



ESTDEV  
From the people of Estonia



TALLINN UNIVERSITY



E · E · S · T · I  
MAATURISM  
ESTONIAN  
RURAL TOURISM



**Mart REIMANN**  
**Yurii ZINKO**  
**Sergii ZAPOTOTSKYI**  
**Nataliia DOVHAN**  
**Iryna OKOLOVYCH**  
**Anu PRINTSMANN**

# **CLUSTERING OF RURAL TOURISM IN UKRAINE**

*Monograph*

**Kyiv 2023**



ESTDEV  
From the people of Estonia



TALLINN UNIVERSITY



E · E · S · T · I  
MAATURISM  
ESTONIAN  
RURAL TOURISM



**Март РЕЙМАНН**  
**Юрій ЗІНЬКО**  
**Сергій ЗАПОТОЦЬКИЙ**  
**Наталія ДОВГАНЬ**  
**Ірина ОКОЛОВИЧ**  
**Ану ПРІНТСМАНН**

# **КЛАСТЕРИЗАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ**

*Монографія*

**Київ 2023**



ESTDEV  
From the people of Estonia



E·E·S·T·I  
MAATURISM  
ESTONIAN  
RURAL TOURISM



TALLINN UNIVERSITY

*Recommended for publication by the decision of the Academic Council  
of the Faculty of Geography of Taras Shevchenko National University of Kyiv  
(Minutes No. 5 of November 28, 2023)*

**Reimann M., Zinko Yu., Zapototskyi S., Dovhan N., Okolovych I.,  
Printsmann A.** Clustering of rural tourism in Ukraine: monograph.  
PE Yamchynskiy O. V. Kyiv, 2023. 156 p.

**ISBN 978-617-8571-00-9**

The handbook was prepared by the project “Improvement of Small Businesses and Development of the University Education System through Research and Promotion of Tourism Clusters in Rural Areas in Ukraine” funded by the Estonian Centre for International Development.

\*\*\*

*Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради географічного факультету  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка  
(протокол № 5 від 28 листопада 2023 р.)*

**Рейманн М., Зінко Ю., Запотоцький С., Довгань Н., Околович І.,  
Прінтсманн А.** Кластеризація українського сільського туризму: монографія.  
ФОП Ямчинський О.В. Київ, 2023. 156 с.

**ISBN 978-617-8571-00-9**

Видання підготовлено за результатами роботи проекту «Покращення малого бізнесу та розвитку системи університетської освіти через дослідження та просування туристичних кластерів у сільській місцевості в Україні» за фінансування Естонського центру міжнародного розвитку.

## ВСТУП

Представляємо Вам результати україно-естонського проекту між Київським національним університетом імені Тараса Шевченка (Україна) та Талліннським університетом (Естонія) «Покращення малого бізнесу та розвиток системи університетської освіти через дослідження та просування туристичних кластерів у сільській місцевості в Україні». *Мета проекту полягала у вирішенні важливої наукової та практичної проблеми, зокрема, у формуванні теоретико-методологічної основи кластерної взаємодії сільського туризму; в створенні карти українських кластерів сільського туризму; у визначенні потреб учасників кластеру та історій їх успіху; в сприянні спілкування та обміну досвідами між підприємцями з різних регіонів України, а також в інтеграції отриманого практичного досвіду в освітні програми університетів.*

Проект стартував у травні 2021 року та фінансувався Естонським центром міжнародного розвитку. Команда проекту відвідала стейкхолдерів сільського туризму у 24 областях України від тихих карпатських долин до прифронтових гарячих точок у Харківській області. Польова робота розпочалася в грудні 2021 року та завершилася в березні 2023 року, провівши понад 250 інтерв'ю з 35 кластерів сільського туризму в 24 області. Команда інтерв'ю включала від 3 до 5 осіб, які опитування стейкхолдерів та членів кластерів. Інтерв'ю записували та транскрибували.

Опитали офіційні кластери та кластерні ініціативи. Основними критеріями згідно з дослідженням були

## INTRODUCTION

Herein, you will find the results of the project titled “Improvement of Small Businesses and Development of the University Education System through Research and Promotion of Tourism Clusters in Rural Areas in Ukraine”. *The project aimed to solve an important scientific and practical problem, in particular, to form a theoretical and methodological basis for cluster interaction in rural tourism, to map Ukrainian rural tourism clusters, identify the needs of cluster members and identify cluster success stories, promote communication and exchange of experiences between entrepreneurs from different regions of Ukraine and integrate more of the acquired practical experience into university education programs.*

The project, which began in May 2021, is funded by the Estonian Center for International Development. The project team visited rural tourism stakeholders in 24 Ukrainian oblasts, ranging from peaceful Carpathian valleys to the frontline hotspots in Kharkiv oblast. Fieldwork commenced in December 2021 and concluded in March 2023, during which more than 250 interviews were conducted across 35 rural tourism clusters in 24 oblasts. The interview team, consisting of 3 to 5 individuals, interviewed stakeholders and cluster members. All interviews were recorded and transcribed.

Formal clusters and cluster initiatives were interviewed. The main criteria for the research were companies and organizations cooperating to create common local tourism products. It wasn't important how respondents referred to their cooperation; the primary criterion was that they functioned as a cluster. Some respondents preferred to

компанії та організації, які співпрацюють для спільного місцевого туристичного продукту. Не важливо, як респонденти називають свою співпрацю, основним критерієм було те, що вони функціонують як кластер. Були респонденти, які бажали залишитися анонімними. Відповідно до цього ми використовуємо назви кластерів у дослідженні для хороших прикладів і у випадку тих, хто був готовий виступати зі своїм іменем.

remain anonymous. According to that we are using cluster names in the study for good examples and in case of those who were ready to perform with their name.



### **Проведення інтерв'ю у Виноробні Колоніст, Бессарабія Interviewing in the Colonist Winery, Bessarabia**

Кульмінацією дослідження стала конференція в Києві, де були представлені кращі приклади та експертні спостереження. П'ять розділів, в яких представлені результати дослідження. У шостому розділі зібрано хороші приклади та огляди експертів.

Від імені авторів даного видання ми хочемо подякувати всім студентам, які долучилися до цього проекту: Ірині Павленко, Марії Пеньковій, Ользі Мілосердовій, Інні Тарабаровій, Анні Дзень з Київського національного університету імені Тараса Шевченка та Каур Келлер з Талліннського університету.

The research culminated in a conference in Kyiv, where the best examples of clusters and expert observations were presented. The first five chapters present the results of the study. The sixth chapter compiles the exemplary case studies and expert overviews.

On behalf of the authors of this publication, we would like to thank all the students who contributed to this project: Iryna Pavlenko, Maria Penkova, Olga Miloserdova, Inna Tarabarova, Anna Dzen from Taras Shevchenko National University of Kyiv and Kaur Kelller from Tallinn University.

## Розділ І. КЛАСТЕРНА ВЗАЄМОДІЯ

При дослідженні проблеми кластерного співробітництва українських кластерних утворень в сільському туризмі були підібрані питання, що відображають різні важливі складові взаємодії учасників. Зокрема, вивчаються питання розуміння кластеру як організаційної форми об'єднання, основні напрями співробітництва, як реалізується координація і керівництво кластером та здійснюється реклама і приваблення туристів. В якості проведеного дослідження шляхом інтерв'ювання учасників кластерів сільського туризму основних регіонів України: Західного, Центрального, Східного і Південного, було виділено дві основні групи кластерів: *власне кластери* з вираженою структурою і механізмом взаємодії і *кластерні ініціативи*, де є передумови розвитку кластерної взаємодії. Крім того, респонденти, які були опитані після початку повномасштабної війни, повинні були відповісти на питання про вплив війни на розвиток кластерів.

### 1.1. Оцінка туристичного потенціалу бізнесу та розвитку туризму

Це питання не було простим для учасників досліджуваних кластерів українського сільського туризму. Відповіді учасників різнилися як від функціонуючого кластеру, так і від початкових кластерних ініціатив. Тому, коли за основу брали кількість прибулих туристів, то називали туристичний потенціал *низьким* (кластер «Посулля», Сумщина) або *високим* (кластер етносело «Дивосвіт», Запорізька область). Якщо туристичний потенціал сприймався комплексніше,

## Chapter I. CLUSTER COOPERATION

During the study of cluster cooperation among Ukrainian rural tourism formations, questions reflecting various important components of participant interaction were selected. In particular, the issues of understanding the cluster as an organizational form of association, the main directions of cooperation, how the coordination and management of the cluster are implemented, and the advertising and attraction of tourists were clarified. As a result of the research conducted by interviewing participants of rural tourism clusters in the main regions of Ukraine (Western, Central, Eastern, and Southern), two main groups of clusters were identified: actual clusters with a pronounced structure and mechanism of interaction, and cluster initiatives where there are prerequisites for the development of cluster interaction. Additionally, respondents who were interviewed after the beginning of full-scale war had to answer questions about the impact of war on the development of clusters.

### 1.1. Assessment of the Tourist Potential for Business and Tourism Development

This question posed a challenge for the participants of the investigated clusters of Ukrainian rural tourism. The responses varied among participants from both the functioning cluster and beginning cluster initiatives. When the number of arriving tourists was used as a basis, the tourist potential was described as either *low* (in the case of the “Posullya” cluster in the Sumy region) or *high* (as with the “Dyvosvit” ethnic village cluster in the Zaporizhzhia region). However, when the tourist potential was

як наявність туристичних ресурсів, певної інфраструктури та відвідуваності туристами, то він оцінювався здебільшого як *високий і середній*.

Разом з тим, потенціал території різними учасниками кластерів оцінювався неоднаково. Як правило, керівники і лідери кластеру давали значно *вищі оцінки*, а деякі власники садиб, особливо віддалені від основного туристичного руху, оцінювали його як *низький* через недостатню кількість відвідувачів у садибі (кластер «Посулля»). Інколи висока оцінка території була обумовлена наявністю особливих природних і культурних атракцій: Карпати і вузькоколія (кластер «Бойківський колорит»), річка Дніпро та Солонянський кластер (унікальний «Ландшафтний парк імені Світлани Кульбашкіної» та дуже популярна ферма «Зелений гай»), традиційна кераміка (кластерна ініціатива в Опішні), знахідки мамонта і галерея національних героїв (кластер «Посулля»), відроджене молдовське село (кластер «Фрумушиканова»), скансен і музеї (кластер Колочави), давня садиба (кластер Городище), традиційний Самчиківський розпис (Самчики кластер), і свіжі експонати російсько-української військової спадщини в Соколиному Хуторі (Качанівський кластер).

### *1.2. Наявне співробітництво та його відповідність поняттю «кластер»*

Це питання в учасників кластерних утворень викликало найбільші розбіжності. Одні досконало знали саме поняття, його основні характеристики та могли продемонструвати це на прикладі свого об'єднання. Інші

evaluated more holistically – considering the presence of tourist resources, certain infrastructure, and tourist attendance – the assessment was predominantly *high to medium*.

Simultaneously, the potential of the territory was evaluated differently by various cluster participants. Typically, cluster heads and leaders gave much *higher ratings*. In contrast, some estate owners, especially those distant from the main tourist traffic, rated it as *low* due to an insufficient number of visitors to their estates (as seen in the “Posullya” cluster). Occasionally, a high assessment of the territory was attributed to the presence of unique natural and cultural attractions. These include the Carpathians and the narrow-gauge railway (in the “Boykivskiy Koloryt” cluster), the Dnipro river and Solonyans'kyi cluster (unique “Svitlana Kulbashkina Landscape Park” and very popular “Zelenyi Hai” farm), traditional ceramics (in the Opishnia cluster initiative), mammoth finds and a gallery of national heroes (in the “Posullya” cluster), a revived Moldovan village (in the “Frumushykanovala” cluster), an open-air museum and museums (in the Kolochavy cluster), ancient manor house (in the Horodyshche cluster), traditional Samchykivsky patterns (Samchyky cluster) and fresh Russian-Ukrainian war heritage expositions in Sokolynyy Khutir (Kachanivka cluster).

### *1.2. Existing Cooperation and Its Compliance with the “Cluster” Concept*

This question sparked the most disagreement among the participants of the cluster formations. Some participants had a thorough understanding of the concept, its main characteristics, and

були знайомі з певними його аспектами та час від часу просили координатора проекту, доктора Марта Рейманна, роз'яснити визначення кластера.

Серед відповідей на це питання більшість відповідала ствердно, що їхнє співробітництво має певний кластерний характер. Частина респондентів відповідала, що вони знаходяться на етапі створення кластеру (кластерна ініціатива Опішні, кластерна ініціатива «Бойківські газди», кластерна ініціатива Солонянський).

Як засвідчив досвід розуміння кластеру та його функцій, добре сприймається його учасниками та зовнішнім середовищем у випадках, коли кластерам надано офіційний статус (громадська організація, кооператив, товариство з обмеженою відповідальністю) або вони проводять активну маркетингову діяльність.

Разом з тим всі підтверджують, що співробітництво є важливим фактором розвитку і просування сільського туризму. Відповідно до розуміння базового поняття «кластер» була повнота відповідей на такі питання, як напрями розвитку кластеру та як здійснюється керівництво і координація, а також просування його туристичного продукту. Це свідчить про необхідність проведення спеціалізованих тренінгів з розвитку кластерів для сільських громад із залученням науковців і практиків з кластеризації.

Окрім цього, було відмічено, що добре орієнтуються в кластерній проблематиці координатори (керівники) кластерів, а також неформальні лідери громад.

could demonstrate it using their association as an example. Others were familiar with certain aspects of it, and occasionally requested the project coordinator, Dr. Mart Reimann, to clarify the definition of the cluster.

In response to this question, the majority affirmed that their cooperation possesses a certain cluster-like quality. Some respondents indicated that they are in the process of forming a cluster, such as the Opishnia cluster initiative, the “Boykivski Gazdy” cluster initiative, and the Solonyanskyi cluster initiative.

The experience has shown that the concept of the cluster and its functions are well understood and accepted by its participants and the external environment when the clusters are given an official status (such as a public organization, cooperative, or limited liability company) or when they engage in active marketing activities.

Simultaneously, all participants agree that cooperation is a crucial factor in the development and promotion of rural tourism. Based on the understanding of the fundamental concept of a “cluster”, there were comprehensive responses to questions such as the directions of cluster development, how management and coordination are executed, and how its tourist product is promoted. This suggests the necessity for specialized training on cluster development for rural communities, involving both scientists and practitioners in the field of clustering.

Additionally, it was observed that both the coordinators (or heads) of clusters and informal community leaders have a good understanding of cluster-related matters.

