УДК 911.3

Смирнов Ігор Георгійович,
доктор географічних наук, професор
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна,
e-mail: smyrnov_ig@ukr.net

Бондарчук Юлія Сергіївна
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна

ЛОГІСТИЧНИЙ, ГЕОГРАФІЧНИЙ ТА МАРКЕТИНГОВИЙ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ЙОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Мета. Метою статті є комплексна оцінка розвитку сільського туризму в контексті його сталості з урахуванням логістичного, географічного та маркетингового аспектів.

Методика. Методичні засади дослідження полягали в синтезі та аналізі зібраного авторами літературного та статистичного матеріалу. При цьому застосовувались табличний та графічний методи.

Результати. Виконана комплексна характеристика розвитку сільського туризму в контексті його сталості з урахуванням логістичного, географічного та маркетингового аспектів.

Наукова новизна полягає в комплексній характеристиці сталого розвитку сільського туризму з розкриттям логістичного, географічного та маркетингового аспектів.

Практична значимість дослідження визначається його актуальністю для практичного розвитку сільського туризму на засадах сталості з урахуванням логістичного, географічного та маркетингового аспектів.

Ключові слова: сільський туризм, сталий розвиток, агротуризм, екотуризм, природничий туризм, туристична потужність, зонінг.

УДК 911.3

Смирнов Ігор Георгійович,
доктор географічних наук, професор
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченка, г. Киев, Украина
e-mail: smyrnov_ig@ukr.net

Бондарчук Юлия Сергеевна
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченка, г. Киев, Украина

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ, ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ И МАРКЕТИНГОВЫЙ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В КОНТЕКСТЕ ЕГО УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Цель. Целью статьи является комплексная оценка развития сельского туризма в контексте его устойчивости с учетом логистического, географического и маркетингового аспектов.

Методика. Методические основы исследования заключались в синтезе и анализе собранного авторами литературного и статистического материала. При этом применялись табличный и графический методы.

Результаты. Выполнена комплексная характеристика развития сельского туризма в контексте его устойчивости с учетом логистического, географического и маркетингового аспектов.

Научная новизна заключается в комплексной характеристике устойчивого развития сельского туризма с раскрытием логистического, географического и маркетингового аспектов.

Практическая значимость исследования определяется его актуальностью для практического развития сельского туризма на основе устойчивости с учетом логистического, географического и маркетингового аспектов.

Ключевые слова: сельский туризм, устойчивое развитие, агротуризм, экотуризм, естественный туризм, туристическая мощность, зонинг.

Smyrnov Igor Georgiyovych,
Doctor of Geography Sciences, Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: smyrnov_ig@ukr.net

Bondarchuk Yuliia Serhiivna
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

LOGISTICAL, MARKETING AND GEOGRAPHICAL ASPECTS OF RURAL TOURISM IN THE CONTEXT OF ITS SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Goal. The article aims to assess the development of rural tourism in the context of its sustainability considering the logistics, geographic and marketing aspects.

Method. Methodical bases of research lie in the synthesis and analysis of literary and statistical material which was collected by authors. This applied to tabular and graphical methods.

Results. Comprehensive description of rural tourism is completed in the context of its sustainability given the logistical, geographical and marketing aspects.

Scientific novelty is the complex characteristics of sustainable development of rural tourism with the opening up of logistical, geographical and marketing aspects.

The practical significance of the study is defined by its practical relevance for the development of rural tourism based on sustainability considering logistical, geographical and marketing aspects.

Keywords: rural tourism, sustainable development, agro-tourism, eco-tourism, natural tourism, tourist capacity, zoning.

Постановка наукової проблеми. Серед найпопулярніших видів туризму в Україні та світі нині все частіше згадується сільський туризм, який з позицій сталого розвитку є тісно пов’язаним з агротуризмом, екотуризмом, природничим туризмом тощо. Забезпечити сталий розвиток сільського туризму та його похідної форми – агротуризму – одне з найактуальніших завдань сучасного етапу розвитку туризму в Україні та світі. Свій вагомий внесок у вирішення цього завдання може внести застосування логістичних, географічних, маркетингових та регіональних підходів, про що йдеться у даній статті.

Літературна база дослідження включає, передусім англомовні джерела, що належать С.Пейджу та Д.Гетцу [1], Л. Робертсу та Д.Голлу [2], Д. Голлу, І. Мораг [3], Л.Ломіне та Дж.Едмундсу [5], П.Мейсону [4], автору [8; 9; 10; 11] та інтернет-джерела [6; 7] та україномовні автори – Мальська М.П., Рутинський М.Й. та Зінько Ю.В.

Метою статті є розкрити місце, особливості та взаємозв’язки сільського туризму у системі сталого туризму та роль логістичних, географічних, маркетингових та регіональних підходів у забезпеченні сталого розвитку сільського та агротуризму.

Виклад основного матеріалу. *Сільський туризм* (Rural Tourism) передбачає використання сільської місцевості у якості туристичної дестинації. Для міських мешканців сільська місцевість репрезентує спокій та автентичність, можливості насолоджуватися сільськими краєвидами та відпочинку на природі з такими видами рекреації як хайкінг (прогулянки), рибалка, їзда на конях тощо. Сільська місцевість є не єдиним туристичним ресурсом для розвитку сільського туризму, є декілька напрямків сільського туризму - за ступенем «віддаленості від цивілізації» - від дуже сільського (extremely rural) – у дуже віддалених місцевостях, наприклад, у гірських регіонах, до приміського (є часто близьким до рекреації екскурсійного типу). Зміст та різновиди сільського туризму залежать від ступеню доступності території для туристів та різноманітності туристичної пропозиції. Сільський туризм тісно взаємодіє з агротуризмом та природничим туризмом (nature – based tourism), хоча останній більше акцентований на знайомство з флорою і фауною. У розвитку сільського туризму важливе значення мають маркетинг, менеджмент та логістика, що пояснюється необхідністю врахування впливу сільського туризму не тільки на навколишнє сільське середовище, але також впливу на економічне та соціальне життя сільських громад (рис. 1).

