

**Ustik Tetiana**  
Doctor of Economic Sciences. Professor,  
Professor department of marketing and logistics  
Sumy National Agrarian University,  
St. Gerasima Kondratyeva, 160, Sumy, 40021, Ukraine  
e-mail: tanya\_ustik@ukr.net;  
ORCID ID: 0000-0001-9967-0669

## FEATURES AND REGULARITIES OF THE DEVELOPMENT OF AGROSEL'S BUSINESS ACTIVITIES IN THE SPHERE OF GREEN TOURISM

**Анотація.** У сучасному світі туризм — це багатогранне явище, тісно пов'язане з економікою, історією, географією, архітектурою, медициною, культурою, спортом та іншими науками. Однак жодна з них не може повністю і вичерпно схарактеризувати його як об'єкт власних досліджень і жоден з існуючих соціально-економічних інститутів не в змозі самостійно розв'язати комплекс його проблем. Існує багато поглядів на туризм як на галузь господарства, так і на міжгалузевий комплекс або ринок, де туристичне підприємство з продукції різних галузей формує туристичний продукт. Зелений туризм здійснює позитивний вплив на відродження, збереження і розвиток місцевих народних звичаїв, промислів, пам'яток історико-культурної спадщини, а також розширює канали реалізації продукції підсобного господарства селянина. Велика культурно-етнографічна спадщина лише підсилює привабливість зеленого туризму, тісно поєднавши економічний потенціал з унікальною природою та культурою. У статті досліджено економічну сутність зеленого туризму як виду підприємницької діяльності на основі узагальнення положень теорій підприємництва, інституціоналізму і теорії економічної організації; виявлено особливості і закономірності розвитку підприємницької діяльності агроосель у системі зеленого туризму; проведено оцінку стану розвитку туристичної галузі України. Виділено найперспективніші напрями у роботі над сферою зеленого туризму, а саме: стан розвитку зеленого туризму на території країни; класифікацію видів даного туризму; чіткого визначення переліку послуг, що надаються господарями садиб; нові можливості та перспективи розвитку.

**Ключові слова:** зелений туризм, сільський туризм, агрооселя, підприємницька діяльність, прибуток, розвиток, бізнес, туристична діяльність, маркетинг, менеджмент.

**Abstract.** In the modern world, tourism is a multifaceted phenomenon closely related to economy, history, geography, architecture, medicine, culture, sports and other sciences. However, none of them can fully and comprehensively characterize it as an object of their own research, and none of the existing socio-economic institutes is able to independently solve the complex of its problems.

There are many views on tourism, both as a branch of the economy, and as an inter-industry complex or market, where a tourism enterprise forms a tourism product from the products of various industries.

Green tourism has a positive impact on the revival, preservation and development of local folk customs, crafts, monuments of historical and cultural heritage, and also expands the sales channels for the products of the peasant's subsidiary economy. The great cultural and ethnographic heritage only strengthens the attractiveness of green tourism, closely combining economic potential with unique nature and culture.

The article examines the economic essence of green tourism as a type of business activity based on the generalization of the provisions of the theories of entrepreneurship, institutionalism and the theory of economic organization; the peculiarities and regularities of the development of entrepreneurial activities of agro-villages in the system of green tourism were revealed; an assessment of the state of development of the tourism industry of Ukraine was carried out.

The most promising directions in the work on the field of green tourism are highlighted, namely: the state of development of green tourism in the country; classification of types of this tourism; a clear definition of the list of services provided by the owners of estates; new opportunities and prospects for development.

**Key words:** green tourism, rural tourism, agro-village, entrepreneurial activity, profit, development, business, tourist activity, marketing, management.

JEL codes: M1, M2, Q50, Z3, Z330

**Постановка проблеми.** Науковим базисом стратегічного розвитку України в доступній для огляду перспективі слугує концепція розвитку туристичної діяльності як комплексної діяльності, заснованої на використанні ініціативи, економічної самостійності та інноваційних можливостей бізнес-суб'єктів національного ринку та їх інноваційно-стратегічного потенціалу, що може створити умови необхідні для досягнення виробничо-економічної стабільності, активізації інвестиційних потоків, підвищення ефективності використання інвестицій і формування реальних передумов для поступального зростання та якісного вдосконалення найважливіших соціально-економічних процесів.