### *1.3. Період роботи учасників в кластерних структурах*

Тут теж в учасників опитування проявився широкий діапазон відповідей. Досліджувані українські кластери сільського туризму за часом утворення кластерів можна розділити на три групи: а) понад 10 років, б) 10–5 років та с) менше 5 років. У відповідях на це питання учасники спочатку звертали увагу на час утворення одного з базових елементів кластеру (агропромислового комплексу, об'єкту гостинності, тематичного музею чи тематичного парку). Утворення ж кластеру стало певним етапом розвитку цих базових підприємств чи об'єктів, що створили свої мережеві структури. Саме такий розвиток був характерний для більшості «давніх» кластерів сільського туризму – кластер «Фрумущика-Нова», кластер «Посулля – Старий Млин», кластер «Дивосвіт», кластер «Тарутинський степ», кластерів «ГорбоГори» і «Холодний Яр», кластеру Колочава та інші.

Для молодих кластерів, що сформувались або задекларували своє існування в останні 5 років, значну роль відіграла мода на «кластеризацію», а також спеціалізовані навчання співпраці. В такій групі перебувають більшість з групи кластерних ініціатив: Опішнянський, Лазенщина, Зерноленд, «Бойківські газди», Дорога вина і смаку. Тут кластер сприймається як кінцева мета для певного об'єднання учасників: від підприємців, фермерів, органів самоврядування та культури і освіти.

### *1.3. Duration of Participant Involvement in Cluster Structures*

The survey participants provided a broad range of responses. The Ukrainian clusters of rural tourism under study can be categorized into three groups based on the time of cluster formation: a) more than 10 years, b) between 5 and 10 years, and c) less than 5 years. In their responses, the participants initially focused on the time of formation of one of the fundamental elements of the cluster, such as an agro-industrial complex, hospitality facility, thematic museum, or theme park. The formation of a cluster marked a specific stage in the development of these foundational enterprises or objects, leading to the creation of their network structures. This type of development was typical for most of the “old” rural tourism clusters, including the “Frumushyka-Nova” cluster, the “Posullya – Saryi Mlyn” cluster, the “Dyvosvit” cluster, the “Tarutyn Steppe” cluster, the “GorboGory” and “Kholodnyi Yar” clusters, the Kolochava cluster, and others.

For the younger clusters that have formed or announced their existence in the past five years, the trend of “clusterization” and specialized cooperation training have played a significant role. Most of the cluster initiatives fall into this group, including Opishnia, Lazenshchyna, Zernoland, “Boykivski Gazdy”, and the Road of Wine and Taste. In these cases, the cluster is perceived as the ultimate goal for a specific association of participants, ranging from entrepreneurs and farmers to self-governing bodies and cultural and educational institutions.

#### *1.4. Основні напрями співробітництва в рамках туристичного кластеру*

При оцінці основних напрямів діяльності кластерів сільського туризму виявлено різні спектри їх вдалої взаємодії у підготовці туристичних послуг і продуктів. За спектром основних напрямів взаємодії особливо виділяються власне кластери і кластерні ініціативи сільського туризму. У кластерів цей спектр напрямів досить широкий: від інформаційної підтримки до розробки туристичного продукту та маркетингової діяльності.

*Інформаційний напрям* співпраці учасників кластеру називався більшістю опитаних у кластерах і кластерних ініціативах. Він здійснюється через різні форми комунікації між її учасниками, де головним є надання послуг з обслуговування туристів. Особливо більшість респондентів наголошували на інформаційній співпраці з органами самоврядування (місцева влада), освітнім інституціями, грантовими програмами. Інформаційний напрям, окрім комунікативних, виконує також освітні функції. Багато з лідерів кластерів пройшли тренінги з проблематики розвитку співпраці у сільському середовищі, в тому числі у вигляді кластерів. Фактично цей напрям діяльності кластерів сільського туризму можна назвати інформаційно-освітнім.

*Розробка спільних послуг і туристичних продуктів.* Цей напрям досить добре проявився у низці успішно існуючих кластерів на Заході, Сході та Півдні України. Деякі з назв кластерів безпосередньо відображають вид туристичних послуг або туристичного продукту – Дорога вина і смаку

#### *1.4. Primary Areas of Cooperation within the Tourism Cluster*

When assessing the primary areas of activity of rural tourism clusters, a diverse range of successful interactions in the preparation of tourist services and products was uncovered. Based on the spectrum of main interaction directions, both actual clusters and cluster initiatives of rural tourism are distinguished. Within clusters, this range of directions is quite broad, spanning from information support to the development of a tourist product and marketing activities.

Most respondents from both clusters and cluster initiatives identified the *informational aspect* as a key area of cooperation among cluster participants. This is facilitated through various forms of communication among its members, with the primary form being the provision of tourist services. Specifically, most respondents highlighted informational cooperation with local authorities, educational institutions, and grant programs. In addition to its communicative role, the informational aspect also serves an educational function. Many cluster leaders have participated in training programs focused on fostering cooperation in rural environments, including those in the form of clusters. In essence, this area of activity within rural tourism clusters can be characterized as both informative and educational.

The *development of joint services and tourist products* is another significant area of focus. This has been effectively demonstrated in several successful clusters located in the West, East, and South of Ukraine. Some cluster names directly reflect the type of tourist services or products they offer. For instance, Wine and Taste Route (spanning Odesa to Kherson Oblast), the Salt Road

(Одеська – Херсонська області), Соляна дорога (Херсонщина), низка агротуристичний кластерів – Фрумушика-Нова, «ГорбоГори», Городенківський на Хмельниччині.

Серед домінуючих туристичних послуг, що надаються кластерами на основі взаємодії їхніх учасників, виділяються відпочинок, освітні екскурсії, фестивалі і театралізовані дійства, розміщення і агроготельярство, харчування з використання місцевих продуктів, різні види дозвілля.

Особлива увага приділяється у роботі кластерів розробці і створенню базових (іміджевих) продуктів, які вказують на їхню спеціалізацію. До кластерів, які здійснили планування і реалізацію туристичного продукту, необхідно віднести: агротуристичний кластер «Фрумушика-Нова», кластер «Дивосвіт», кластер Камінь-Каширський, «Посулля – Старий Млин», Колочава та інші. Зокрема, основний продукт агротуристичного кластеру «Фрумушика-Нова» – етнографічна спадщина з елементами гостинності і фермерської діяльності, для кластеру етносело «Дивосвіт» – комплексне обслуговування в агрокомплексі зі спектром різноманітних послуг, а кластер села Колочава на Закарпатті спеціалізується на культурно-етнографічній спадщині (кластер і низка музеїв) з елементами гастрономічного туризму, і кластер «Посулля – Старий Млин» вирізняється організацією екскурсійних програм з комплексним обслуговуванням в агроготелі. Ці продукти сільського туризму відомі в регіонах та відвідувачами, як правило, бувають жителі міст-мільйонерів і близько розташованих обласних центрів.

(in Kherson Oblast), and a number of agrotourism clusters such as “Frumushyka-Nova”, “GorboGory”, and Horodenkivskiyi in the Khmelnytskyi region.

Among the dominant tourist services provided by clusters, based on the collaboration of their participants, are relaxation, educational excursions, festival and theatrical events, accommodation in agro-hotels, meals prepared with local products, and various types of leisure activities.

Clusters place special emphasis on the development and creation of fundamental (image) products that showcase their specialization. Clusters that have planned and implemented a tourist product include the agro-tourism cluster “Frumushyka-Nova”, the “Dyvosvit” cluster, the Kamin-Kashyrskiyi cluster, the “Posullya – Saryi Mlyn” cluster, the Kolochava cluster, and others. Specifically, the main product of the “Frumushyka-Nova” agro-tourism cluster is an ethnographic heritage with elements of hospitality and farming activities. The “Dyvosvit” ethnovillage cluster offers a comprehensive service in an agro-complex with a variety of services. The cluster in the village of Kolochava in Transcarpathia specializes in cultural and ethnographic heritage (including a cluster and several museums) with elements of gastronomic tourism. The “Posullya – Saryi Mlyn” cluster is known for organizing excursion programs with comprehensive service in an agro-hotel. These rural tourism products are well-known in the regions, and visitors are typically residents of large cities and nearby regional centers.

*Activation of community life and development of folk traditions and*

*Активізація життя громади та розвиток народних традицій і промислів.* Поява кластерів у сільській громаді (громадах) у багатьох випадках активізувала їхнє суспільне життя, стала катализатором процесів з її туристичної модернізації. Зокрема, розвинулась гостинна база багатьох сіл – господарські садиби, агроготелі, агрокафетерії. Це відбувалось як на основі існуючих садиб-агрозотелів (кластери Камінь-Каширський, села Колочава, «Посулля – Старий Млин», Бойківський колорит), так і за рахунок створення цільових комплексів обслуговування туристів (кластери Фрумушика-Нова, Дивосвіт, кластерна ініціатива «Солонянський»). Значну роль відіграла підтримка кластерами свят села (кластерна ініціатива «Солонянський», кластери Дивосвіт, «Посулля») і традиційних та нових фестивальних дійств. Особлива увага у кластерах звертається на збереження культурної спадщини (музеї в Опішні, в Недригайлові («Посулля – Старий Млин»), картинна галерея і скансени у Фрумушиці-Новій і росписі в Самчикі), традиційних занять і ремесел (гончарство в Опішні і кластері Дивосвіт, різьба по дереву в Колочаві, виноробства і гастрономії на шляху Дорога вина і смаку, а також відродження давніх занять та історії краю (кластер Качанівка з козацькими представленнями, кластер «Бойківські газди» з історичними реконструкціями Середньовіччя, кластер Городище з традиціями давнього господарювання).

У багатьох громадах кластери сільського туризму стали важливими елементами їх популяризації на регіональному і всеукраїнському рівні.

*crafts.* The emergence of clusters in rural communities has, in many instances, invigorated their social life and served as a catalyst for their tourist modernization. Specifically, the hospitality base of many villages has expanded, including farmsteads, agro-hotels, and agro-cafeterias. This development occurred both based on existing agro-hotels (as seen in the Kamin-Kashyrskiy clusters, Kolochava villages, “Posullya – Staryi Mlyn”, and Boykivskiy Koloryt) and through the establishment of targeted tourist service complexes (such as Frumushyka-Nova, Dyvosvit clusters, and the “Solonyans'kyi” cluster initiative). Cluster support played a significant role in village holidays, with initiatives like “Solonyans'kyi”, Dyvosvit, and “Posullya” clusters contributing to both traditional and new festival events. Clusters pay particular attention to the preservation of cultural heritage, as seen in the museums in Opishnia and Nedrigailov (“Posullya – Staryi Mlyn”), the art gallery and open-air museums in Frumushyka-Nova, and Samchikovskaya rospis. Traditional occupations and crafts are also highlighted, including pottery in Opishnia and the Dyvosvit cluster, wood carving in Kolochava, and winemaking and gastronomy along the Road of Wine and Taste. The revival of ancient occupations and regional history is another focus, as seen in the Kachanivka cluster with Cossack representations, the “Boykivski Gazdy” cluster with historical reconstructions of the Middle Ages, and the Horodyshche cluster with ancient farming traditions.

In many communities, rural tourism clusters have emerged as significant components in promoting their visibility both at the regional and national level across Ukraine.

### *1.5. Найбільші проблеми в розвитку кластеру*

На це питання учасники кластерів відповідали досить охоче і ділились проблемними питаннями розвитку кластеру і громади в цілому. Серед основних проблемних питань, озвучених у кластерів, виділяємо такі групи:

- 1) нерозвинута інфраструктура та технічне забезпечення громади/кластеру;
- 2) складності в організаційному і маркетинговому забезпеченні функціонування кластеру;
- 3) проблеми з налагодженням взаємодії з громадою та місцевою владою;
- 4) ментально-психологічні складності в розвитку кластерів.

Як керівники, так і базові члени кластеру часто згадували проблеми, пов'язані з доступністю території. У більшості кластерів це були проблеми з доїздом туристів через низьку експлуатаційну якість місцевих доріг (ями, відсутність асфальтного і гравійного покриття). Зокрема, цю проблему підіймали у кластерах «Посуля – Старий Млин», етносело Дивосвіт, Фрумушика-Нова, кластер Городище. Низка кластерів вказувала на технічно-інфраструктурні проблеми з водопостачанням, забезпеченням Інтернетом та транспортним обслуговуванням.

Організаційні проблеми багатьох кластерів відображають, що більшість з них знаходяться у стадії формування. Лідери кластерів скаржились, що бракує координатора (менеджера), що відповідав би за планування та реалізацію заходів (кластерна ініціатива Солонянський), етносело Дивосвіт, кластер Бойківський

### *1.5. Major Challenges in Cluster Development*

The participants in the clusters were quite willing to answer this question and shared the challenges they face in the development of the cluster and the community. We identified the following main issues from the responses:

- 1) underdeveloped infrastructure and technical support for the community/cluster;
- 2) difficulties in providing organizational and marketing support for the cluster's functioning;
- 3) challenges in establishing interaction with the community and local authorities;
- 4) mental and psychological hurdles in the development of clusters.

Both leaders and grassroots members of the cluster frequently mentioned issues related to the accessibility of the area. In most clusters, there were problems with tourist access due to the poor condition of local roads (potholes, lack of asphalt and gravel surfaces). This problem was specifically raised in the “Posullya – Staryi Mlyn” clusters, the ethnic village of Dyvosvit, Frumushyka-Nova, and the Horodyshche cluster. Several clusters pointed out technical and infrastructural problems with water supply, internet provision, and transport services.

The organizational challenges faced by many clusters reflect that most of them are still in the formation stage. Cluster leaders have expressed a need for a dedicated coordinator or manager who would be responsible for planning and implementing events. This is the case for several clusters, including the “Solonyans'kyi” initiative, the Dyvosvit ethnovillage, and the Boykivskyi koloryt cluster, among others. Often,

колерит та інші). Тоді часто цю роль виконують лідери (керівники) кластеру. В деяких кластерах недостатньо налагоджені зв'язки між осередям кластеру і базовими надавачами послуг – власниками садиб. Тобто, не працюють горизонтальні зв'язки між суб'єктами (кластерна ініціатива «Солонянський»).

Маркетингова складова в різних кластерах розвинена в різній мірі. Багато з кластерів мають свої сайти або інтернет-сторінки, а також випускають друковану рекламну продукцію (інформаційні листки, буклети). Разом з тим, частина кластерів не приділяє уваги питанню просування своїх послуг. Це мотивується тим, що реклама для кластеру досить дорога (етносело Дивосвіт) або більш ефективним є залучення в якості інформаторів тих, хто приїжджає (кластерна ініціатива «Солонянський»).