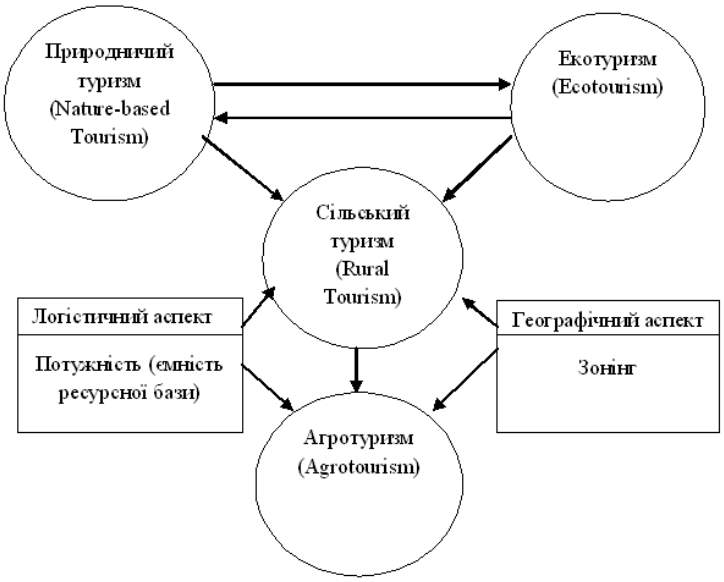

Рис. 1. Сільський туризм та його взаємозв'язки у системі сталого туризму з виділенням логістичного та географічного аспектів (авторська розробка за [8])

Агротуризм (або агрітуризм, фермерський туризм) є формою сільського туризму, який має своєю ресурсною базою працюючі фермерські господарства. Агротуристи – це звичайно міські мешканці, що хочуть відпочити в сільській місцевості, на фермерських обійстях, можливо, щоб пригадати свої призабуті сільські коріння або допомогти дітям познайомитися з свійськими тваринами та взнати про сільськогосподарське виробництво. Проживання агротуристів може бути у будинку фермера (система проживання

та харчування «ліжко-сніданок» (bed&dreakfast) або у кемпінгу. Агротуризм може включати деякі види активної діяльності туристів – хайкінг (прогулянки), їзда на конях, а також тзв. «фермерські тури» чи допомогу фермерам у їхній праці залежно від спеціалізації ферм та сезону. Нині агротуризм особливо розвинутий у Середземноморському регіоні, а також у США – у формі «туризму на ранчо». Агротуристичний бізнес може бути вагомим додатком до доходів фермерів, а також впливати позитивно на регіональний та місцевий економічний розвиток. Тому нині набуває популярності бізнесова концепція агротуризму в сенсі диверсифікації туристичного продукту. У багатьох регіонах організації з розвитку сільського господарства та туристичні організації активно пропагують та підтримують агротуризм, хоча фермери не завжди мають час, кошти, необхідні знання та навички для розвитку туристичного потенціалу свого основного бізнесу.

Екотуризм – тут є певні труднощі з точним визначенням через значну кількість різних думок та спроб визначень. У 2001 р. Д. Феннел знайшов біля 80 варіантів визначень екотуризму – з академічних та промислових джерел [5, 60]. Міжнародне товариство екотуризму визначає його, як «ековідповідальну (екосвідому) подорож у природні території, яка зберігає навколишнє середовище та підвищує заможність місцевого населення» [5, 61]. Інші визначення поділяють подібну думку та підтримують турботу про місцеві громади та природне середовище туристичних дестинацій, але вони також підкреслюють думку про екотуризм, як форму альтернативного туризму з фокусом на екологію та сталий розвиток, консервацію незайманої природи тощо. У туристичній практиці екотуризм перегукується з іншими видами туризму, зокрема, з природничим (nature – based tourism). Екотуризм часто відзначають, як один з найдинамічніших видів туризму, хоча його точна статистична база відсутня через різні визначення та трактування сутності поняття «екотуризм». Хоча екотуризм є нині дуже популярним та приносить очевидні користі туристичним дестинаціям, є його критики, які вказують на надзвичайну вразливість ресурсної бази екотуризму (наприклад, Амазонської сельви, Галапагоських островів, чи Антрактиди), яка легко може бути пошкоджена навіть екосвідомими, обережними щодо природи мандрівниками. Крім цього, віддалені та екзотичні локації екотуризму, так як і значна вартість подорожей до них, створюють думку про екотуризм, як про коштовний туристичний продукт, доступний в основному для еліти (або тзв. еготуризм).