Тенденцією розвитку зеленого туризму є процес глобалізації в даній сфері, що передбачає зникнення будь-яких бар'єрів у міжнародних туристичних обмінах, здешевлення транспортних послуг і створення однорідної за рівнем сервісу туристичної інфраструктури в різних країнах світу. Характерною рисою процесу глобалізації в сфері зеленого туризму є створення глобальних банків даних пропозицій країн світу, налагоджуються механізми глобальної торгівлі цими послугами з використанням електронної мережі Інтернет, що має стати визначальним у системі пропозиції та збуту на світовому ринку послуг зеленого туризму.

На сьогодні у світі індустрія зеленого туризму — це найбільш динамічний сектор світового туристичного господарства. Європейський Союз вбачає в розвитку сільського туризму основний важіль економічного підйому сільських територій.

В умовах удосконалення ринкових відносин в Україні одним із актуальних напрямів розвитку сільського господарства може стати зелений туризм, який є однією із форм самозайнятості та вирішення проблеми безробіття на селі.

Для українського села це ще один спосіб залучення надлишкової робочої сили, яка вивільнилася з сільськогосподарського виробництва. Оскільки відомо, що малі підприємницькі структури в аграрному секторі економіки України

функціонують на принципах самоокупності, самозабезпечення, самостійності у виборі напрямів діяльності і повної відповідальності за результати діяльності. Зелений туризм можна вважати одним із перспективних напрямів розвитку підприємництва у сільській місцевості.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Дослідженням проблем розвитку зеленого туризму та функціонування особистого сільського господарства займалися І. Гальцова, І. Філіпенко, В. Биркович, М. Долішній, М. Рутинський, Л. Забуранна, Т. Ткаченко, Л. Шульгіна, Г. Михайліченко, Ю. Зінько, С. Кравцов, Ю. Грицьку-Андрієш, М. Костриця, Т. Осадча, О. Дудзяк, А. Кулік, Х. Рихлицька, В. Липчук, Г. Черевко, Н. Липчук, Г. Шимечко та багато інших. Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є узагальнення і розвиток теоретико-методичних положень та розробка практичних рекомендацій щодо прискорення розвитку підприємництва у сфері зеленого туризму.

**Методика дослідження.** У процесі дослідження використано методи логічного, порівняльного, системного, структурного аналізу, що дозволило виділити ключові тенденції розвитку підприємницької діяльності агроосель у сфері зеленого туризму.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Вивченню як світового, так і вітчизняного досвіду розвитку туристичної сфери в сільській місцевості, маркетингу та менеджменту туристичної діяльності, присвятили увагу багато відомих вітчизняних і зарубіжних авторів, але залишаються не вивченими теоретичні засади управління маркетинговою діяльністю з урахуванням складності, мінливості і динамічності сучасного ринкового середовища, що не дозволяє, спираючись на них, запропонувати ефективні практичні інструменти підвищення управління маркетингом в підприємницькій діяльності агроосель у сфері туристичного бізнесу. Через відсутність подібних інструментів, неналежну увагу до моніторингу факторів маркетингового середовища, до потреб споживачів та їх відносин з іншими суб'єктами ринку гальмується розвиток такої важливої сфери економіки, як туризм, що, своєю чергою, істотно впливає на розвиток всієї економічної системи України.

**Метою дослідження** є структуризація процесу управління маркетинговою діяльністю агроосель у сфері зеленого туризму, як суб'єктів господарювання та специфічну логічно послідовну алгоритмічну систему; проаналізувати концептуальні положення щодо методологічних принципів управління розвитком підприємницької діяльності агроосель у сфері туристичного бізнесу.

**Виклад основного матеріалу.** Особливості та закономірності розвитку підприємств туристичного бізнесу України значною мірою визначаються географічним положенням нашої країни. Розташування у центрі Європи, сусідство з європейськими державами сприяють активному реформуванню економіки. Однак Україна помітно відстає від прогресивних перетворень, які відбуваються у сусідніх країнах. Водночас зрозумілою стає життєва необхідність прискорення структурних зрушень для зміцнення позиції нашої держави у світовій економіці. Значну роль у цьому процесі відіграє туристична галузь, стратегію розвитку якої необхідно формувати з урахуванням впливу наддержавних чинників.