Проблеми з громадою виникають у тих випадках, коли засновниками кластеру або його осередям виступають міські жителі. Їх часто місцеві жителі не до кінця розуміють і називають «дивними». Тому громади слабо долучаються до заходів (фольклорних, фестивальних), які здійснюють такі кластери. Як заявила представниця кластерної ініціативи «Солонянський» на Дніпропетровщині, вони спостерігають з кожним роком все меншу зацікавленість місцевих в участі у заходах кластеру. Багато з лідерів кластерів засвідчили, що керівники місцевих громад не особливо підтримують їхні заходи, але не перешкоджають діяльності кластерів.

Туризм часто не виступає пріоритетом розвитку громади. Зокрема, така оцінка була отримана від лідерів

this role is assumed by the cluster leaders themselves. In some clusters, the connections between the cluster center and the basic service providers – the estate owners – are not sufficiently established. In other words, the horizontal connections between entities are not functioning effectively, as seen in the “Solonyans'kyi” initiative.

The marketing strategies of different clusters vary significantly. Many clusters have their own websites, and also produce printed promotional materials such as information sheets and booklets. However, some clusters do not prioritize the promotion of their services. This is often due to the high cost of advertising, as seen in the Dyvosvit ethnovillage, or a belief that it's more effective to engage those who visit as informants, as is the case with the “Solonyans'kyi” initiative.

Issues with the community tend to arise when the founders or core members of the cluster are city dwellers. Residents often find it difficult to fully understand them, sometimes referring to them as “strange”. As a result, communities are not heavily involved in events (such as folklore and festivals) organized by these clusters. The representative of the “Solonyans'kyi” initiative in the Dnipropetrovsk region noted a decreasing interest among locals in participating in cluster events each year. Many cluster leaders have reported that while local community leaders do not particularly support their activities, they also do not obstruct the cluster's operations.

Tourism is frequently not considered a priority for community development. This sentiment was particularly echoed by the leaders of several clusters, including the Dyvosvit ethnic village,

кластеру етносело «Дивосвіт», кластерної ініціативи «Опішня», кластеру «Бойківський колорит».

Проявляються певні ментально-психологічні труднощі у функціонуванні кластерів у громадах. Серед них слабке залучення до обслуговування туристів через певну боязнь цієї нової підприємницької справи. В окремих випадках це зумовило будівництво або викуп селянського житла для міських жителів, яким це обслуговування вдається краще (етносело «Дивосвіт»). Часто організаційні труднощі розвитку кластеру виникають з суперечки (конфлікту) місцевих лідерів у справі туризму. Кожна зі сторін має певні претензії одна до одної щодо надання послуг та характеру особи. Саме з цієї причини кластерна ініціатива Опішня на Полтавщині, що має значний потенціал для розвитку, не переросла в успішно функціонуючий кластер сільського туризму.

У багатьох селах України, особливо прифронтових, на психологічний клімат кластеру і громади впливають теперішні воєнні дії. Зменшується потік туристів, переважає обслуговування переселенців, організується допомога воїнам – все це створює особливий психологічний стан у громаді. Про нього говоритимемо у спеціальному підрозділі.

### *1.6. Керівництво і координація кластеру*

Це питання детально обговорювалось учасниками кластеру. Більшість з них звертали увагу на заслуги лідерів кластеру, що часто виступали їх засновниками. Використовували

the Opishnia initiative, and the Boykivskiy koloryt cluster.

There are indeed certain mental and psychological challenges that affect the functioning of clusters within communities. One such issue is the limited involvement in tourist services, often due to apprehension towards this new entrepreneurial venture. In some instances, this has resulted in city dwellers constructing or purchasing rural homes, as they are better equipped to provide this service. This has been observed in the “Dyvosvit” ethnic village, among others. Organizational difficulties in cluster development often stem from disputes or conflicts among local leaders in the tourism sector. Each party has specific grievances against the others, typically related to service provision and personal character. This has hindered the development of certain initiatives, such as the Opishnia cluster in Poltava Oblast, which, despite its significant potential, has not evolved into a successful rural tourism cluster.

In many Ukrainian villages, particularly those near the front lines, the psychological atmosphere of the cluster and community is significantly impacted by ongoing military operations. The influx of tourists diminishes, services for displaced individuals become predominant, and aid for soldiers is organized. All these factors contribute to a unique psychological state within the community. We will talk about it in a special section

### *1.6. Management and Coordination of the Cluster*

This issue was thoroughly discussed by the cluster participants. Most of them acknowledged the significant contributions of the cluster leaders, who often also served as the founders. They

для них терміни – «мама кластеру», «лідер кластеру». Серед відомих лідерів кластеру – Ольга Прокопченко з кластеру «Посулля», Інеса Носенко з етносела «Дивосвіт», Євгенія Молчанова з ферми «Зелений Гай», Оксана Клебан з кластеру «Бойківський колорит», Олександр Паларієв з «Фрумушика-Нова». Всі вони є невід’ємною частиною діяльності та іміджу своїх відповідних кластерів. Часто доводилось чути, якщо відійде один із згаданих лідерів, то справа кластеру зупиниться. Бо саме на цих лідерах задіяно багато справ (організаційних, комунікативних, маркетингових), що визначають діяльність того чи іншого кластеру. Разом з тим, в деяких новостворених кластерних ініціативах їхні лідери тільки набирають досвід, часто відбуваються зміни їх керівництва (кластер «ГорбоГори», кластерна ініціатива «Бойківські газди» і «Зерноленд», Дорога вина і смаку).

З лідерами кластерів часто пов’язане ядро-осердя кластеру, тобто, заклади і структури, що надають основні послуги при відвідуванні туристів (етносело «Дивосвіт», «Посулля», Городище на Житомирщині). Власне до них часто прямують туристи, що зумовлює їх важливість і відповідальність за престиж кластеру.

Координація діяльності кластеру – одне з найважчих завдань його успішного функціонування. Зв’язати в єдиний соціально-економічний механізм різні за функцією об’єкти, що територіально роз’єднані – надважка справа. Багато з лідерів та учасників кластерів проходили вишкіл у національних і міжнародних програмах, брали участь у спеціалізованих тренінгах щодо організації взаємодії

were referred to as the “cluster mother” and “cluster leader”. Notable cluster leaders include Olga Prokopchenko from “Posullya” cluster Inesa Nosenko from the “Dyvosvit” ethnovillage, Yevgenia Molchanova from the “Zelenyi Hai” farm, Oksana Kleban from the “Boykivskyi koloryt” cluster, and Oleksandr Palariev from “Frumushyka-Nova”. These individuals are integral to the activities and image of their respective clusters. It has often been suggested that if any of the leaders were to leave, the cluster’s operations would come to a halt. This is because these leaders are deeply involved in various aspects (organizational, communicative, marketing) that drive the activities of each respective cluster. However, in some newly established cluster initiatives, the leaders are still gaining experience, and leadership roles often change. This is observed in clusters such as GorboGory, the Boykivski Gazdy initiative, and Zernoland, the Road of Wine and Taste.

Cluster leaders are frequently linked to the heart of the cluster, that is, the institutions and structures that offer essential services to tourists. This is observed in clusters such as the “Dyvosvit” ethnovillage, “Posullya” and Horodyshche in Zhytomyr Oblast. In reality, these leaders often serve as the primary destinations for tourists, which underscores their significance and responsibility in upholding the cluster’s prestige.

Coordinating cluster activity is a challenging aspect of its successful operation. It’s a complex task to integrate geographically dispersed entities with diverse functions into a unified socio-economic system. Many cluster leaders and participants have undergone train-

суб'єктів у кластерних структурах.

Проведене опитування українських кластерів сільського туризму виявило, що справа ефективної взаємодії та координації їх діяльності є слабким місцем. В першу чергу багато лідерів кластерів скаржились на брак фахових менеджерів (координаторів) при організації заходів. На такого координатора лягає багато питань з організації обслуговування туристів, співпраці з партнерами, фінансово-господарського обліку заходів. Багато з кластерів не може фінансово утримувати такого менеджера-координатора, особливо у воєнний період лідерам доводиться додатково брати на себе ці функції або наймати на короткий період високого сезону окремих працівників.

По-друге, учасники кластеру. Особливо якщо це місцеві громади, мають свої домашні справи у селянському господарстві. Неодноразово розповідали про зриви майстер-класів у кластерах у зв'язку з тим, що в цей самий час доводилось виконувати термінову домашню роботу, таку як доїння кози у кластері «Посулля – Старий Млин». Ця неузгодженість між учасниками кластеру часто впливає на якість послуг сільського туризму.

По-третє, реалізація ідеалізованої схеми взаємодії учасників кластерів сільського туризму вимагає доброї структуризації основних учасників (базовий, партнерський, підтримуючий рівень) та забезпечення їх взаємовигідними зв'язками. В деяких українських кластерах добре працюють і взаємодіють базовий рівень (садиби, агрооселі, фермерські господарства) і партнерські організації (транспортні, музеї, турфірми), але

ing in national and international programs and have participated in specialized training focused on organizing interactions within cluster structures.

The survey conducted among Ukrainian rural tourism clusters revealed that effective interaction and coordination of their activities is a significant challenge. First of all, many cluster leaders expressed concerns about the absence of professional managers or coordinators during event organization. These coordinators are typically responsible for a wide range of tasks, including the organization of tourist services, collaboration with partners, and financial and economic management of events. Several clusters struggle to financially support a dedicated manager-coordinator, especially during the war period. As a result, cluster leaders often have to assume these responsibilities themselves or hire temporary staff during the high season.

Secondly, the members of the clusters, particularly those from local communities, often have their own responsibilities related to rural life. There have been numerous instances where master classes in the clusters were disrupted because members had to attend to urgent tasks at home, such as milking a goat in the “Posullya – Saryi Mlyn” cluster. This lack of consistency among cluster members can often impact the quality of the rural tourism services provided.

Thirdly, the realization of an idealized interaction scheme among rural tourism cluster participants necessitates effective structuring of the main participants (those at the basic, partner, and supporting levels) and the establishment of mutually beneficial connections among them. In some Ukrainian clus-

недостатня підтримка місцевої влади, наукових і освітніх закладів. В інших кластерах акцент робиться на активну взаємодію базового рівня і підтримуючого (місцева влада, освітні заклади). Така неповна взаємодія учасників в кластері не розкриває всіх їхніх можливостей та гальмує розвиток цих інноваційних структур у сільському середовищі.

#### *1.7. Участь місцевих органів влади у кластері*

Це питання детально дискутувалось з учасниками кластерів. Більшість з них підкреслювали або активну, або помірну допомогу у розвитку кластерів.

Для кластерів, що давно функціонують і відомі своєю діяльністю, характерні тісні зв'язки з районними і обласними відділами, що відповідають за туризм. Ця співпраця проявляється у забезпеченні реклами кластерів, участі у туристичних і сільськогосподарських виставках, фінансуванні окремих заходів. Зокрема, про такий формат співпраці заявляли кластери «Посулля», етносело Дивосвіт, агротуристичний кластер Городище на Хмельниччині, Зелений Гай та інші. У багатьох кластерах державні і місцеві органи влади входять у групу їх засновників. Вони просувають ці кластери у програми підтримки бізнесу, що сприяє їх активному розви-

ters, there is effective interaction between the basic level entities (such as homesteads, agricultural settlements, and farms) and partner organizations (including transport services, museums, and travel agencies). However, the support from local authorities, scientific, and educational institutions is often lacking. In other clusters, the focus is on fostering active interaction between the basic level and the supporting level, which includes local government and educational institutions. This incomplete interaction among cluster participants does not fully utilize their potential and hinders the development of these innovative structures in the rural environment.

#### *1.7. Involvement of Local Authorities in the Cluster*

This issue was discussed in detail with the participants of the cluster. Most of them highlighted the need for either active or moderate assistance in the development of clusters.

Clusters that have been operational for a long time and are recognized for their activities typically have strong connections with district and regional departments responsible for tourism. This collaboration is evident in the promotion of clusters, participation in tourism and agricultural exhibitions, and funding of individual events. Specifically, clusters such as Posullya, the Dyvosvit ethnovillage, the Horodyshche agrotourism cluster in the Khmelnytskyi region, Zelenyi Hai, and others have declared this form of collaboration. In many clusters, state and local authorities are among the founding members. These authorities promote these clusters to business support programs, contributing

тку. Зокрема, така ситуація характерна для двох провідних агротуристичних кластерів – «Фрумушика-Нова» і «ГорбоГори».

Для низки кластерів саме активна співпраця з локальною владою громад забезпечує їх активне функціонування. Тут налагоджений безпосередній контакт лідерів кластерів з керівниками територіальних громад у плануванні та реалізації рекреаційно-туристичних заходів. Саме така модель працює у сільських кластерах Городище, у Камінь-Каширському і «Бойківські газди», Колочава та інших.

Разом з тим, в низці кластерів місцева влада не приділяє уваги розвитку кластерів, тут туристично-рекреаційна діяльність не є пріоритетом. Хоч потенціал для розвитку кластерів досить значний. Деякі з *інтерв'ююваних* заявляють, що як місцеві, так і державні органи влади не бачать вигоди/прибутку від кластерів і сприймають їх як явище гуманітарного чи креативного порядку (наприклад, кластерна ініціатива «Солонянський»). Раніше згадана кластерна ініціатива «Опішня» відзначала відсутність з боку місцевої влади ентузіазму щодо туристичної діяльності та підтримки концепції кластеру. Інтерв'ю з місцевою владою, навпаки, засвідчило високий ентузіазм і вказувало на складну ситуацію серед членів кластеру. Вкрай важливо знайти взаємодію та компроміс між туристичними підприємцями та місцевою владою щодо розвитку сільського туризму та його кластерної організаційної структури.

Недавнє відкриття Академії сільського розвитку, що було ініційо-

to their active development. This situation is particularly characteristic of two leading agrotourism clusters – “Frumushyka-Nova” and “GorboGory”.

For several clusters, active collaboration with local community governments is what ensures their dynamic operation. Direct contact between cluster leaders and leaders of territorial communities is established in the planning and implementation of recreational and tourist activities. This model is effective in rural clusters such as Horodyshe, Kamyn-Kashirskyyi, “Boykivski gazdy”, Kolochava, and others.

Simultaneously, in several clusters, local authorities do not prioritize the development of clusters, and tourism and recreational activities are not considered important. Despite the significant potential for cluster development, some interviewees have stated that both local and state authorities do not perceive any benefit or profit from clusters. They view them as a humanitarian or creative phenomenon, such as the “Solonyans'kyi” cluster initiative. The previously mentioned “Opishnia” cluster initiative has noted the lack of enthusiasm from local authorities towards tourism activities and the support of the cluster concept. Interview with local authorities demonstrated vice versa their high enthusiasm and referred to the complicated situation among cluster members. It is crucial to find an engagement and compromise between the tourism entrepreneurs and with local authorities on the development of rural tourism and its cluster organizational structure.