Природничий (nature-based) туризм (його іноді називають просто природний (nature) туризм) надає можливість познайомитись з рослинним та тваринним світом у їхньому природному середовищі. Природничий туризм може існувати в багатьох формах, починаючи від м’якого варіанту сільського туризму (поблизу урбанізованих ареалів) і закінчуючи пригодницьким варіантом «туризму в джунглях» (у більш небезпечному середовищі). Вплив природничого туризму на навколишнє середовище залежить від якості управління туристичними ресурсами (атракціями) та туристичною діяльністю: в одних випадках це може сприяти консервації та захисту дикої природи, але

в багатьох інших – призвести до негативного впливу, навіть за умови екосвідомої, відповідальної, з повагою до природи поведінки туристів. Тому обов'язковою умовою сталого розвитку природничого туризму є визначення та контроль поточної ємності його ресурсної бази, що може страждати (чи ні) від візитерів (туристів). Вимога сталого розвитку природничого туризму ставить на чільне місце питання біорізноманітності, екології, сталості, але зростаючий туристичний попит утруднює знаходження збалансованого рішення (рівняння) проблеми. Так, національні, регіональні природні парки чи тзв. «Території надзвичайної природної краси» у Великий Британії (англ. "Areas of Outstanding Natural Beauty", AONB) можуть мати більш м'який режим для відвідування туристами, ніж, приміром, заповідники (більшість AONB у Великій Британії заселені) [7]. Нині існує значна кількість літературних джерел з природничого туризму, включаючи кейси (практичні ситуації), які охоплюють як традиційні види туристичної активності (приміром, сафарі-туризм), так і більш просунуті види (спостерігання за китами чи дельфінами). Зрозуміло, що природничий туризм тісно пов'язаний з концепцією екотуризму.

Як показує світова туристична наука і практика, забезпечити сталий характер розвитку сільського туризму можливо шляхом застосування принаймні двох основних логістичних та географічних понять: потужність (ємність) та зонінг. *Концепція потужності* (ємності) в туризмі (англ. Capasity) означає певний обсяг туристичної активності (певний туристопотік), що може бути здійснений у певному місці (дестинації) без нанесення їй шкоди. Ця шкода може проявлятися у негативному впливі, по-перше, на ресурсну базу туризму (ресурсний аспект); по-друге, на навколишнє середовище (екологічний аспект); по-третє, на соціо-культурне середовище (соціо-культурний аспект); по-четверте, на економічне середовище (економічний аспект) (рис. 3). Як правило, потужність (ємність) у туризмі асоціюється з певним пороговим значенням. Наприклад, це може бути *мінімальна* чи максимальна кількість відвідувачів за день, місяць, сезон, рік. Важливість першого показника пояснюється бізнесовими причинами туристичного підприємництва у сільському туризмі (визначення точки беззбитковості та відповідної мінімальної кількості туристів, що забезпечить бізнесову прибутковість підприємницької діяльності у сільському туризмі; як забезпечити цей мінімальний туристопотік є завданням маркетингу та його інструментів згідно маркетингового міксу). Визначити точку беззбитковості (англ. Breakeven point) у сільськотуристичному підприємництві допомагає застосування відповідної концепції [5, 17]. Вона пояснює, коли організація починає покривати усі свої витрати (які включають постійні та змінні) за рахунок отримуваного доходу, тобто, іншими словами, коли підприємство стає прибутковим. Графічний вираз цієї концепції і спосіб визначення точки беззбиткової (ТБ) показано на рис.2.

Отже, точка беззбитковості в сільському туризмі вказує те мінімальне число туристів (Tmin), яких треба прийняти й обслужити в агрооселі, щоб

отриманий дохід (Dmin) повністю компенсував усі витрати (постійні та змінні – детальніше див. посібник автора [11, 61]) та у подальшому розвитку бізнесу забезпечував би прибуток. У туристичній індустрії, особливо в готельному бізнесі та транспортному сервісі, визначення точки беззбитковості має проблеми, пов'язані з високим рівнем постійних витрат (володіння та утримання готелю чи транспортного засобу). Розуміючи, як досягається точка беззбитковості, та які потужності є у розпорядженні, менеджери можуть регулювати ціну послуги (транспортний тариф чи вартість проживання) з метою збільшення загального доходу компанії (це тзв. «управління доходом», англ. «yield management»). Що стосується логістичного підходу до сталого розвитку сільського туризму, то значення концепції точки беззбитковості полягає саме у можливості визначення мінімального обсягу туристопотоку, який має бути забезпечений для бізнесової прибутковості агрооселі, що спеціалізується на наданні туристичних послуг.