На вітчизняному ринку туристичних послуг спостерігається зростання попиту на туристичний продукт, пожвавлення конкуренції між його виробниками та продавцями, застосування новітніх технологій провадження бізнесу. Застосування

маркетингу в туризмі має низький рівень. Як зазначалося в попередньому викладі, більшість вітчизняних суб'єктів, які господарюють на ринку туристичних послуг, у маркетинговій діяльності ще не досягли помітних успіхів. Зокрема, здійснений у цьому напрямі аналіз показав, що така ситуація зумовлена низкою причин, серед яких збільшення обсягів неконтрольованих підприємством операційних витрат, передусім на оплату комунальних послуг, страхування, інших витрат, пов'язаних зі змінами в законодавстві держави; зменшення кількості туристів, обслуговуваних одним підприємством. Не менш вагомою причиною низької ефективності діяльності досліджуваних суб'єктів підприємництва, є недостатнє застосування у практичній діяльності суб'єктів господарської діяльності комплексного підходу.

Діяльність у галузі зеленого туризму базується на Законах України «Про туризм», «Про особисте селянське господарство», Указі Президента України «Про основні засади розвитку соціальної сфери села» (№ 1356 від 20.12.2000), Державній програмі розвитку туризму на 2002-2010 роки (Постанова Кабінету міністрів України від 29.04.2002 № 583), Указі Президента України «Про основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року» (від 10.08.1999 № 973/99), проекті Закону України «Про сільський зелений туризм», інших законодавчих актах України, які встановлюють засади раціонального використання туристичних ресурсів сільських територій і регулюють відносини, пов'язані з організацією і здійсненням сільського туризму на території України.

Метою є створення правових і соціально-економічних умов для функціонування і подальшого розвитку в Україні сільського туризму — відпочинку туристів у сільській місцевості, пов'язаного з їх перебуванням у будинку сільського господаря й використанням ресурсів місцевості [11, с. 149-150].

В Україні на державному рівні не створено умов сприятливих для розвитку в'їзного туризму у вітчизняному туристичному бізнесі. Така політика держави у галузі туризму призвела до того, що пріоритетним видом діяльності на ринку туристичних послуг України є обслуговування внутрішніх і виїзних туристів, тоді як сфера в'їзного туризму ще не стала зовсім комерційно привабливим видом туристичної діяльності в Україні.

Протягом перших років незалежності Української держави ринок туристичних послуг характеризувався не лише низьким рівнем конкуренції, особливо з боку зарубіжних суб'єктів підприємництва, а й недостатньою вибагливістю вітчизняних споживачів-туристів.

В Україні ініціатором поширення ідей розвитку зеленого туризму є Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. За її ініціативою створені й функціонують осередки сільського туризму у більшості областей України. Спілкою у співпраці з науковцями і державними органами управління розроблено проект концепції та розпочато роботу над Програмою розвитку сільського туризму в Україні.

На розвиток підприємницької діяльності агроосель у сфері туризму України негативно позначилися такі фактори, як тривала ізоляція країни від зовнішнього світу, багатолітнє панування командно-адміністративної системи господарювання та ідейно-комуністичне виховання декількох поколінь українців за умов планово-розподільчої системи, для якої були характерними авторитарний стиль управління та відсутність ринкової культури.

Зелений туризм як вид підприємницької діяльності має особливе значення для розвитку аграрної економіки держави. Він сприяє прискореному розвитку сільських територій, зростанню рівня добробуту сільського населення, диверсифікує сільськогосподарське виробництво та забезпечує вирішення низки інших завдань. Особливого значення розвиток підприємництва у сфері зеленого туризму набуває в умовах економічної кризи, оскільки є одним із напрямів зниження безробіття на селі та джерелом додаткових доходів селян. Україна має достатні передумови і можливості для успішного функціонування та розвитку сільського зеленого туризму (природні і кліматичні умови, культурну та історичну спадщину).