The recent inauguration of the Academy of Rural Development, initiated by the Ukrainian Union of Rural Green Tourism, has shown a substantial

ване всеукраїнською Спілкою сільського зеленого туризму в Україні продемонструвало значну зацікавленість місцевих громад та державних органів влади розвитком сільського туризму на своїх територіях. Вони склали близько 40 % учасників відеоконференції-презентації Академії сільського розвитку. Це показує значний потенціал для розвитку взаємодії українських кластерів сільського туризму з місцевими органами влади.

### *1.8. Просування і реклама кластеру*

Залежно від діючої організаційно-функціональної моделі кластеру: «базовий рівень – партнерський рівень» чи «базовий рівень – супроводжуючий рівень», вирішується питання маркетингової політики конкретного кластеру сільського туризму. Для кластерів, де основну роль відіграє взаємодія місцевих підприємців з партнерськими організаціями (аграрні підприємства, транспортні, туристичні фірми і краєзнавці-екскурсоводи) просування послуг і реклама здійснюються самими учасниками та партнерами.

Найпоширенішими інструментами реклами виступають друковані видання (переважно інформаційні листки, буклети), місцеві засоби інформації (переважно газети), а також електронні засоби (web-сторінки кластерів, сайти маркетингових та туристичних агенцій). Важливо, що основним контентом комунікації з потенційними туристами виступають місцеві атракції, традиції села, фестивалі, дійства, послуги оздоровлення і харчування, екскурсійні програми, майстер-класи та інше. Саме такий характер маркетингової діяльності спостерігаємо у багатьох кластерах і

interest from local communities and state authorities in developing rural tourism within their regions. These groups constituted approximately 40% of the participants in the video conference presentation of the Academy of Rural Development. This indicates a significant potential for enhancing the interaction between Ukrainian rural tourism clusters and local authorities.

### *1.8. Promotion and Advertising of the Cluster*

The marketing policy of a specific rural tourism cluster is determined based on its current organizational and functional model, whether it's a "basic level – partner level" or a "basic level – accompanying level". For clusters where the primary role is the interaction of local entrepreneurs with partner organizations (such as agricultural enterprises, transport, tourist companies, and local historian-tour guides), the promotion of services and advertising is undertaken by the participants and partners themselves.

The most prevalent advertising tools are printed materials (primarily informational leaflets and booklets), local media (mainly newspapers), and digital media (cluster web pages, marketing and tourism agency websites). It's crucial that the primary content communicated to potential tourists includes local attractions, village traditions, festival events, health and nutrition services, tour programs, master classes, and so on. This type of marketing activity is observed in many clusters and rural tourism initiatives in Ukraine. Specifically, it applies to clusters such as "Posullya",

кластерних ініціативах з сільського туризму України. Зокрема, це стосується таких кластерів як «Посулля», кластер Камінь-Каширського, кластер Городище, Колочави, Козацький Хутір. «Бойківський колорит», Соляна дорога та інших.

Кластери, де важливою компонентою їх функціонування є суб'єкти супроводжуючого рівня кластерної організації – органи державної і місцевої влади, освітні і наукові інституції, маркетингові фірми, благодійні організації, демонструють більш широкий та інтенсивний спектр маркетингової активізації на ринку споживачів. Ці суб'єкти забезпечують просування кластерів і їхніх послуг на регіональному і всеукраїнському рівні, залучають до виставок і форумів, організовують спільні фестивалі та природоохоронні акції (посадка дерев, благоустрій місцевості), спільні освітні заходи та стажування студентів. Власне завдяки такому рівню маркетингової діяльності забезпечується успішне функціонування таких кластерів сільського туризму як етносело «Дивосвіт», Дорога вина і смаку (Одеська і Херсонська області), Холодний Яр, Фрумущика-Нова, ГорбоГори, «Посулля – Старий Млин» та інші. Ці кластери добре відомі у своїх регіонах, про їхню діяльність знають і використовують їхній досвід в різних сільських місцевостях України. При опитуванні лідерів кластерів виявилось, що маркетингова складова їхньої діяльності не є визначальною у функціонуванні. Це пояснюється тим, що відвідувачі кластеру є досить важливим фактором промоції їхніх послуг. Вони агітують подорожувати у відповідні сільські місцевості своїх

the Kamin-Kashirskiy cluster, the Horodyshe cluster, Kolochavay, Kozatskiy Khutir, “Boykivskiy koloryt”, Salt Road, and others.

Clusters, where key components of their operation are supporting level entities of the cluster organization – such as state and local authorities, educational and scientific institutions, marketing firms, and charitable organizations – exhibit a broader and more intensive range of marketing activities in the consumer market. These entities facilitate the promotion of clusters and their services at both the regional and national level. They involve them in exhibitions and forums, organize joint festivals and environmental initiatives (like tree planting and area beautification), and coordinate joint educational events and student internships. Indeed, this level of marketing activity contributes significantly to the successful operation of rural tourism clusters such as the “Dyvosvit” ethnovillage, Wine and Taste Route (in the Odesa and Kherson regions), Kholodnyi Yar, Frumushyka-Nova, GorboGory, “Posullya – Staryi Mlyn”, and others. These clusters have gained considerable recognition in their respective regions. Their activities are well-known, and their experiences are utilized in various rural areas across Ukraine. During the survey of cluster leaders, it became clear that the marketing aspect of their operations is not the primary factor in their functioning. This is because cluster visitors play a significant role in promoting their services. These visitors advocate for travel to the respective rural areas among their acquaintances and colleagues. Visiting rural areas is becoming a trend among residents of many cities, which was particularly noticeable during the pandemic period. Full scale war

знайомих, співробітників та знайомих. Відвідування сільських місцевостей стає трендом для жителів багатьох міст. Особливо це проявилось під час пандемічного періоду. Повномасштабна війна ще більше посилила цю тенденцію, особливо у Східній Україні, де міста часто обстрілюють, а сільська місцевість вважається безпечнішим і кращим середовищем для відпочинку та життя.

### *1.9. Роль кластеру у привабленні туристів*

На питання про роль кластеру у привабленні туристів у сільську місцевість більшість учасників опитування відповіли позитивно. При цьому вони акцентували на елементах, які сприяють привабленню туристів у їхні місцевості:

- 1) природне середовище чи особливі пам'ятки природи;
- 2) об'єкти історико-культурної і технічної спадщини;
- 3) домашні страви й вироби і запропоновані заняття;
- 4) тиша, спокій, автентичність, гостинність – те, що вирізняє сільську атмосферу від міської.

Діяльність кластерів дозволяє забезпечити такі важливі функції відпочинку на селі як організаційну, освітню, пізнавальну, розважальну. Саме завдяки атракціям, які були створені кластерами або реконструйовані учасниками кластерів вдалось зорієнтувати туристичні потоки на їх відвідування. Серед них тематичний комплекс етносела «Дивосвіт», сторічна садиба в кластері Городище, зооферма в кластері Зелений Гай, тематичні музеї в Колочаві, тематичні гастрономічні шляхи в кластері Дорога вина і смаку.

has further amplified this trend, especially in Eastern Ukraine where cities are often shelled, and the countryside is considered a safer and better environment for recreation and living.

### *1.9. The Role of the Cluster in Attracting Tourists*

In response to the question about the role of the cluster in attracting tourists to rural areas, the majority of survey participants responded positively. Simultaneously, they highlighted the elements that contribute to drawing tourists to their localities:

- 1) the natural environment or unique natural attractions;
- 2) historical, cultural, and technical heritage sites;
- 3) Homemade dishes, crafts, and offered classes;
- 4) silence, tranquility, authenticity, hospitality – aspects that distinguish a rural atmosphere from an urban one.

The activity of clusters enables the fulfillment of such important recreational functions in the village as organizational, educational, cognitive, and entertaining. It was due to the attractions that were either created by the clusters or renovated by the cluster participants that it became possible to direct tourist flows toward their visits. Among them is the thematic complex of the ethnovillage “Dyvosvit”, the century-old manor in the Horodyshche cluster, the zoo in the Zelenyi Hai cluster, thematic museums in Kolochava, and thematic gastronomic paths in the Wine and Taste

Кластери приваблюють туристів розвинутим подієвим туризмом, пов'язаним як з традиційними, так і тематичними святами. Серед них: Фестиваль вина у Фрумушиці-Новій, різноманітні фестивалі й квести Дивосвіті, фестиваль «Борщ у горщику» та Співафест в Опішні, свято «Відкрита калитка» та байкерський зліт у «Ландшафтному парку Світлани Кульбашкіної», історичні реконструкції Середньовіччя у кластері «Бойківські газди», козацькі забави у кластері Козацький Хутір.

Особлива роль кластерів у вирішенні соціальних питань через створення інфраструктури та надання послуг різним групам населення. Особливою соціальною спрямованістю вирізняються кластери Східного і Центрального регіонів України. Вони підтримують тісні зв'язки з місцевими вузами, проводять спільні науково-практичні та освітні заходи. Як зазначають учасники кластерів, що часто креативні ідеї студентів дозволяють по новому поглянути на функціонування кластерів та запропонувати нові послуги (етносело Дивосвіт, «Посулля – Старий Млин», «Солонянський», Зелений Гай). Здійснюються заходи забезпечення інклюзивної доступності та реабілітації учасників АТО та теперішньої російсько-української війни, надається підтримка дітям з неблагополучних сімей. Це значно підвищує значення кластерів як об'єктів з гуманітарно-освітньою місією.

Route cluster.

Clusters draw tourists with their well-developed event tourism, which includes both traditional and themed holidays. Among them are the Wine Festival in Frumushyka-Nova, various festivals and quests in Dyvosvit, the “Borsch in a Pot” festival and the Singing Festival in Opishnia, the “Open Gate” festival and a biker rally in the “Solonyans'kyi”, historical reconstructions of the Middle Ages in the “Boykivski Gazdy” cluster, and Cossack festivities in the Kozatskyi Khutir cluster.

Clusters play a special role in addressing social issues through the creation of infrastructure and provision of services to various population groups. The clusters in the Eastern and Central regions of Ukraine are particularly socially focused. They maintain close ties with local universities and conduct joint scientific, practical, and educational activities. As the participants of the clusters acknowledge, students' creative ideas often provide fresh perspectives on the functioning of the clusters and enable the introduction of new services (Ethnovillage Dyvosvit, “Posullya – Saryi Mlyn”, “Solonyans'kyi”, Zelenyi Hai). Measures are being implemented to ensure inclusive accessibility and rehabilitation for participants in the ATO and the ongoing Russian Ukrainian war. Additionally, support is provided to children from disadvantaged families. This significantly enhances the importance of clusters as entities with a humanitarian and educational mission.

## Вплив війни на діяльність кластерів

У 2022–2023 роках до традиційних питань про кластери українсько-естонська дослідницька група додала питання, які стосуються впливу воєнних дій на діяльність кластерів. Серед цих питань: які зміни відбулись у кластері у зв'язку з воєнною ситуацією, чи реорганізовувалась діяльність кластеру, чи надавалась допомога при вирішенні певних проблем кластеру, як бачите майбутнє діяльності після війни.

Проведені дослідження в Карпатському регіоні показали, що пандемічно-воєнний період 2020–2023 років мав переважно негативний характер для сільського туризму (Зінко, Горішевський, 2020–2023). Це позначилось на зменшенні відвідувачів у садибах, закриттю об'єктів гостинності на селі, суттєве зменшення доходів від сільського туризму. Разом з тим, сільські садиби агротуристичних регіонів Українських Карпат стали важливою нічліжно-гастрономічною базою для переселенців (переміщених осіб) зі Сходу і Півдня у перші місяці війни. Сільські громади і надалі надають посильну допомогу та підтримку переміщеним особам та воїнам української армії.

Опитування, яке стосувалось впливу війни на діяльність кластерних утворень засвідчило, що вона (війна) має суттєве значення для функціонування багатьох українських кластерів сільського туризму. Учасники кластеру постраждали під час окупації та від обстрілів. Більшість з опитаних кластерів підтвердили, що суттєво зменшилась відвідуваність сільських територій під час війни,

## The influence of war on the activity of clusters

In 2022–2023, the Ukrainian Estonian research group incorporated questions concerning the impact of military operations on cluster activities into their traditional set of inquiries about clusters. These questions included: what changes occurred within the cluster due to the war situation? Was there a reorganization of the cluster's activities? Was assistance provided in addressing specific issues within the cluster? How do you envision the future of the cluster's activities post-war?

Research conducted in the Carpathian region indicated that the pandemic-war period from 2020 to 2023 had a predominantly negative impact on rural tourism (Zinko, Horishevsky, 2020–2023). This led to a decline in the number of visitors to estates, the shutdown of hospitality facilities in villages, and a substantial reduction in income derived from rural tourism. Simultaneously, rural estates in the agro-tourism regions of the Ukrainian Carpathians served as a crucial overnight and gastronomic base for displaced persons from the East and South during the initial months of the war. Rural communities are committed to continuing their support and assistance to these displaced persons and the soldiers of the Ukrainian army.

The survey examining the war's impact on cluster formations demonstrated that the war significantly affected the operations of numerous Ukrainian rural tourism clusters. Cluster members have suffered under the occupation and by the shellings. Most of the clusters surveyed confirmed a substan-

причому показник у кілька разів менший від довоєнного. Це особливо проявилось у кластерах, розташованих у прифронтовій зоні (Одеська, Запорізька, Дніпропетровська та Сумська області). З іншого боку, Зелений Гай збільшив кількість відвідувачів, незважаючи на близькість до лінії фронту та руйнування від обстрілів. Вони пояснили це попитом на анімалотерапію та доступними цінами. Як відмічала Інеса Носенко, лідер кластеру етносело Дивосвіт, за роки війни кластер змінив свій профіль відвідувачів. З початку війни він виконував роль прихистку для переселенців, що транзитом приїжджали і зупинялись в закладах розміщення кластеру. Далі сюди направлялись на коротку реабілітацію воїни, а також неповносправні особи за підтримки благодійної організації. Це фактично була харитативна діяльність персоналу кластеру з мінімальним надходженням коштів від спонсорів. Кластер підтримувався для виконання соціально-гуманітарних завдань як органами влади, так вітчизняними й міжнародними громадськими і благодійними організаціями.

Центральне обійстя кластеру «Посулля – Старий Млин» на Сумщині, що представлене готелем біля магістральної траси, зараз теж працює з переселенцями як місцевими (Тростянець), так і з південних і східних областей. Вони зупиняються в готелі на короткий період (2-3 дні) і їдуть далі. Традиційних туристів замінили люди, які приїжджають у відрядження або транзитні туристи перед початком комендантської години.