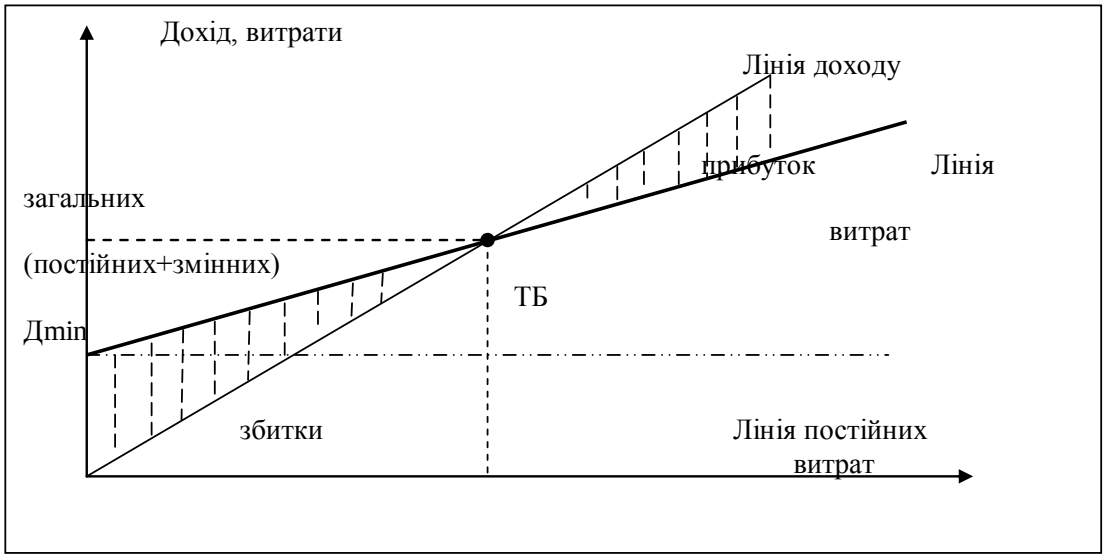

Рис. 2. Визначення точки беззбитковості у сільському туризмі

Важливість другого показника зумовлюється тим, що певним чином визначені *максимальні* порогові значення туристичної потужності (ємності ресурсної бази) є підставою для формування політики сталого розвитку у сільському туризмі на регіональному чи національному рівнях. Є певні труднощі у визначенні кількісних значень потужності (ємності) для різних видів туризму та туристичних ресурсів. Тут можуть стати у нагоді нормативи (параметри), розроблені різними проектними організаціями, що усуває претензії щодо суб'єктивності. У той же час багато фахівців погоджуються, що визначення туристичної потужності (ємності ресурсної бази) для різних видів туризму вимагає застосування різних підходів у кожному конкретному випадку, оскільки параметри та вимоги (рівні) задовільності відповідно можуть вар'юватися під впливом багатьох чинників та змінних. Але певним чином визначені порогові значення потужності (ємності ресурсної бази) є підставою для формування політики сталого розвитку у туризмі, а на цій

основі – визначення стратегії управління і планування розвитку «сталого туризму», у т.ч. сільського туризму.

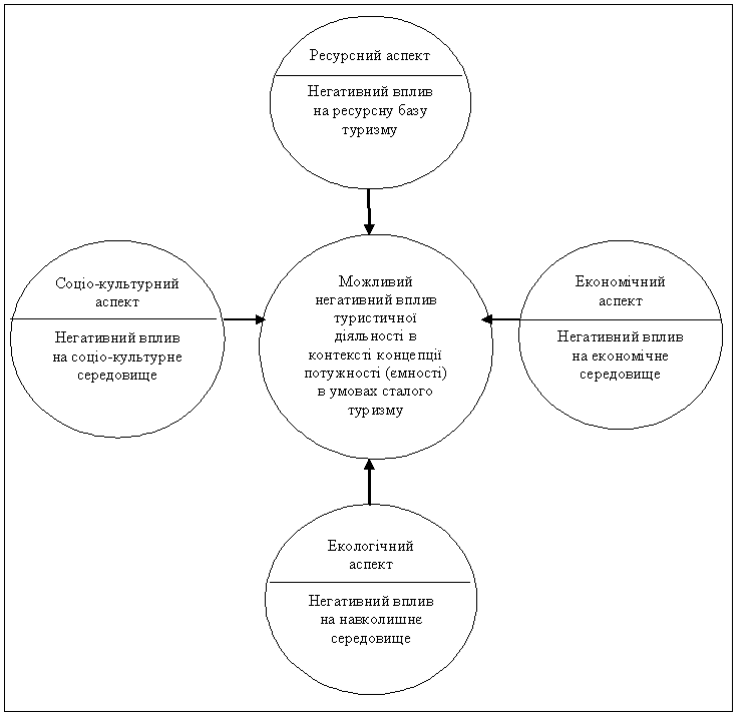

Рис. 3. Аспекти негативного впливу туристичної діяльності в контексті концепції потужності (ємності) сталого туризму (авторська розробка за [9])

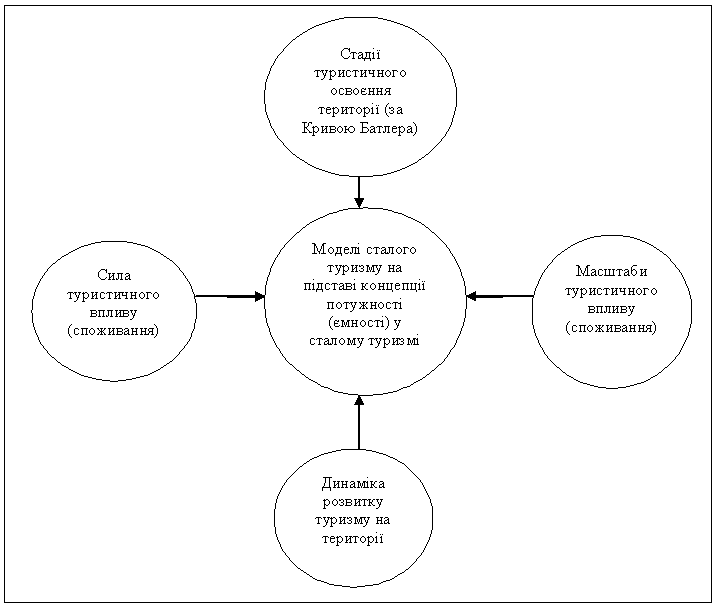

Рис. 4. Чинники моделей сталого туризму на підставі концепції потужності (ємності) у сталому туризмі (авторська розробка за [10])

Потужність (ємність) у туризмі є динамічною величиною і може змінюватися з часом, тому після її визначення, впровадження, контролю, моніторингу та зворотнього від неї впливу, необхідно постійно коригувати значення порогового рівня з метою його актуалізації. Нині розроблені моделі, що пов’язують стадії туристичного освоєння ресурсної бази (згідно «Кривої

Батлера»), силу туристичного впливу (споживання) на ресурс, масштаби такого впливу (наприклад, слабкий (дисперсний) вплив у великому масштабі, сильний (концентрований) вплив у великому масштабі, сильний (концентрований) вплив у малому масштабі, слабкий (дисперсний) вплив у малому масштабі), динаміку розвитку туризму на території тощо (рис. 4).