Оскільки зелений туризм є однією з форм туризму, то відповідно виконує ті ж самі функції, наповнюючи їх новим змістом. Беззаперечною є думка про те, що зелений туризм виконує рекреаційну функцію. Вона підтверджується тим, що агрооселі розташовані передусім у місцях з чудовими природними ландшафтами з чистим повітрям, у лісистій місцевості, що в сукупності сприяє оздоровленню туристів [1].

Економічна функція зеленого туризму реалізується в розвитку сільських територій, зниженні рівня безробіття на селі, підвищенні рівня доходу та добробуту сільського населення за рахунок додаткового залучення в економічний оборот сільськогосподарської продукції, яка стала товаром. У процесі функціонування агрооселі використовуються екологічно придатні території (з чистим повітрям, незабрудненими водоймами) на умовах, що забезпечують одночасне збереження екологічного стану. Тут інтереси власників агроосель та відпочивальників збігаються.

Виховна, культурна та соціальна функції зеленого туризму є спорідненими і, на наш погляд, забезпечують однакові цілі та шляхи їхнього досягнення, наповнюючись змістом залежно від культурного, освітньо-кваліфікаційного, а також ментального рівня розвитку суспільства. Важко виокремити вплив виховної чи культурної функції, тому пропонуємо об'єднати їх в єдину та узагальнити із соціальною функцією [2].

Зелений туризм передбачає не лише отримання місця ночівлі в агрооселі, а за потреби й транспортне, медичне та розважальне обслуговування. Це і забезпечує реалізацію соціальної функції і є важливою змістовною компонентою в процесі його розвитку. Зелений туризм містить і комунікативно-інформаційний аспект, сприяючи розширенню кола спілкування, формуванню та розвитку соціально-культурних зв'язків, обміну досвідом, відродженню промислів і традицій українського народу, формуванню бережливого ставлення до використання природно- рекреаційних ресурсів тощо [3].

Хоча зелений туризм зумовлює розвиток інфраструктури сільських територій, їх благоустрій є групи споживачів, які, навпаки, свідомо намагаються уникати цивілізаційних умов, обирають місце відпочинку там, де ще збережено самотність територій і побуту сільського життя.

Отже, можливості для розвитку зеленого туризму є у всіх сільських територіях, а ефективність цього процесу не завжди залежить від розвитку інфраструктури.

Варто окремо вказати на інноваційну складову багатофункціональності зеленого туризму, яка полягає в постійному використанні власниками агроосель специфічних підходів до управління власним бізнесом та наданні послуг відпочивальникам з урахуванням сучасних вимог і стану розвитку економіки.

Основна відмінність зеленого туризму від звичайного полягає в тому, що туристичні послуги надають особи, які мають інший фах (сільськогосподарські робітники, працівники сфери освіти) та надають ці послуги в сільській місцевості [4].

Зелений туризм переважно відпочинковий і пізнавальний, його складовою є агрооселя. Агрооселя — це житлове приміщення, що розташоване в сільській місцевості, містить не більше п'яти кімнат (залежно від категорії житла), пристосованих для проживання туристів, і належить на правах приватної власності господарю, який займається сільськогосподарською діяльністю або зайнятий у сфері обслуговування чи соціальній сфері села [5].

Кожна агрооселя прагне мати власну «родзинку» у всьому — в оформленні сільського двору, інтер'єрі житла, оригінальності харчування, виборі додаткових послуг та їх атракційності, чого складно досягти без підприємливого підходу і креативності мислення.

Основна послуга зеленого туризму — це не просто надання туристам тимчасового проживання, а формування комплексного обслуговування відпочивальників — проживання, харчування та дозвілля.

Центральною фігурою в організації відпочинку виступає сільська родина, яка проживає в селі, здійснює основну діяльність, пов'язану з веденням особистого селянського господарства, та побічну — з використанням майна цього господарства для надання відповідних послуг у сфері зеленого туризму. Члени сільських родин, готуючись до прийому гостей, поповнюють свої знання з ведення домашнього господарства, санітарії, кулінарії тощо[6].