Важливо теж, що кластери часто ставали ядром допомогових акцій на

tial decrease in visits to rural areas during the war, with the rate being several times lower than pre-war levels. This decline was particularly noticeable in clusters located in the front-line zones, including the Odesa, Zaporizhzhya, Dnipropetrovsk, and Sumy regions. On the other hand, Zelenyi Hai has raised their visitor numbers despite proximity to the frontline and destruction from shelling. They explained it with a demand for animal therapy and affordable prices. As highlighted by Inesa Nosenko, the leader of the Dyvosvit ethnic village cluster, the visitor profile of the cluster underwent significant changes during the war years. From the onset of the war, it functioned as a refuge for displaced persons who arrived in transit and utilized the cluster's accommodation facilities. Subsequently, soldiers and disabled individuals were sent here for brief rehabilitation periods, supported by a charitable organization. This essentially constituted a charitable endeavor undertaken by the cluster staff, funded minimally by sponsors. The cluster received support for fulfilling social and humanitarian tasks from both the authorities and domestic and international public and charitable organizations.

The central bypass of the “Posullya – Saryi Mlyn” cluster in the Sumy Oblast, which includes a hotel near the main road, now also accommodates migrants from both local areas (Trostianets) and the southern and eastern regions. These individuals typically stay at the hotel for a brief period (2–3 days) before moving on. Traditional tourists have been supplanted by individuals on business trips or transit tourists who arrive before the curfew.

It's also noteworthy that clusters

фронті. Спільно з громадами займались заготовкою харчів для фронту, збором теплового одягу, виготовленням окопних свічок та іншим. Як заявила Інеса Носенко, лідер кластеру етно-село Дивосвіт, «...війна виступила хорошим випробувачем кластеру і громади в цілому. Одні відійшли і покинули кластер, а інші навпаки більше згуртувались перед цим небезпечним викликом».

У той же час деякі підприємства відчули помітне зростання своєї діяльності після повномасштабної війни. У Києві та Дніпрі були видатні підприємства. Великі промислові компанії хочуть зберегти свій бізнес, але кордони відкриті, і багато людей покинули країну, що спричиняє брак робочої сили. Багато компаній пропонують заохочення, щоб утримати своїх співробітників, і оскільки в містах відбуваються обстріли, найкращим місцем для заохочувальних заходів є сільська місцевість, що означає значний дохід для компаній сільського туризму.

Відповідь на питання «Як розвиватиметься кластер після війни?», у більшості респондентів була майже однаковою. Вони вірять, що їхній кластер відновиться, кількість туристів неодмінно збільшиться, в тому числі зарубіжних. Цьому сприятиме для прифронтових територій розвиток воєнного туризму з відповідними артефактами війни. Спрацює також так званий «відкладений відпочинок», нереалізований під час війни. Вони переконані, що їхні атракції та різноманітні послуги повернуть до них міських туристів.

Окрім цього, багато учасників ділились новими проектами, які вони реалізують після завершення війни.

frequently became the epicenter of relief efforts at the front lines. In collaboration with communities, they were involved in preparing food for the front, collecting warm clothing, producing trench candles, and more. As stated by Inesa Nosenko, the leader of the Dyvosvit ethnic village cluster, "...the war served as a significant test for both the cluster and the community. Some members withdrew and left the cluster, while others, conversely, became more united in the face of this formidable challenge."

At the same time, several enterprises experienced noticeable growth in their activities after the full-scale war. There were outstanding enterprises in Kyiv and Dnipro. Big industrial companies want to keep their businesses going, but the borders are open, and many people have left the country, which causes a labor shortage. Many companies are offering incentives to keep their employees, and as there are shellings in the cities, the best place for incentive events is the countryside, which means remarkable income to rural tourism companies.

When asked, "How will the cluster develop after the war?" most respondents shared a similar outlook. They believe that their cluster will rebound, and the number of tourists, including those from abroad, will undoubtedly rise. This increase will be aided by the development of military tourism, which will showcase war artifacts from the front-line territories. The concept of "delayed rest," which was unrealized during the war, will also come into play. They are confident that their attractions and various services will draw urban tourists back to their locations.

Additionally, numerous participants shared new projects that they are

Сюди входять рекреаційні центри з альтанками, велодоріжки, пункти реабілітації, нові маршрути, тематичні парки. Сподіваються, що покращиться доступ до сіл через відбудову доріг, акцент буде на благоустрій сіл – тротуари, вуличні дороги, загальний вигляд сіл. Вірять, що можна буде залучити вітчизняних та іноземних інвесторів для реалізації проектів з туристично-рекреаційного облаштування сіл. Кластерам тут відводиться роль головних організаторів відпочинку на селі. Як сказала одна з учасників кластеру етносело Дивосвіт: «Потрібно буде відновлювати емоційне поле села для відвідувачів».

initiating post-war. These include the establishment of recreation centers with gazebos, bike paths, rehabilitation centers, new routes, and theme parks. There is an expectation that access to the villages will improve due to road reconstruction efforts. The focus will be on enhancing the villages – including sidewalks, street roads, and the overall appearance of the villages. The participants are optimistic about attracting both domestic and foreign investors to implement projects aimed at developing tourism and recreation in the villages. In this scenario, clusters are envisioned to take on the role of primary organizers of village recreation. As one participant from the Dyvosvit ethnic village cluster expressed, “It will be the essential field of the village for visitors.”

## **Розділ II. ПЕРЕВАГИ СПІЛЬНОЇ РОБОТИ КЛАСТЕРА ДЛЯ УЧАСНИКІВ КЛАСТЕРУ**

### *2.1. Щодо вигідності бізнесу співробітництво з іншими учасниками*

Тут як більшості питань в опитаних учасників проявили різну ступінь і реальність співпраці з іншими учасниками. В кластерних ініціативах українських сіл співробітництво між учасниками ілюструють перш за все в обслуговуванні туристів. Зокрема, в карпатських селах (громади Ясені та Колочави на Закарпатті) акцентують на можливості розподілу туристів в інші садиби при надмірному завантаженні власної агрооселі. «Поділ туристами» часто тут виступає основною формою співробітництва.

В тих же кластерних ініціативах важливою складовою є співробітництво з громадою та їх керівництвом. Керівники громад часто організують фестивалі, конкурси на туристичну тематику (громада Колочави), навчання для учасників (Валківська громада на Харківі), вирішують актуальні економічні питання чи природокористування при зверненні підприємців сільського туризму (лісокористування і прибирання сміття в Ясниській громаді, реконструкція дороги і вивіз сміття у громаді Колочави), спільна реклама діяльності в друкованих виданнях і на сайтах.

В кластерних ініціативах підкреслюють налагодженість партнерських зв'язків з селянами громади (постачання сільськогосподарських продуктів, надання окремих видів послуг – гірські, кінні подорожі та транспортна доставка туристів).

## **Chapter II. BENEFITS OF CLUSTER COLLABORATION FOR CLUSTER PARTICIPANTS**

### *2.1. On the Profitability of Business Cooperation with Other Participants*

In this context, as with most inquiries, the participants interviewed demonstrated varying degrees and types of cooperation with others. In the cluster initiatives of Ukrainian villages, cooperation among participants is primarily manifested in the provision of services to tourists. Specifically, in the Carpathian villages (the communities of Yaseni and Kolochava in Transcarpathia), they highlight the potential for redirecting tourists to other estates in the event of their agricultural estate becoming overly burdened. This “redistribution of tourists” often constitutes the main form of cooperation here.

In these same cluster initiatives, a crucial element is the collaboration with the community and its leaders. Community leaders frequently organize festivals and competitions on tourism-related topics (as seen in the Kolochava community), provide training for participants (like in the Valky community in the Kharkiv region), and address pressing economic issues or environmental concerns at the behest of rural tourism entrepreneurs (such as forest usage and waste management in the Yaseni community, and road reconstruction and waste management in the Kolochava community). They also jointly promote activities in print publications and on websites.

The cluster initiatives stress the importance of fostering partnership relations with the community villagers. This

Більше за корисний ефект від співробітництва акцентують діючі кластери сільського туризму в українських селах. Вони розглядають вигоди, які отримують члени кластеру від взаємодії між собою, партнерами та підтримуваними організаціями.

Зокрема, кластер «Посулля – Старий Млин» завдяки співробітництву надає для туристів унікальний туристичний маршрут, де одночасно залучається залежно від тематики шляху від 4 до 6 учасників, що отримують певні прибутки від обслуговування. Учасники кластеру отримують консультації і освітні програми за ініціативи місцевих органів влади. Тут налагоджена співпраця з аграріями при проведенні ділових зустрічей, де кластер забезпечує організацію семінарів, розміщення та харчування її учасників. Завдяки співробітництву з освітніми закладами регіону і місцевими краєзнавцями як самі учасники кластеру, так і громади сіл отримали нові знання про історію та природне середовище краю.

Тоді як кластер «Етносело «Дивосвіт» відрізняється різноманітністю послуг, які надаються на території створеного рекреаційно-туристичного комплексу та зацікавленість в обслуговуванні значних груп туристів. Тут проводять різноманітні фестивалі, тематичні заходи, спеціалізовані проекти для осіб з інвалідністю, майстер-класи. Найчастіше обслуговують великі шкільні групи. Залучені до цих акцій члени кластеру у розмовах говорять про матеріальні і моральні вигоди від кластеру. Багато з працюючих у кластері – міські жителі, що добре знають вимоги основного контингенту туристів. Особливу вигоду кластер має від співпраці з

includes the supply of agricultural products and the provision of specific services such as mountain excursions, horseback rides, and the transportation of tourists.

Active rural tourism clusters in Ukrainian villages place a strong emphasis on the mutual benefits of cooperation. They recognize the value that cluster members gain from their interactions with each other, partners, and supporting organizations.

The “Posullya – Staryi Mlyn” cluster, through its cooperative efforts, offers tourists a unique route that draws in 4 to 6 participants depending on the route’s theme. These participants benefit from the services they provide. Additionally, cluster participants have access to consultations and educational programs, thanks to the initiatives of local authorities. Cooperation with farmers is fostered during business meetings, where the cluster facilitates the organization of seminars, as well as the accommodation and meals for its participants. This collaboration with regional educational institutions and local historians has proven beneficial for both the cluster participants and the village communities. They have gained new insights into the region’s history and natural environment, enriching their understanding and appreciation of their locale.

The Ethnovillage “Dyvosvit” cluster stands out due to the wide range of services offered within its recreational and tourist complex, and its focus on accommodating large groups of tourists. It hosts various festivals, thematic events, specialized projects for people with disabilities, and master classes. It frequently caters to large school groups. The cluster members involved in these activities speak of both material and

освітніми закладами, грантовими і благодійними фондами, що привносять інноваційні елементи в обслуговуванні туристів та нові пізнавальні заняття і форми дозвілля. Вигідним для кластеру і громади стало будівництво нових будинків для розміщення туристів і проживання учасників, що сприяє благоустрою і відродженню громади села Геленджик (Запорізька область).

У свою чергу кластер Качанівка де ініціатором виступає тематичний парк, підкреслює важливість співпраці з корпоративним бізнесом Києва і Чернігова, що забезпечують групові його відвідування. Розроблений краєзнавчий маршрут тут базується на співпраці з державними закладами – музеєм і парком Качанівка. Це співробітництво приносить вигоду як самому тематичному парку, що спеціалізується на козацьких забавах, так і названим державним закладам, які забезпечують екскурсіями колективні групи туристів.

## *2.2. Кластерне співробітництво як спосіб скорочення експлуатаційних витрат бізнесу*

Це питання для більшості учасників кластеру потребувало додаткового пояснення або зрозумілого прикладу. Разом з тим, більшість лідерів кластерів зрозуміла суть цього пи-

moral benefits derived from their participation in the cluster. Interestingly, many of those working in the cluster are city dwellers who have a good understanding of the needs and expectations of most tourists. The cluster greatly benefits from its collaborations with educational institutions, as well as grant and charity funds. These partnerships introduce innovative elements to tourist services, along with new educational activities and leisure options. The construction of new buildings for tourist accommodation and participant lodging has proven advantageous for both the cluster and the community. It not only enhances the tourist experience but also contributes to the beautification and revitalization of the Gelendzyk village community in the Zaporizhzhia region.

In turn, the Kachanivka cluster (Chernihiv region), where the theme park is a key player, underscores the importance of collaboration with the corporate businesses in Kyiv and Chernihiv. This collaboration ensures group visits to the park. The local history route developed here is a result of cooperation with state institutions, specifically the Kachanivka Museum and Park. This cooperation is mutually beneficial for both the theme park, which specializes in Cossack entertainment, and the state institutions, which provide tours for groups of tourists.

## *2.2. Cluster Cooperation to Reduce Business Operating Costs*

For most of the cluster participants, this question needed an additional explanation or a clear example. However, many cluster leaders understood the essence of this issue. In particular, the leader of the cluster Ethnovillage “Dyvosvit” sees a reduction in costs for

тання. Зокрема, лідер кластеру «Етносело «Дивосвіт» вбачає скорочення витрат на організацію акцій через залучення волонтерів, використання місцевих продуктів у забезпеченні харчування, а також економії на рекламі. Через добру комунікацію з партнерами (школи, вузи, органи влади) вони добре поінформовані про заходи, які відбуваються в цьому рекреаційно-туристичному кластері. За словами лідера кластеру «Посулля», комплексне обслуговування туристів на пропонованому туристичному маршруті підвищує якість туристичного продукту та дозволяє оптимально використовувати наявні туристичні ресурси. Тут теж реклама пропозицій кластеру здійснюється через самих учасників поїздки.

Треба сказати, що парадокс українських кластерів сільського туризму полягає в тому, що традиційна економія на рекламі послуг об'єднаних у кластері замінюється (підміняються) так званим «сарафанним радіо» – коли їх послуги рекламують учасники подорожі. На такий вид економії рекламної діяльності вказували учасники кластерів від Карпат до Придніпров'я та Слобожанщини.

Добра організація та відомість кластеру дозволяє економити не тільки на рекламі його пропозицій, але залучати кошти, забезпечувати активність за рахунок суб'єктів підтримуючого рівня. Зокрема, багато фестивальних дійств, тренінгів в «Солонянський» організовується за рахунок благодійних фондів або меценатів. Вони цінують імідж та досвід кластеру.