Але одночасно це ще поки недостатньо досліджений напрямок як щодо теорії, так і методології. Враховуючи вимоги економічної та екологічної безпеки сільського туризму, в межах науково-обгрунтованих норм рекреаційного навантаження на природне середовище туристичні ресурси повинні зберігати здатність до самовідтворення. Практично рекреаційне навантаження виражається максимально можливим числом туристів, що перебувають на даній території, не призводячи до деградації природних екосистем, тобто з точки зору логістики туризму – це логістичний потенціал ресурсної бази туризму. На відміну від екології та рекреалогії, які зупиняються на визначені ємності ресурсної бази туризму, логістика туризму порівнює цей показник з існуючим туристопотоком і, відповідно, визначає логістичні стратегії безпечного управління туризмом з метою забезпечення його сталого характеру. Ці стратегії зводяться до двох основних типів – подальшого розвитку туристичної діяльності на певній території чи обмеження цієї діяльності з метою збереження ресурсної бази туризму. Рекреаційне (туристичне) навантаження – це той показник, який відображає вплив туристичної діяльності на ресурсну базу туризму (ландшафтний комплекс), виражений кількістю туристів або туристо-днів на одиницю площі або на туристичний об’єкт за відповідний проміжок часу (день, місяць, сезон, рік). Розрізняють фактичне, допустиме (максимально допустиме) та деструктивне (небезпечне) туристичне навантаження. Останнє може призвести рекреаційну територію або ресурсну базу туризму до знищення. Отже, залежно від інтенсивності туристичної діяльності ресурсна база туризму певною мірою змінюється – у процесі туристичного споживання. Перебування великої кількості туристів впливає на весь рекреаційний комплекс дестинації як у цілому, так і за окремими його компонентами. При цьому найбільш вразливим елементом навколишнього середовища є рослинність, окрім цього значні зміни можуть відбуватися з грунтовим покривом, водними об’єктами, атмосферним повітрям тощо. Отже, коли організатори туризму прагнуть якомога швидше і більше отримати доходів за рахунок збільшення числа туристів і відповідного туристичного навантаження на ресурсну базу, може спостерігатися порушення якості лісів і вод, псування ландшафтів, руйнування культурної спадщини тощо як на регіональному, так і на національному рівнях.

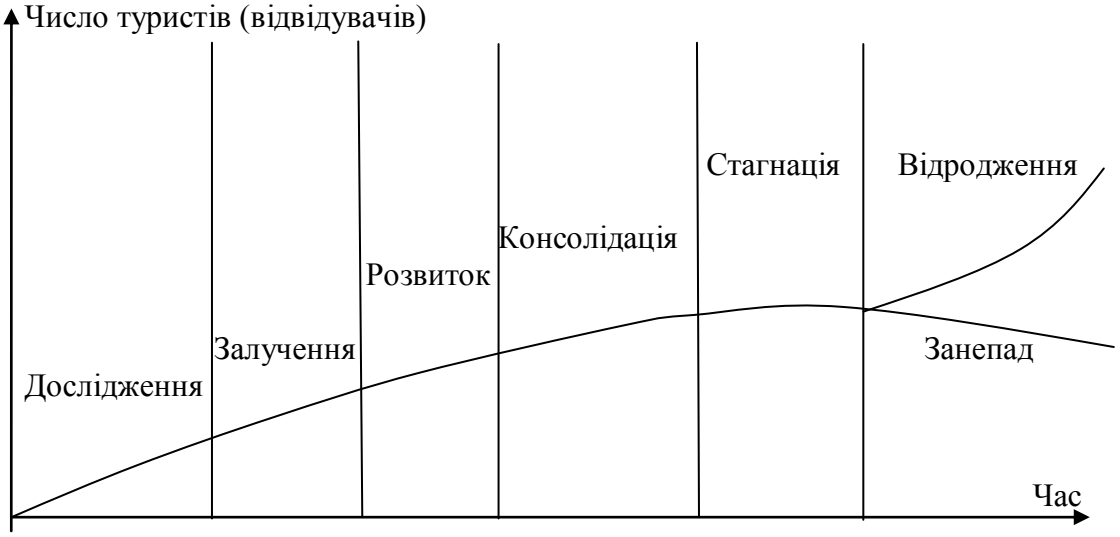

Рис. 5. «Крива Батлера» та стадії розвитку дестинацій у сільському туризмі (авторська розробка за [5])

Зонінг (англ. Zoning) – система, що допомагає визначити (ідентифікувати) та взяти під захист вразливі території. Зонінг існує у двох формах: а) просторова; б) часова. За допомогою зонінгу визначаються території (зони), ресурсний, природний, економічний, соціальний потенціал яких дозволяє активно розвивати туризм та витримувати відповідне туристичне навантаження, та ті чутливі території (зони), які неконтрольований розвиток туризму може просто знищити. Прикладом застосування зонінгу у Великій Британії є створення мережі вже згадуваних «Територій надзвичайної природної краси» та національних парків; у Австралії – Морського парку «Великий бар'єрний риф», де ще у 1975 р. був прийнятий відповідний закон, що проголосив політику зонінгу з диференціацією (поділом) зон на: а) вільного доступу туристів; б) обмеженого доступу туристів, де дозволені лише деякі види туризму; в) із забороною усякої людської діяльності, у т.ч. наукових досліджень [6]. Концепція зонінгу є тісно пов'язаною з поняттям потужності (ємності) у туризмі і вважається одним із методів забезпечення сталого розвитку сільського туризму та збалансованості інтересів щодо захисту навколишнього середовища та економічного розвитку туристичних територій.