Це означає фактично трансформацію сільських жителів у більш кваліфіковану робочу силу і зростання якості людського капіталу села. У сфері зеленого туризму як виду господарської діяльності є ще одна характерна якість, яка зумовлена природою та сутністю послуги.

Туристичні послуги, як і будь-які інші послуги, у значній частині споживчих якостей є нематеріальні, невідчутні, наповнені естетичним сприйняттям навколишнього середовища. Цим вони відрізняються від товарів та інших матеріальних благ.

Діяльність агрооселі як суб'єкта підприємництва в системі зеленого туризму залежить від механізму взаємодії складових туристичного ринку, а також є специфічною, особливою складовою механізму функціонування аграрного сектору економіки загалом.

Агрооселя є водночас суб'єктом підприємницької діяльності у сфері зеленого туризму та власним будинком селянина, який використовується ним для особистого проживання та членів його сім'ї, а також для надання його в користування (ночівлі) туристам в умовах участі у відносинах у сфері зеленого туризму. Специфічною одиницею туристичного продукту у сфері зеленого туризму є послуга агрооселі. Комплекс послуг, що надаються відпочивальникам, складається з послуг проживання, обслуговування, харчування, транспортного та інформаційного забезпечення.

Зелений туризм — дієвий чинник розвитку сільських територій, сприяє диверсифікації сільськогосподарського виробництва і відродженню села. Підприємницька діяльність у сфері зеленого туризму відбувається на ринкових засадах під впливом низки чинників зовнішнього та внутрішнього характеру, а саме: екологічних, соціо-економічних, політичних, психологічних — і сприяє розвитку сільських територій.

**Висновки і перспективи подальших наукових досліджень.** Структуризація процесу управління підприємницькою діяльністю агроосель у сфері туристичного бізнесу, означає її поділ на стадії та етапи з урахуванням їх особливих характеристик. Основними етапами процесу є аналіз ринкових можливостей підприємства, вибір цільових ринків, позиціонування товару на ринку, розробка маркетингової

стратегії підприємства, розробка програм, реалізація маркетингових заходів, контроль маркетингової діяльності. Такий підхід до структуризації є досить гнучким і дає змогу суб'єктам туристичного підприємництва у своїй практичній діяльності цілком самостійно визначати послідовність етапів входження на вітчизняний ринок.

Економічна сутність зеленого туризму як виду підприємницької діяльності дозволяє трактувати його як наукове поняття і дати термінологічне визначення як виду підприємницької діяльності з надання послуг відпочинку у сільській місцевості з використанням приватної власності мешканців села та локальних природно-культурно-історичних ресурсів.

Процес розвитку агроосель як суб'єктів підприємництва у сфері зеленого туризму в Україні має низку особливостей та закономірностей. Встановлено, що він відбувається стихійно та поширюється на сільських територіях України нерівномірно. Агрооселі ефективно функціонують та розвиваються на тих територіях, де є сприятливі природно — кліматичні умови, наявні історико-культурні об'єкти та збережено національні самобутні традиції. Основою формування та розвитку агроосель є процес трансформації особистих селянських господарств в господарські одиниці зеленого туризму.

Загалом політика всебічного й належного розвитку зеленого туризму забезпечить: прискорення темпів реформування економіки України та зміцнення ринкових основ господарювання; збільшення дохідної складової бюджету району; створення робочих місць; залучення довгострокових інвестицій у високотехнологічні об'єкти дозвілля; поглиблення економічних та гуманітарних зв'язків, поліпшення міжнародного іміджу району; збільшення, за сприяння залучених інвестицій, дотацій та інших форм підтримки, обсягів фінансування, призначених для підтримки гуманітарних сфер діяльності; стимулювання попиту на продукцію, яка, зазвичай, не має належної реалізації на національному ринку (сувеніри, продукція майстрів народної творчості тощо); поліпшення економічних результатів фінансування господарського комплексу району; оптимізацію сфери зайнятості; підвищення ефективності діяльності з організації змістовного дозвілля населення, популяризації національної історико-культурної спадщини тощо; збереження та раціональне використання природних рекреаційних ресурсів у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду.