Разом з тим, коли кластер позбувається традиційного свого клієнта, у

the organization of actions through the involvement of volunteers, the use of local products in providing food, as well as savings on advertising. Due to good communication with partners (schools, universities, authorities), they are well informed about the activities that take place in this recreation and tourism cluster. According to the leader of the cluster “Posullya”, comprehensive service to tourists on the proposed tourist route increases the quality of the tourist product and allows optimal use of available tourist resources. Here, too, the cluster offers are advertised through the trip participants themselves.

It must be said that the paradox of Ukrainian rural tourism clusters lies in the fact that the traditional economy on advertising services united in the cluster is replaced by the so-called “word of mouth” – when their services are advertised by the participants of the trip. Participants of the clusters from the Carpathians to the Dnieper region and Sloboda Ukraine (locally known as Slobozhanshchyna) indicated this kind of economy of advertising activity.

Good organization and notoriety of the cluster allow you to save money not only on advertising its offers, but also to attract funds and ensure activity at the expense of entities of the supporting level. Many festival events and trainings in the “Solonyans'kyi” are organized at the expense of charitable foundations or patrons. They value the image and experience of the cluster.

At the same time, when the cluster gets rid of its traditional client, its losses increase, and it becomes unprofitable to carry out activities. An example here can be the “Sokolynyi Khutir”, where collective tourist groups were the primary visitors. In the Cossack theme

нього зростають втрати і заходи проводити стає не вигідно. Тут прикладом може слугувати кластер «Соколинний хутір», де базовим відвідувачем були колективні туристичні групи. В тематичному козацькому парку рентабельними є козацькі забави, які охоплюють групу в 10–15 осіб. У воєнний час такі групи приїжджають рідко, переважають індивідуали. Це веде до зростання експлуатаційних витрат та зменшення колективу тематичного парку.

Досягнення зрілості українських кластерів сільського туризму бачиться в тому, що ідея латентного чи тривалого співробітництва у кластерах і кластерних ініціативах буде приносити не тільки видимі морально-емоційні дивіденди, але й соціально-економічні вигоди. Вони проявлятимуться як у збільшенні інтенсивності туристичного руху, розширенні спектру послуг, залученні нових людей до сільського туризму, організації спільного просування розробленого туристичного продукту. Тоді більшість учасників кластеру відповідатиме на питання вигоди співробітництва між собою таким чином: «Більше заробляю і це моя основна праця».

### *2.3. Кластерне співробітництво для покращення доступу до ресурсів*

Відповідаючи на питання про покращення доступу до ресурсів, багато представників відмічали, що кластери в першу чергу дозволяють забезпечити доступ до інформаційних ресурсів. Тут мова йде про інформацію щодо можливостей інших учасників кластеру, їх освітнього та рекламного забезпечення, а також про потенційних відвідувачів. Саме

park, Cossack parties are cost-effective, covering a group of 10–15 people. In wartime, such groups rarely come, individuals prevail. This leads to an increase in operating costs and a decrease in the staff of the theme park.

The maturity of Ukrainian clusters of rural tourism can be seen in the fact that the idea of latent or long-term cooperation in clusters and cluster initiatives will bring not only visible moral and emotional dividends, but also socio-economic benefits. They will manifest themselves in increasing the intensity of tourist traffic, expanding the range of services, attracting new people to rural tourism, and organizing the joint promotion of the developed tourist product. Then most cluster participants will answer the question of the benefits of cooperation among themselves in the following way: “I earn more, and this is my main job.”

### *2.3. Cluster Cooperation to Improve Access to Resources*

In response to the question about enhancing resource accessibility, numerous representatives highlighted that clusters mainly facilitate access to informational resources. This pertains to information regarding the capabilities of other cluster members, their educational and promotional support, as well as potential visitors. Active Ukrainian rural

активні українські кластери сільського туризму акцентують на тісну інформаційну співпрацю з базовими. Партнерськими та супроводжуваними суб'єктами рівнів кластеру.

У багатьох кластерах і кластерних ініціативах важливою є співпраця щодо вирішення актуальних проблем самого кластеру та їхніх громад. Колективні звернення учасників кластеру до місцевих і державних органів влади дозволяють вирішувати низку інфраструктурних (дороги, інтернет забезпечення), екологічних (вирубка лісів, озеленення), соціальних (реклама діяльності кластерів) проблем. Такі колективні звернення мають часто значні практичні ефекти. Кластери, які налагодили співпрацю з освітніми закладами, програмами підтримки підприємців забезпечують залучення фахівців (експертів) на проведення тренінгів, розробку нормативно-правової документації для кластеру в цілому та окремих його членів. Студенти часто виступають волонтерами, а також розробляють проекти з модернізації діяльності кластеру в цілому та окремих його членів. Саме такі ресурси успішно використовують кластери Етносело «Дивосвіт», «Посулля», Дорога вина і смаку (Одеська область).

Сільські туристичні кластери часто вирізняє добрий доступ до забезпечення туристів агропродукцією та дарами природи. Багато кластерів засвідчили, що поява туристів активізувала місцеву громаду, яка реалізує свою гордину, м'ясопродукти, різноманітні консервування для харчування відвідувачів сільських місцевостей. Часто кластери роблять замовлення на вирощування певних видів гордини для її подальшої переробки

tourism clusters underscore the importance of close informational cooperation with the primary ones. This is achieved through partnerships and support at various cluster levels.

In numerous clusters and cluster initiatives, collaboration in addressing the immediate issues of the cluster and their communities is crucial. Joint appeals from cluster members to local and state authorities enable the resolution of various infrastructural (such as roads, internet provision), environmental (like deforestation, greening), and social (promotion of cluster activities) problems. These collective appeals often yield substantial practical impacts. Clusters that have forged partnerships with educational institutions and entrepreneur support programs ensure the engagement of specialists or experts in conducting trainings and developing regulatory and legal documentation for both the cluster as a whole and its individual members. Students frequently serve as volunteers and devise projects to enhance the operations of the cluster and its individual members. Such resources are effectively utilized by clusters such as Ethnovillage “Dyvosvit”, “Posullya”, and the Wine and Taste Route in the Odesa region.

Rural tourism clusters are frequently characterized by excellent access to agricultural products and natural gifts for tourists. Many clusters have reported that the influx of tourists has invigorated the local community, which sells its vegetables, meat products, and various preserves for the sustenance of rural visitors. Clusters often commission the cultivation of specific types of vegetables for their subsequent processing into canned food for sale to tourists. Ecological products from rural homesteads and traditional food significantly

на консерви для продажу туристам. Екологічна продукція з сільських присадибних ділянок та традиційна їжа є важливими факторами привабливості кластерів сільського туризму.

Кластери часто виступають ініціаторами низки проектів з благоустрою громад, розвитку певних туристичних послуг, культурно-освітніх заходів. Такі проекти залучають значні кошти, людські ресурси та створюють імідж кластеру і громадам. Такого типу проектний менеджмент функціонування кластерів із залученням цільових інвестицій характерний для кластерів Подніпров'я, Слобожанщини. На нього, як перспективний напрям, роблять акцент карпатські кластери: «Бойківський колорит», громад Ясені та Колочави.

#### *2.4. Кластерне співробітництво для здобуття переваги в маркетингу та рекламі*

Важливість питання активного маркетингу в діяльності кластерів сільського туризму визнавала більшість респондентів. Разом з тим шляхи реалізації маркетингової політики кластерів досить вирізняються.

Уже було відмічено, що багато українських кластерів і кластерних ініціатив сільського туризму роблять акцент на «живу рекламу» – тобто туристів, що відвідали їх і отримали відповідні послуги. Деякі з них не бачать необхідності спільної реклами для певного кластеру, а використовують індивідуально відомі регіональні маркетингові агенції, наприклад, Karpaty.info в західному регіоні чи національну платформу резервації мережі Booking.com. Хоча визнають користь від спільної промоції учасників певного кластеру.

contribute to the appeal of rural tourism clusters.

Clusters frequently serve as the catalyst for various community enhancement projects, the advancement of specific tourist services, and cultural and educational events. These projects draw substantial funds and human resources and help shape the image of the cluster and communities. This form of project management, which involves targeted investments in the functioning of clusters, is typical for clusters in the Dnieper region and Slobozhanshchyna. Carpathian clusters, such as “Boykivskyi Koloryt” and the communities of Yaseni and Kolochava, view this as a promising approach.

#### *2.4. Cluster Cooperation to Gain Advantage in Marketing and Advertising*

Most respondents acknowledged the significance of active marketing in the operations of rural tourism clusters. However, the methods of implementing the clusters' marketing policies vary considerably.

As previously mentioned, many Ukrainian clusters and rural tourism initiatives place a strong emphasis on “live advertising” – that is, leveraging the experiences of tourists who have visited them and availed their services. Some do not see the need for collective advertising for a specific cluster, but instead, individually utilize well-known regional marketing agencies, such as Karpaty.info in the western region, or the national reservation platform of the Booking.com network. Despite this, they acknowledge the advantages of joint promotion for the members of a specific cluster.

Кластери, що активно співробітничують з органами місцевої влади чи державними установами, забезпечують свою рекламу у їхніх друкованих виданнях або сайтах. Так закарпатські кластери громад Колочави і Ясені свої пропозиції подають в агротуристичних каталогах від обласного управління туризму, інформаційних буклетах та сайтах місцевих громад. Беруть активну участь у туристичних ярмарках та масових заходах, які організовують владні структури.

У багатьох українських кластерах важливим інструментом просування пропозицій виступають соціальні мережі. Створюють спільно або з допомогою місцевих органів влади сторінку у соцмережі: в Карпатському регіоні – «Зелені садиби Колочави», «Бойківський колорит»; на Придніпров'ї – сторінка Facebook кластеру сільського туризму Етно-село «Дивосвіт»; на Слобожанщині – рекламна сторінка Спілки сільського туризму від Валківської громади. Для кластерів зі значним досвідом функціонування важливим компонентом є створення власного сайту в мережі Інтернет, де представлена повна інформація про види діяльності і пропозиції для туристів. Серед таких кластерів: «Посулля», «Фрумушика-Нова», «ГорбоГори», «Соколиний хутір» та інші.

У кластерах, де значний туристичний рух, який організовується туристичними фірмами, значна роль відводиться їх рекламній діяльності з просування послуг кластеру. У Придніпров'ї до відомих кластерів десятки турфірм залучали відвідувачів на заходи та екскурсійні маршрути (Етно-село «Дивосвіт», «Солонянський») у довоєнний період. В Карпатському

Clusters that actively collaborate with local authorities or state institutions often advertise in their printed publications or websites. For instance, the Transcarpathian clusters of the Kolochava and Yaseni communities showcase their offerings in agrotourism catalogues from the regional tourism office, as well as in information booklets and on the websites of local communities. They also actively participate in tourist fairs and mass events organized by the authorities.

In numerous Ukrainian clusters, social networks play a crucial role in promoting their offerings. They create social media pages either jointly or with the assistance of local authorities. For instance, in the Carpathian region, the “Green estates of Kolochava” and “Boykivskiy Koloryt” have their own pages. In the Dnieper region, the rural tourism cluster Ethnovillage “Dyvosvit” has a Facebook page. In Slobozhanshchyna, the Union of Rural Tourism from the Valky community has an advertising page. For clusters with substantial operational experience, establishing their own website on the Internet is a key component. These websites provide comprehensive information about their activities and offerings for tourists. Clusters such as “Posullya”, “Frumushyka-Nova”, “GorboGory”, and “Sokolynyi Khutir” are among those that have successfully implemented this strategy.

In clusters with significant tourist traffic, which is organized by travel firms, their advertising activities play a crucial role in promoting the services of the cluster. In the Dnieper region, dozens of travel agencies used to attract visitors to events and excursion routes, such as the Ethnovillage “Dyvosvit” and

регіоні лише окремі турфірми просу-вали тематичні шляхи з використан-ням пропозицій кластерів сільського туризму. Найвідоміші з них – це «Карпати Travel» і «Відвідай» з міста Львова.

Багато з учасників кластеру зізнались, що маркетинг послуг та їх реклама є досить дорогими. Сільський туризм, який активно включає у свою діяльність гуманітарну, харитативну та соціальну складову, широко використовує елементи солідарної економіки. Це особливо проявляється у проведенні спільних заходів з міськими жителями: святкування народних свят (Свято Купала та вечорниці у кластері «Посулля»); екологічні акції (висадка дерев у кластері Етно-село «Дивосвіт»); реабілітація військових (кластерна ініціатива Валківська). Такі спільні дієства мають значний резонанс в регіоні, висвітлюються в місцевих друкованих виданнях і електронній мережі. Як правило, в таких акціях створюються тимчасові креативні групи, що займаються промоцією і реалізацією акцій.

Дуже важливим компонентом просунутих кластерів є створення інформаційної бази постійних його відвідувачів. Цей підхід, який добре працює у сфері гостинності з постійними клієнтами, дає також ефекти у сільському туризмі. Комунікація з постійними відвідувачами або колективами, зокрема, школи і бізнес-групи, дозволила багатьом кластерам пережити важкий пандемічно-воєнний період.

the “Solonyans'kyi,” during the pre-war period. In contrast, in the Carpathian region, only a few travel agencies promoted thematic routes using the offerings of rural tourism clusters. The most renowned among them are “Karpaty Travel” and “Vidviday”, both based in the city of Lviv.

Many participants in the cluster have acknowledged that marketing and advertising services can be quite costly. Rural tourism, which actively incorporates humanitarian, charitable, and social aspects into its operations, extensively employs elements of the solidarity economy. This is particularly evident in the organization of joint events with city residents. These include the celebration of national holidays, such as the Midsummer holiday and vespers in the “Posullya” cluster; environmental initiatives, like tree planting in the Ethnovillage “Dyvosvit” cluster; and military rehabilitation under the Valky cluster initiative. These joint activities resonate significantly within the region and are featured in local print publications and online networks. Typically, temporary creative groups are formed during these activities, which are responsible for promoting and executing the events.

An essential component of advanced clusters is the establishment of a database for its regular visitors. This strategy, which has proven effective in the hospitality industry with repeat customers, also yields results in rural tourism. Communication with regular visitors, including schools and business groups, has enabled many clusters to weather the challenging period of the pandemic and war.

### Розділ III. РОЛЬ ТУРИЗМУ В РЕГІОНАЛЬНОМУ РОЗВИТКУ

#### *3.1. Оцінка ролі туризму в регіональному розвитку*

Питання впливу туризму на розвиток регіону часто заставляло учасників кластеру з'ясувати, що значить поняття регіону. Вони могли детально розповісти, як впливає туризм в межах кластеру, а більший просторовий масштаб дещо утруднював об'єктивність їх оцінки. Тому відповіді були змішаного характеру, де оцінювався вплив на певну місцевість і регіон (область, частина області) в цілому.