У розвитку сільського туризму також слід враховувати *модель життєвого циклу дестинації*, запропоновану Р. Батлером у 1980 р. (у статті в науковому журналі Canadian Geographer) [5, 19]. Ця модель допомагає синтезувати та конкретизувати процеси, через які проходить дестинація у ході її туристичного освоєння та розвитку. Це є, власне, прикладання відомої маркетингової концепції «життєвого циклу товару» до «туристичного життя» дестинації, коли остання переживає стадії зародження, зростання, зрілості, занепаду і, навіть, «смерті» (зникнення).

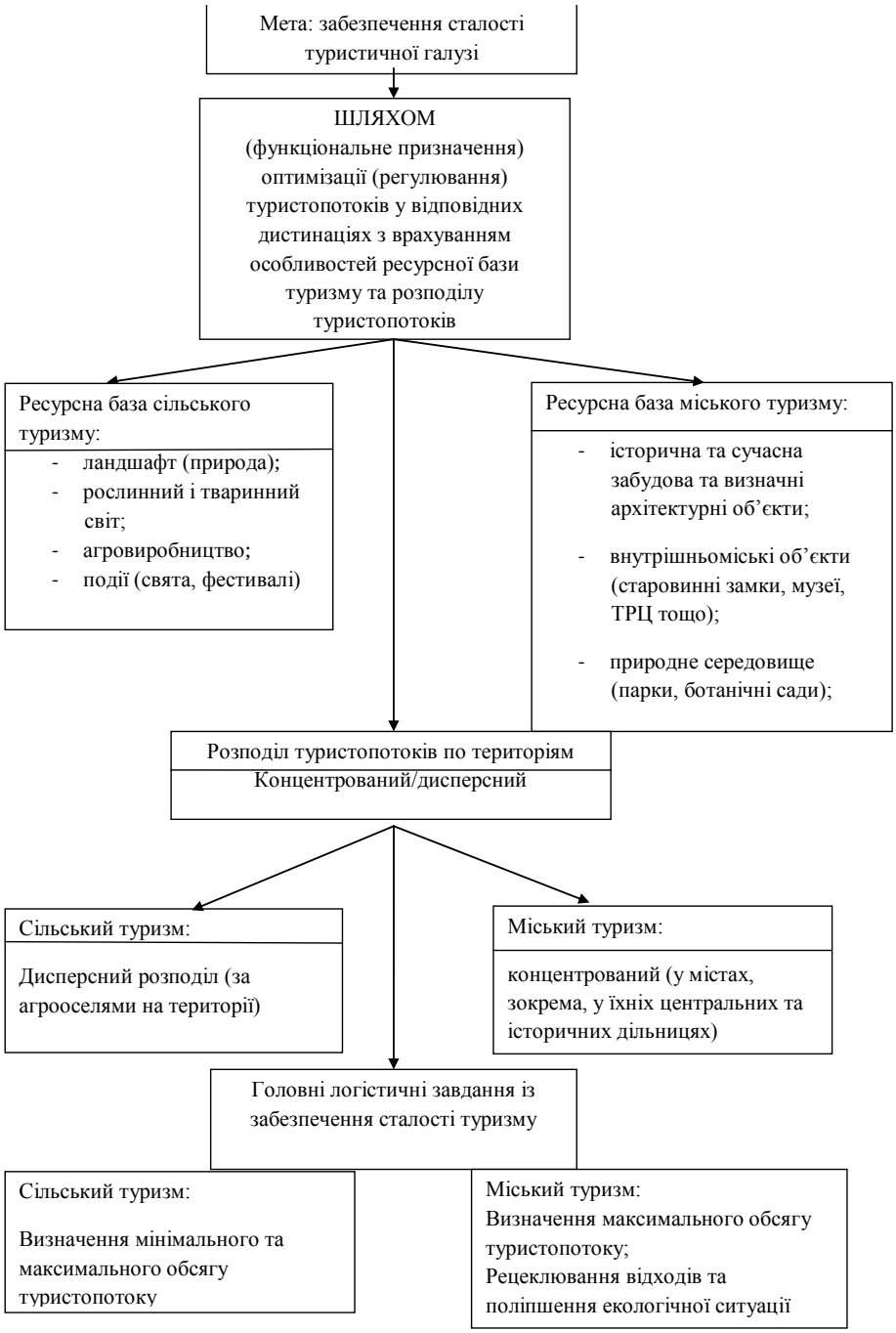

Рис. 6. Спільне та відмінне у логістичному забезпеченні сталого розвитку сільського та міського туризму