### **Література**

1. Липчук Н. В. Розвиток агротуризму як напрямок диверсифікації особистих селянських господарств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (економіка сільського господарства і АПК)». Львів, 2007. 22 с
2. Ільчук М. М. Інноваційно-інвестиційний розвиток підприємств аграрної сфери Біоресурси і природокористування. 2016. Т. 4. № 1–2. С. 133–143.
3. Ісаєнко В. М. Забезпечення якості продукції та послуг в агротуризмі Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції. 2017. Вип. 19. № 1. С. 247–252.
4. Медлік С. Зелений туризм. URL: <http://uk.wikipedia.org>
5. Шевченко І. В. Маркетинг у сільському зеленому туризмі. URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.1/317.pdf>

6. Петлін І. В. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Західному регіоні України. Вісник Львівського інституту економіки та туризму. 2008. № 3. С. 210–213.
7. Школа І. М., Корольчук О. П. Менеджмент туризму: підручник. Чернівці: Книги-XXI, 2011. 463 с.
8. Федорченко В. К., Пазенок В. С., Кручек О. А., Мальська М. П. та ін. Туризмолוגія: концептуальні засади теорії туризму: монографія. Київ: Академія, 2013. 368 с.
9. Пономарьова М., Євсюков А., Шовкун Л., Золотарьова С., Крамаренко І. (2022). Формування та управління розвитком аграрного виробництва й переробкою сільгосппродукції та цінність харчових технологій. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 4(45). 58–67. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.4.45.2022.3825>
10. Шовкун Л. В. Сутність товарного асортименту та основні принципи його формування. *Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки»*. 2017. № 3. С. 117–127.
11. Гловацька В. В. Сільський зелений туризм: сутність, функції, основи організації. *Економіка АПК*. 2006. № 10. С. 148–155.
12. Пономарьова М. С. Шовкун Л. В., Савельєва О. М. Економічні та правові важелі підприємництва як складника ефективного розвитку агробізнесу. *Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки»*. 2015. № 1. С. 227–236.

### Reference

1. Lypchuk N. V. The development of agritourism as a direction of diversification of personal peasant farms: autoref. thesis for obtaining sciences. candidate degree economy Sciences: spec. 08.00.04 «Economics and enterprise management (economics of agriculture and agro-industrial complex)». Lviv, 2007. 22 p
2. Ilchuk M. M. Innovative and investment development of agrarian enterprises Bioresources and nature management. 2016. Vol. 4, No. 1-2. P. 133–143.
3. Isaenko V. M. Ensuring the quality of products and services in agritourism. Problems of rational use of the socio-economic and natural resource potential of the region: financial policy and investments. 2017. Issue 19, No. 1. — P. 247–252.
4. Medlik S. Green tourism. URL: <http://uk.wikipedia.org>
5. I. V. Shevchenko Marketing in rural green tourism. URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.1/317.pdf>
6. Petlin I. V. Prospects for the development of rural green tourism in the Western region of Ukraine. Bulletin of the Lviv Institute of Economics and Tourism. 2008. No. 3. P. 210–213.
7. School of I. M. Tourism management: textbook / I. M. School, O. P. Korolchuk. — Chernivtsi: Books-XXI, 2011. — 463 p.
8. Tourismology: conceptual foundations of the theory of tourism: a monograph / V. K. Fedorchenko, V. S. Pazenok, O. A. Kruchek, M. P. Malska and others. / K.: Academy, 2013. — 368 p.
9. Ponomaryova M., Yevsyukov A., Shovkun L., Zolotaryova S., Kramarenko I. (2022). Formation and management of the development of agricultural production and processing of agricultural products and the value of food technologies. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 4(45), 58–67. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.4.45.2022.3825>
10. Shovkun L. V. The essence of the product assortment and the main principles of its formation // *Visn. HNAU Series «Economic Sciences»*. 2017. No. 3. P. 117–127.
11. Glowatska V. V. Rural green tourism: essence, functions, foundations of organization // *Economics of APC*. 2006. No. 10. P. 148–155.
12. Ponomaryova M. S. Shovkun L. V., Savelieva O. M. Economic and legal levers of entrepreneurship as a component of effective development of agribusiness. *KhNAU Bulletin. Series «Economic Sciences»*. 2015. — No. 1. C. 227–236.