У першу чергу респонденти з віддалених населених пунктів – «ведмежих кутів», відмічали позитивний вплив на благоустрій сіл, активізацію діяльності місцевих жителів (південні райони, Придніпров'я, Слобожанщина, Карпати і Полісся). Відмічали більшу зацікавленість учасників кластеру і туристів знаннями про природу та історію рідного краю: «більше цінуємо свою малу батьківщину» («Солонянський»). Багато з відвіданих спостерігачами музеїв теж стверджували, що їх діяльність в значній мірі пов'язана з прибуттям туристів (Музей Бермана на Придніпров'ї, Музей Валківської громади, скансен і музеї Колочави). Завдяки рекламі туристичних фірм музей німецьких колоній імені Бермана увійшов у десятку найкращих атракцій Дніпропетровщини.

Важливими були відповіді про роль туризму в регіоні керівників обласних муніципальних структур і адміністративних районів, а також голів місцевих територіальних громад.

### Chapter III. THE ROLE OF TOURISM IN REGIONAL DEVELOPMENT

#### *3.1. Assessment of the Role of Tourism in Regional Development*

The question of how tourism influences the development of a region often led the cluster participants to clarify what is meant by region. They could elaborate on how tourism impacts the cluster, but the larger spatial scale somewhat complicated their objective assessment. As a result, their responses were varied, assessing the impact on both a specific locality and the region (oblast, or part of the oblast) as a whole.

Firstly, respondents from remote settlements highlighted the positive impact on the enhancement of villages and the activation of residents' activities. This was particularly noted in the southern regions, Dnipropetrovsk region, Slobozhanshchyna, Carpathians, and Polissya. They observed an increased interest from both cluster participants and tourists in learning about the nature and history of their homeland. As one respondent from "Solonyans'kyi" put it, "we value our small homeland more". Many of the museums that observers visited stated that their operations are significantly linked to tourist arrivals. This includes the Berman Museum in the Solonyanski cluster, the Museum of the Valky cluster, the open-air museum, and the museums of Kolochava. Thanks to the promotional efforts of travel companies, the Berman Museum of German Colonies has been listed among the top ten attractions in the Dnipropetrovsk region.

Responses about the role of tourism in the region from the heads of re-

Вони сходились на тому, що туризм соціально і економічно піднімає регіон чи певну територіальну громаду. Цьому у значній мірі сприяє діяльність кластерів сільського туризму. Туризм активізує регіон та його окремі частини, залучає до співпраці різні галузі (транспорт, постачальників агропродукції, торгівля та освітні заклади регіону). Відмічають учасники вплив на культуру споживання їжі туристів та формування відповідного психологічного клімату у місцевості. Багато учасників відмічали зацікавленість українською природною і культурною спадщиною туристами із за кордону, що відвідували окремі центри кластерів (екоферма в кластері Етносело «Дивосвіт», «Соколинний Хутір», Колочавська громада, «Фрумущика-Нова»). Створена туристична інфраструктура у сільській місцевості відіграла значну роль в обслуговуванні переселенців з місць бойових дій. Заклади розміщення і харчування у сільській місцевості надавали прихисток сотням і тисячам переміщених осіб.

Разом з цим, це питання спонукало співробітників говорити про проблеми і перспективи розвитку туризму в регіоні. Зокрема, Колочавська громада бачить перспективу розвитку туризму у місцях поблизу природоохоронних територій через співпрацю сільських садіб і туристичної інфраструктури парків (національний парк «Синевир»), де сільська гостинність доповнюється активним і екологічним туризмом. Акцентували на співпраці осередків сільського туризму і освітніх закладів, особливо шкіл, де відвідування сільських районів сприяє розвитку світогляду і на-

gional municipal structures, administrative districts, and local territorial communities were significant. They concurred that tourism socially and economically uplifts a region or a specific territorial community. This is greatly aided by the activities of rural tourism clusters. Tourism invigorates the region and its individual parts, drawing various industries into collaboration, including transport, suppliers of agricultural products, trade, and educational institutions in the region. Participants noted the influence of tourism on the culture of food consumption and the creation of an appropriate psychological atmosphere in the area. Many participants highlighted the interest in Ukrainian natural and cultural heritage shown by foreign tourists who visited individual centers of the clusters, such as the eco-farm in the “Ethnovillage Dyvosvit” cluster, “Sokolinyi Khutir”, the Kolochava community, and “Frumushyka-Nova”. The tourist infrastructure developed in rural areas played a significant role in accommodating refugees from conflict zones. Lodging and food services in these rural areas provided shelter to hundreds, even thousands, of displaced persons.

Simultaneously, this issue led employees to discuss the challenges and potential for tourism development in the region. Specifically, the Kolochava community envisions the potential for tourism development in areas adjacent to nature conservation sites. This would be achieved through the collaboration of rural estates and the tourist infrastructure of parks, such as Synevyr National Park. Here, rural hospitality is enhanced by active and ecological tourism. Emphasis was placed on the collaboration between rural tourism centers and educational institutions, particularly

буття певних навиків (кластери Слобожанщини і Подніпров'я). Одночасно кластери можуть стати осередками обслуговування активного туризму на національних і регіональних маршрутах (Поліська хата, Тетерів, Ясинська громада).

Разом з тим були відмічені при опитуванні учасників кластерів сільського туризму окремі проблеми, які пов'язані з туризмом. Не у всіх територіальних громадах туризм є у пріоритеті, відмічали залишковий характер фінансування розвитку туризму в регіонах. В сучасних умовах воєнних подій туризм не є в пріоритеті регіональної і місцевої влади і часто поставлений на «перерву».

### *3.2. Розвиток відстаючих регіонів через туризм*

Більшість кластерів сільського туризму, опитаних під час дослідження, розміщувались у так званих «ведмежих кутах». Вони характеризуються значною віддаленістю від великих міст, депопуляцією місцевого населення, слабо розвиненою технічною і соціальною інфраструктурою. Як заявив голова Колочавської громади, після пропозиції щодо релокації певних виробництв у їхнє село з десятка потенційних інвесторів майже всі відмовились через особливості геолокації.

Але досвід багатьох регіонів і місцевостей з локалізації кластерів свідчить, що туризм є вадливим центром активізації соціально-економічного життя громади. Такі відроджені місцевості як Фрумушика-Нова чи декомунізовані села Геленджик, Соло-

schools. Visiting rural areas contributes to worldview development and skill acquisition. This was particularly noted in the clusters of Slobozhanshchyna and the Dnieper region. Concurrently, these clusters have the potential to become service centers for active tourism on both national and regional routes, such as Horodishche, Teteriv, and the Yasynska community.

Simultaneously, the survey of rural tourism cluster participants highlighted certain challenges associated with tourism. Not all territorial communities prioritize tourism, and the funding for tourism development in the regions is often residual. In the current context of war, tourism is not a priority for regional and local authorities and is frequently put on “hold”.

### *3.2. Development of Lagging Regions through Tourism*

Most of the rural tourism clusters surveyed during the research were in remote areas. They are characterized by their significant distance from larger settlements, a declining local population, and underdeveloped technical and social infrastructure. As the head of the Kolochava community stated, an offer was made to relocate certain industries to their village. However, out of a dozen potential investors, almost all declined due to the challenges posed by geolocation.

However, the experience of many regions and localities in localizing clusters shows that tourism is not a perfect solution for revitalizing the socio-economic life of the community. Localities such as Frumushyka-Nova and the decommunized villages of Gelendzyk, Soloshyno, and Horodyshche have be-

шино, Городище розпочали етап відродження завдяки активізації розвитку туристичної інфраструктури та заходів, що розраховані на приїзд переважно міських жителів. Це дозволило зупинити процес вимирання сіл та привабити деяких міських жителів на постійне або тимчасове проживання.

Ці процеси супроводжувались відродженням фольклорних традицій, місцевих ремесел, створенням і облаштуванням музеїв, місць відпочинку та реконструкцією важливих атракційних об'єктів (давні садиби, городища, старі млини).

Хорошим прикладом активізації розвитку туризму в регіоні може служити гірськолижний курорт Буковель в Карпатському регіоні, де колишнє гуцульське село Паляниця було модернізоване, а його угіддя стали основою для облаштування різноманітних рекреаційно-туристичних об'єктів цього комплексу. Тут важливим є те, що гірськолижний комплекс став стимулом розвитку сільського туризму прилеглих сіл Татарів і Микуличин з відповідною інфраструктурою гостинності. Тому «буковельська модель» дуже популярна в карпатських сільських громадах і багато громад (Ясницька, Колочавська) бажають розвивати такі масові варіанти туризму у своїх місцевостях. Хоча їм би більше відповідав характер малоформатного і екологічного туризму без значного впливу урбанізації, з якою пов'язана туристична інфраструктура.

### *3.3. Туризм як допомога у створенні нових робочих місць*

Учасники дослідження представляли собою як власників приватних

гун to revive, thanks to the intensification of tourist infrastructure development and events designed primarily for urban residents. This has halted the process of village extinction and attracted some city dwellers for permanent or temporary residence.

These processes were marked by the revival of folklore traditions and local crafts, the establishment and organization of museums, recreational areas, and the restoration of significant attractions such as ancient manors, hillforts, and old mills.

A prime example of tourism development activation in a region is the Bukovel ski resort in the Carpathian region. The former Hutsul village of Palyanytsa was modernized, and its land was used as the foundation for various recreational and tourist facilities within this complex. Importantly, the ski complex has spurred the development of rural tourism in the nearby villages of Tatariv and Mykulychyn, complete with a corresponding hospitality infrastructure. Consequently, the “Bukovel model” is highly popular among Carpathian rural communities, with many (such as Yasnyska and Kolochava) aspiring to develop similar mass tourism options in their localities. However, these communities might be better suited for small-scale and eco-tourism, which doesn't involve the significant urbanization associated with tourist infrastructure.

### *3.3. Tourism as a Tool in Creating New Jobs*

The research participants identified themselves as owners of private estates,

садиб, рекреаційно-туристичних комплексів, готельно-ресторанних об'єктів, керівників громад, що зумовило широкий спектр відповідей на питання робочих місць на селі. Керівники громад, наприклад, відмічали позитивні зміни щодо зайнятості в місцях, які залучені до кластерів туризму або його розвивають. Часто, як уже відмічалось, тут знаходять місце роботи міські жителі, які краще розуміють індустрію туризму. Разом з тим, у дуже віддалених районах Карпат (Колочавська громада) більшість працездатних людей знаходяться у статусі безробітних і їдуть на заробітки переважно за кордон. Сільський туризм тут може розвиватися на залученні жіночого населення в садибах, що фінансуватимуться чоловіками-заробітчанами.

Питання створення нових робочих місць часто залежить від активності туристичного руху. При його зростанні навіть у віддалених селах можуть виникати види робіт, пов'язаних з опалюванням будинків, супроводом на туристичних шляхах (громади Ясинська і Колочава). У більш просунутих туристичних селах, де значні по токи туристів, є затребуваність на координаторів і менеджерів рекреаційних комплексів (Геленджик, Фрумушика-Нова, Солошино), а також фахівців (Городище) для проведення майстер-класів – гончарів, художників, аніматорів. Зокрема, тут широко задіюють місцевих господарів для постачання сільськогосподарської продукції, випасу худоби та надання окремих послуг – кінні поїздки, сплави по воді.

Активне працевлаштування у сільських місцевостях демонструють

recreational and tourist complexes, as well as hotel and restaurant facilities. They also included community leaders. This diversity led to a broad spectrum of responses to the question of employment in the village. For instance, community leaders observed positive changes in employment in areas that are part of tourism clusters or are in the process of developing them. As previously mentioned, city dwellers, who often have a better understanding of the tourism industry, frequently find employment in these areas. However, in more remote regions of the Carpathians, such as the Kolochava community, the majority of the working-age population is unemployed and primarily seeks employment abroad. Rural tourism in these areas could potentially be developed by engaging the female population in estate work, which would be financially supported by the male workers.

The creation of new jobs is often contingent on the level of tourist activity. As tourism grows, even in remote villages, job opportunities may emerge in areas such as facilities heating and guiding. This has been observed in communities like Yasynia and Kolochava. In more developed tourist villages, where there is a high influx of tourists, there is a demand for coordinators and managers of recreational complexes, such as those in Helendzhyk, Frumushyka-Nova, and Soloshyno. Additionally, specialists are needed in places like Horodyshche to conduct master classes in pottery, art, and animation. Notably, local owners play a significant role in supplying agricultural products, grazing livestock, and providing specific services like horseback riding and water rafting.

Rural hotels and restaurants are active employment hubs in rural areas.

сільські готельно-ресторанні комплекси. Тут запрошують як місцевих, так і приїжджих, в тому числі переселенців. Зокрема, такі заходи як ресторан «Хліб і Сіль» на Харківщині, коледжно-ресторанний комплекс у Колочаві влаштовують на роботу від кількох до десяти працюючих. Залучають у високий сезон працівників добре просунуті садиби сільського. Так, садиба в Опішні створила робочі місця на фермі та у приготуванні каші, «яку качають».

У зв'язку з воєнним становищем туризм в області, в тому числі й сільський, втратив свою потужність. У сільській місцевості втрати значно менші, ніж у містах. Є кілька підприємців, які навіть підвищили свої доходи. Це особливо близько до великих міст, таких як Запоріжжя, Дніпро, Харків, Київ, Житомир. Основна причина полягає в тому, що люди, а також роботодавці почали приділяти більше уваги відпочинку через стресову середу в містах. Сімейні та корпоративні заходи тепер частіше відбуваються в селі, а не в містах, тому що тут спокійніше і небезпека обстрілів мінімальна.

Незважаючи на це, у сільському туризмі також спостерігається стагнація. Багато активістів сільського туризму кажуть, що їх підтримка – це розвиток на морально-психологічних засадах, а матеріальна вигода невелика. Із закінченням війни пов'язано багато планів щодо відновлення туризму та залучення нових людей до справи туристичних послуг. Водночас у прифронтових регіонах також ведеться багато будівельних робіт, тому багато підприємців дивляться в майбутнє оптимістично і вже почали розширювати свій бізнес, оскільки

They welcome everyone, including locals, visitors, and immigrants. For instance, establishments such as the “Bread and Salt” restaurant in the Kharkiv region and the cottage-restaurant complex in Kolochava employ several workers, ranging from a handful to about ten. During the peak season, well-developed rural estates attract a significant workforce. The estate in Opishnia, for example, has created jobs in farming and in the preparation of a popular local dish, a type of porridge.