Модель використовує два показника, а саме, час та число туристів (відвідувачів), так як і дві осі, у яких зображується крива розвитку туристичної дестинації у вигляді S-кривої з відповідними стадіями (рис. 5). Ця послідовність, запропонована Р.Батлером, набула міжнародного визнання та стала класичною у туристичному менеджменті та маркетингу. До її популярності спричинилися два чинники: по-перше, її простота та зрозумілість, що забезпечує її сприйняття фаховою аудиторією; по-друге, її пасування до переважної більшості туристичних дестинацій – як у розвинутих країнах, так і у тих, що розвиваються. Головна теза «Кривої Батлера» полягає

у тому, що в умовах вільних ринкових відносин без впливу форс-мажорних внутрішніх та зовнішніх чинників (як, наприклад, несподіваний спад попиту чи такі ж політичні обмеження на розвиток туризму) туристичні дестинації проходять через такі стадії розвитку: а) дослідження (англ. Esploration); б) залучення (англ. Involvement); в) розвиток (англ. Development); г) консолідація (англ. Consolidation); д) стагнація (англ. Stagnation) (також має назву «насичення»), за якою може слідувати - е) стадія відродження (англ. Rejuvination) або занепаду (англ. Decline). Емпіричні дослідження підтвердили коректність «Кривої Батлера», хоча були зафіксовані і деякі винятки (наприклад, по відношенню до Ніагарського водопаду чи Великих Каймановых островів).

Цю модель можна вважати корисною для застосування і у сільському туризмі, його менеджменті, хоча тут слід враховувати додатковий вплив на сільський туризм багатьох чинників (внутрішніх та зовнішніх), у т.ч. актуальної туристичної політики держави чи регіону, яка може стимулювати попит чи обмежувати його, а також природних катастроф (на кшталт ураганів, циклонів, цунамі, виверження вулканів, землетрусів тощо), що можуть призупинити розвиток сільського туризму в певній дестинації на певний час, чи припинити взагалі.

Висновки. Сільський туризм та його похідна форма – агротуризм займають центральне місце у системі сталого туризму та є тісно пов’язаними з екотуризмом, природничим туризмом тощо. У забезпеченні сталого характеру розвитку сільського туризму важливе місце займають концепції та поняття, що пов’язані з маркетинговим та логістичним підходами. Зокрема, це відноситься до концепції туристичної потужності (або туристичної ємності ресурсної бази), що в англійській мові перекладається одним словом – «capacity», та концепції зонінгу, а також моделі Батлера, що ідентифікує та характеризує різні стадії «життєвого циклу» туристичної дестинації.

Сільський туризм має свої відмінності у логістичному забезпеченні його сталого розвитку, наприклад, у порівнянні з міським туризмом, при цьому можна виділити спільні риси та відмінні. Так, спільним у логістичному забезпеченні сталого розвитку сільського та міського туризму є, по-перше, мета, яка полягає у забезпеченні сталості туристичної галузі; по-друге, це – шлях досягнення цієї мети (функціональне призначення), який полягає у оптимізації (регулюванні)) туристопотоків у відповідних дестинаціях з врахуванням особливостей ресурсної бази туризму та розподілу туристопотоків. Але при цьому розрізняється ресурсна база сільського та міського туризму. Для сільського туризму це, по-перше, ландшафт (природний комплекс), по-друге, рослинний та тваринний світ, по-третє, агро виробництво, по-четверте, різноманітні події (свята, фестивалі тощо). Для порівняння для міського туризму ресурсною базою є, по-перше, історична та сучасна забудова та визначні архітектурні об’єкти, по-друге, внутрішньоміські об’єкти (старовинні замки, музеї, ботанічні сади, торгівельно-розважальні центри тощо), по-третє, природне середовище (парки), по-четверте, події

(свята, фестивалі, інші суспільно-культурні заходи). Також відрізняється сільський туризм і особливостями розподілу туристопоків по території: для нього характерний дисперсний розподіл туристопотоків (за агрооселями на території), у той час як, міський туризм відрізняє концентрований розподіл туристопотоків, які концентруються у містах, зокрема, у їхніх центральних та історичних дільницях. Відповідно сільський туризм відрізняється і за головним логістичним завданням із забезпечення сталості туризму. Для сільського туризму – це визначення мінімального та максимального обсягу туристопотоку, а для порівняння у міському туризмі – це по-перше, визначення максимального порогу туристичного потоку, а по-друге, забезпечення сприятливої екологічної ситуації та, як показує досвід Львова, сучасні технології рециклювання (переробки) відходів, обсяг яких у місті закономірно зростає із збільшенням кількості туристів.

Список використаних джерел:

1. Page S. Business of Rural Tourism: International Perspectives / S.Page, D.Getz. – London: Thomson, 1997. – 283 p.
2. Roberts L. Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice / L.Roberts, D.Hall. – London: CABI, 2001. – 401 p.
3. Hall D.K. Rural Tourism and Sustainable Business / D.K. Hall, I.Morag, – London: Channel View, 2005. – 343 p.
4. Mason P. Tourism Impacts, Planning and Management / P.Mason. – Oxford: Butterworth Heinemann, 2003. – 303 p.
5. Lomine L. Key Concepts in Tourism / L.Lomine, J.Edmunds. – N.Y.: Palgrave Macmillan, 2007. – 230 p.
6. Great Barrier Reef Marine Park Authority [електронний ресурс] // www.gbrmpa.gov.au
7. UK Department for Environment, Food and Rural Affairs [електронний ресурс] // www.defra.gov.uk
8. Смирнов І.Г. Логістичний чинник сільського туризму в контексті його сталого розвитку / І.Г. Смирнов // Науковий потенціал сучасної економічної науки: матеріали міжн.наук.-практ.інтернет-конф. – Тернопіль, 2016. – С. 36-41.
9. Смирнов І.Г. Географічний та логістичний чинники сталого розвитку сільського туризму / І.Г. Смирнов // Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації: Матеріали XIII Міжн.наук.-практ.інтернет-конф.: Зб.наук.праць. – Переяслав-Хмельницький: П-Х ДПУ імені Григорія Сковороди, 2016. – Вип. 13. – С. 31-34.
10. Смирнов І.Г. Сільський туризм у контексті сталого туризму: поняття, концепції, терміни / І.Г. Смирнов // Актуальные научные исследования в современном мире: XII Межд.науч.конф. // Сб. научных трудов. – Вып. 12. Часть 5. – Переяслав-Хмельницкий: iScience, 2016. – С. 108-114.
11. Смирнов І.Г. Маркетинг у туризмі: навч.пос. / І.Г. Смирнов. – К.: КНУ ім.Тараса Шевченка, 2016. – 251 с.

Список использованных источников:

1. Page S. Business of Rural Tourism: International Perspectives / S.Page, D.Getz. - London: Thomson, 1997. - 283 p.
2. Roberts L. Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice / L.Roberts, D.Hall. - London: CABI, 2001. - 401 p.
3. Hall D.K. Rural Tourism and Sustainable Business / D.K. Hall, I.Morag - London: Channel View, 2005. - 343 p.
4. Mason P. Tourism Impacts, Planning and Management / P.Mason. - Oxford: Butterworth Heinemann, 2003. - 303 p.

5. Lomine L. Key Concepts in Tourism / L.Lomine, J.Edmunds. - N.Y .: Palgrave Macmillan, 2007. - 230 p.
6. Great Barrier Reef Marine Park Authority [электронный ресурс] // www.gbrmpa.gov.au
7. UK Department for Environment, Food and Rural Affairs [электронный ресурс] // www.defra.gov.uk
8. Смирнов И. Логистический фактор сельского туризма в контексте его устойчивого развития / И. Смирнов // Научный потенциал современной экономической науки: материалы межд.наук.-практ.интернет-конф. - Тернополь, 2016. - С. 36-41.
9. Смирнов И. Географический и логистический факторы устойчивого развития сельского туризма / И.Г. Смирнов // Тенденции и перспективы развития науки и образования в условиях глобализации: Материалы XIII Межд.наук.-практ.интернет-конф .: Зб.наук.праць. - Переяслав-Хмельницкий: П-Х ГПУ имени Григория Сковороды, 2016. - Вып. 13. - С. 31-34.
10. Смирнов И. Сельский туризм в контексте устойчивого туризма: понятие, концепции, сроки / И.Г. Смирнов // Актуальные научные исследования в современном мире: XII Межд.науч.конф. // Сб. научных трудов. - Вып. 12. Часть 5. - Переяслав-Хмельницкий: iScience, 2016. - С. 108-114.
11. Смирнов И. Маркетинг в туризме: навч.пос. / И. Смирнов. - М .: КНУ им, 2016. - 251 с.

References:

1. Page S. Business of Rural Tourism: International Perspectives / S.Page, D.Getz. - London: Thomson, 1997. - 283 p.
2. Roberts L. Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice / L.Roberts, D.Hall. - London: CABI, 2001. - 401 p.
3. Hall D.K. Rural Tourism and Sustainable Business / D.K. Hall, I.Morag - London: Channel View, 2005. - 343 p.
4. Mason P. Tourism Impacts, Planning and Management / P.Mason. - Oxford: Butterworth Heinemann, 2003. - 303 p.
5. Lomine L. Key Concepts in Tourism / L.Lomine, J.Edmunds. - N.Y .: Palgrave Macmillan, 2007. - 230 p.
6. Great Barrier Reef Marine Park Authority [электронный ресурс] // www.gbrmpa.gov.au
7. UK Department for Environment, Food and Rural Affairs [электронный ресурс] // www.defra.gov.uk
8. Smyrnov I.H. Lohistychnyi chynnyk silskoho turyzmu v konteksti yoho staloho rozvytku / I.H. Smyrnov // Naukovyi potentsial suchasnoi ekonomichnoi nauky: materialy mizhn.nauk.-prakt.internet-konf. – Ternopil, 2016. – S. 36-41.
9. Smyrnov I.H. Heohrafichnyi ta lohistychnyi chynnyky staloho rozvytku silskoho turyzmu / I.H. Smyrnov // Tendentsii ta perspektyvy rozvytku nauky i osvity v umovakh hlobalizatsii: Materialy KhIII Mizhn.nauk.-prakt.internet-konf.: Zb.nauk.prats. – Pereiaslav-Khmelnytskyi: P-Kh DPU imeni Hryhoriia Skovorody, 2016. – Vyp. 13. – S. 31-34.
10. Smyrnov I.H. Silskyi turyzm u konteksti staloho turyzmu: poniattia, kontseptsii, terminy / I.H. Smyrnov // Aktualnыe nauchnыe yssledovanyia v sovremennom myre: KhII Mezhd.nauch.konf. // Sb. nauchnыkh trudov. – Vыp. 12. Chast 5. – Pereiaslav-Khmelnytskyi: iScience, 2016. – S. 108-114.
11. Smyrnov I.H. Marketynh u turyzmi: navch.pos. / I.H. Smyrnov. – K.: KNU im.Tarasa Shevchenka, 2016. – 251 s.