Due to the ongoing war, tourism in the region, including in rural areas, has suffered. However, the impact on rural areas is significantly less than in urban areas. In fact, several entrepreneurs have managed to increase their revenue, particularly those located near larger cities such as Zaporizhzhia, Dnipro, Kharkiv, Kyiv, and Zhitomir. The primary reason for this is that people and employers have started to prioritize recreation due to the stressful environment in the cities. Family gatherings and corporate events are now more frequently held in the countryside rather than in the cities, as the countryside offers a more peaceful environment, and the risk of shelling is minimal.

Despite these developments, rural tourism is also experiencing stagnation. Many advocates of rural tourism argue that their support is based on moral and psychological grounds, with material benefits being minimal. Numerous plans for the revival of tourism and the integration of new individuals into the tourism services sector are tied to the end of the war. At the same time, there is a surge in construction work in frontline regions. As a result, many entrepreneurs are optimistic about the future and have

ціни на будівництво кращі, ніж у до-воєнні часи.

### *3.4. Туризм у сприянні розвитку інших галузей*

Відмічений багатьма науковцями мультигалузевий характер туризму, що впливає на розвиток інших галузей був підтверджений досвідом учасників сільського туризму та їх кластерних структур зокрема. Кожен з кластерів наводив свої приклади активізації інших видів галузей. Зокрема, кластер «Посулля» акцентував на активному впливі на аграрний сектор, зокрема через залучення до проведення ділових семінарів; кластерні ініціативи Колочави, «Бойківські газди» – на активній співпраці з природоохоронними закладами – національні парки «Синевир», «Сколівські Бескиди», через використання ознакованої мережі туристичних стежок; на тісну взаємовигідну співпрацю з туристичними фірмами звертали увагу кластери Подніпров'я і Слобожанщини.

Особливо активна співпраця з особистими селянськими і фермерськими господарствами та культурними установами відмічається при проведенні масових заходів – народних гулянь, сільськогосподарських свят. Місцеві агровиробники організують ярмарки, де можна придбати різноманітну продукцію (агротурстичний кластер «ГорбоГори», «Зелений Гай», «Посулля». В багатьох громадах потреби сільського туризму зумовили деякі зміни у структурі діючого рослинництва і тваринництва. Місцеві селяни почали вирощувати бі-

already begun to expand their businesses, given that construction costs are more favorable now than they were before the war.

### *3.4. The Role of Tourism in Promoting the Development of Other Industries*

The multi-sectoral nature of tourism, which influences the growth of other industries, has been noted by numerous researchers. This has been corroborated by the experiences of participants in rural tourism and their specific cluster structures. Each of these clusters provided examples of how other industries have been stimulated. Specifically, the Posullya cluster has been actively influencing the agricultural sector, particularly through participation in business seminars. Cluster initiatives in Kolochava and “Boykivski gazdy” have been actively cooperating with nature conservation institutions such as the “Synevyr” and “Skolivski Beskydy” national parks, utilizing a marked network of tourist trails. The clusters in the Dnepr region and Slobozhanshchyna have highlighted their close and mutually beneficial cooperation with tourist companies.

There is particularly active cooperation with private peasants and farm households, as well as cultural institutions, during the organization of mass events such as folk festivities and agricultural holidays. Local agricultural producers organize fairs where a variety of products can be purchased. This is especially true for the agritourism clusters “GorboGory”, “Zelenyi Hai”, and “Posullya”. In many communities, the demands of rural tourism have led to changes in the structure of existing plant and animal husbandry. Local peasants have started to cultivate more vegetable gardens, which attract city dwellers, and

льше родини, що приваблює міських жителів, а фермери готують крафтову продукцію для міських закладів харчування і розміщення.

Відмінною рисою деяких українських кластерів є тісна співпраця з освітніми закладами, особливої вищої школи. Останні використовують осередки сільського туризму як бази для практик та об'єкти дослідження для курсових і дипломних робіт. Багато з ідей, пропонує освітніми закладами, впроваджуються у практику діяльності туристичних кластерів.

Більшість опитаних відмічала таку тісну співпрацю і взаємозалежність від співпраці з місцевими закладами культури і школами. Багато із заходів, що проходять і організуються кластерами, опираються на залучення місцевих культурних працівників та шкільних колективів. Особливо цінними у багатьох кластерах стали екскурсії у сільські музейні заклади (музеї і скансени Колочави, Музей німецьких колоністів Бергмана, Сколівський краєзнавчий музей, музей Вигодської вузькоколійки, музейні заклади Фрумушики-Нової).

Відмічали позитивний вплив на заклади послуг місцевих громад у зв'язку з обслуговуванням туристичних потоків. Під час високого туристичного сезону активно залучаються до прийому туристів місцеві торгові заклади та об'єкти харчування, що сприяє надходженню доходів місцевим громадам.

Сільські кластери є каталізаторами розвитку місцевого комунального господарства, що сприяє благоустрою сіл. Їх активність з необхідності прибирання сміття та збереження

farmers prepare artisanal products for urban catering and accommodation establishments.

A unique characteristic of some Ukrainian clusters is their close collaboration with educational institutions, particularly universities. These institutions utilize rural tourism centers as bases for practical training and as subjects for course and diploma research. Many of the ideas proposed by these educational institutions are put into practice within the tourism clusters.

Most respondents highlighted the close cooperation and interdependence with local cultural institutions and schools. Many events organized by the clusters depend on the participation of local cultural workers and school groups. Excursions to rural museum institutions have become particularly valuable in many clusters. These include the museums and open-air museums of Kolochava, the Bergman Museum of German Colonists, the Skolivsky Museum of Local History, the Vygoda Narrow Gauge Museum, and the museum facilities of Frumushyka-Nova.

Respondents have observed a positive impact on local community service institutions due to the management of tourist flows. During the peak tourist season, local commercial and food establishments actively participate in accommodating tourists, which in turn contributes to the revenue of local communities.

Rural clusters serve as catalysts for the development of the local communal economy, thereby contributing to the enhancement of villages. Their initiatives, such as cleaning up garbage and preserving green spaces in the Yasynia community, have somewhat improved the area's ecological situation. They also

зелених насаджень у Ясинській громаді дещо покращили екологічну ситуацію місцевості. Здійснюють підтримку і відродження місцевих традицій громади: гончарства (етносело Дивосвіт, Опішня), виготовлення ляльок-мотанок (поліські кластери), виготовлення крафтових сирів, медових продуктів (Ясинська громада, Колочавка, «Бойківський колорит»).

У період пандемії і війни сільський туризм активно співпрацює з волонтерськими організаціями щодо розселення та харчування переселенців. Так, в Колочавській громаді під час 2022 року було розміщено кілька сотень переселенців з Херсона, Києва, Запоріжжя, що приїжджали сюди з певними інтервалами і далі прямували за кордон. Лише окремі сім'ї переселенців залишилися проживати надалі у громаді.

support and revive local community traditions. For instance, pottery is promoted in the Ethnovillage “Dyvosvit” and Opishnia, doll-making in the Polissia clusters, and the production of artisanal cheeses and honey products in the Yasynia community, Kolochava, and “Boykivskyi koloryt”.

During the pandemic and war, rural tourism has been actively collaborating with volunteer organizations to assist in the resettlement and feeding of displaced persons. In 2022, several hundred migrants from Kherson, Kyiv, and Zaporizhzhia were accommodated in the Kolochava community. These individuals arrived at different intervals and subsequently moved abroad. Only a few immigrant families chose to remain in the community permanently.

**Розділ IV.  
ПЕРЕВАГИ КЛАСТЕРНОГО  
СПІВРОБІТНИЦТВА ДЛЯ  
РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ  
ДЕСТИНАЦІЇ**

*4.1. Вплив діяльності різних суб'єктів туризму на розвиток дестинації*

Термін «дестинація», як місце прибуття і комплексного обслуговування туристів, у багатьох респондентів вимагав пояснення та деталізації. Але більшість розуміла сутність питання.

У відповідях звертали увагу, що в першу чергу для успішного розвитку дестинації повинно бути забезпечено ефективне співробітництво трикутника «влада – суб'єкти туристичної діяльності – місцеве населення». Влада повинна в програмних документах передати пріоритет туризму як виду діяльності. Суб'єкти туристичної діяльності, в тому числі кластери, повинні розширити спектр послуг та забезпечувати їх промоцію на ринках послуг. Місцеве населення варто активно залучати до певних заходів гостинності та формувати толерантне відношення до туризму.

У досліджуваних регіонах кластери сільського туризму в одних випадках виступають як ядра потенційних дестинацій, а в інших – серйозним партнером їх формування. Зокрема, завдяки таким кластерам як «Фрумшика-Нова», «Етносело «Дивосвіт», «Зелений Гай», «Бойківський колорит», «Камінь-Каширський», «Холодний Яр» вдалось сформувати функціонуючі дестинації локального рівня. Вони вирізняються постійністю туристичного потоку, спектром різноманітних послуг відпочинку і

**Chapter IV.  
ADVANTAGES OF CLUSTER  
COOPERATION FOR THE  
DEVELOPMENT OF A TOURIST  
DESTINATION**

*4.1. The Impact of the Activities of Various Tourism Entities on the Development of the Destination*

The term “destination”, which refers to a place of arrival that offers comprehensive services for tourists, necessitated further explanation and detail according to many respondents. However, the majority grasped the core of the matter.

In the responses, it was emphasized that for a destination to develop successfully, it is crucial to ensure effective collaboration among the “authority – tourism entities – local population” triad. The authorities should prioritize tourism as an activity in programmatic documents. Tourism entities, including clusters, should broaden their service offerings and ensure their promotion in service markets. The local population should be actively engaged in specific hospitality activities and foster a tolerant attitude towards tourism.

In the regions under study, rural tourism clusters sometimes serve as the core of potential destinations, while in other instances, they play a significant role in their establishment. Specifically, clusters such as “Frumushyka-Nova”, “Ethnovillage Dyvosvit”, “Zelenyi Hai”, “Boykivsky Koloryt”, “Kamin-Kashirskyi”, and “Kholodniy Yar” have enabled the formation of operational destinations at the local level. These clusters stand out due to the steady flow of tourists, the variety of recreational and leisure services they offer, and their active promotion within the region.

дозвілля та активною промоцією в регіоні. Інші кластери знаходяться на етапі формування повноцінної дестинації локального рівня. Локальні дестинації виступають важливим елементом регіональних дестинацій, де сільський туризм входить у склад маркового туристичного продукту. Зокрема, послуги сільського туризму важливі в пропозиціях карпатського, південного та поліського туристичних регіонів.

Серед суб'єктів туризму від яких залежить розвиток дестинацій респондентами кластерів називались в першу чергу туристичні фірми. Для багатьох кластерів саме співпраця з туристичними фірмами є в значній мірі визначальною щодо постачання відвідувачів та формування потоку на послуги сільського туризму. Зокрема, лідер кластеру «Етносело «Дивосвіт» Інеса Носенко заявляла, що «чим більше людей від фірми, тим більший прибуток і благоустрій сіл». Досвід турфірм Запоріжжя, Дніпра і Харкова, Житомира, щодо обслуговування шкільних екскурсій у сільських місцевостях може бути поширений в інших регіонах України.

На запитання про те, чи долучаються турфірми до інвестування та розвитку сільського туризму через їх матеріальну допомогу більшість учасників відповіло негативно. Вони акцентували, що фірми часто більше цікавлять заробіток від екскурсій (Солонянський), а кошти і зусилля вкладаються самими учасниками кластеру. Певним винятком є допомога у воєнний час: спонсорування модульного житла для переселенців («Етносело «Дивосвіт»). Позитивно оцінюють ще роль турфірм у формуванні марш-

Other clusters are in the process of establishing themselves as fully-fledged local destinations. These local destinations play a crucial role in regional destinations where rural tourism forms part of a branded tourist product. Specifically, rural tourism services are significant components of the offerings in the Carpathian, Southern, and Polish tourist regions.

Among the entities of tourism upon which the development of destinations hinges, the respondents from the clusters primarily identified tourism firms. For many clusters, it is their collaboration with these firms that largely determines the influx of visitors and the creation of demand for rural tourism services. Specifically, Inesa Nosenko, the leader of the “Ethnovillage Dyvosvit” cluster, stated that “the more people from the company, the greater the profit and improvement of the villages.” The experiences of travel agencies in Zaporizhzhia, Dnipro, Kharkiv, and Zhytomyr in organizing school excursions to rural areas could serve as valuable examples for other regions in Ukraine.

When asked if travel agencies contribute to the investment and development of rural tourism through financial support, the majority of participants responded in the negative. They highlighted that these companies are often more focused on profiting from excursions, as seen in the case of “Solonyans'kyi”, and that the funds and efforts are primarily invested by the cluster participants themselves. An exception to this is during times of war, where aid is provided in the form of sponsoring modular housing for displaced persons, as seen with the “Ethnoselo “Dyvosvit” cluster. The role of

путів активного туризму з використання центрів кластерів як місць обслуговування туристів та нічлігу.

Ще один важливий суб'єкт діяльності, який може бути модельним для формування локальних і регіональних DESTИНАЦІЙ представлений муніципальними туристичними організаціями. Прикладом може слугувати Харківський організаційно-методичний центр туризму на Слобожанщині. Він поєднує у своїй діяльності програмне, проектне та освітньо-практичне забезпечення розвитку туризму як в регіоні, так і в локальних місцевостях. Зокрема, у воєнний час центр був ініціатором створення трансрегіонального кластеру «Сіверський Донець» на базі фермерських і крафтових виробництв з широким залученням сертифікованих агроосель. Такого виду кластери досить поширені за кордоном і просують послуги сільського туризму. Окрім цього, цей центр провів сертифікацію базових осель Харківщини, організував навчання власників агроосель та розробив низку проектів з розвитку кластерних ініціатив у сільській місцевості.

#### *4.2. Проблеми розвитку DESTИНАЦІЇ і кластеру*

Для більшості локальних DESTИНАЦІЙ основною проблемою виступає налагодження ефективної співпраці з владою, партнерами і суб'єктами туризму, а також активізація місцевого населення. Тут часто виникають певні складні ситуації. Так, за словами керівника Колочавської територіальної громади розвиток її як туристичної DESTИНАЦІЇ стримується пасивністю членів самої громади. Більшість з них займається сво-

travel agencies in creating active tourism routes, utilizing cluster centers as service points and overnight accommodations, was also positively assessed.

Municipal tourist organizations are another significant entity that can serve as a model for the development of local and regional destinations. An example of this is the Kharkiv Organizational and Methodological Center of Tourism in Slobozhanshchyna. This organization integrates programmatic, design, and educational-practical support to foster the growth of tourism not only in the region but also in local areas. During the war, the center took the initiative to establish the transregional cluster “Siverskyi Donets”, which is based on farming and craft production and involves a broad range of certified agricultural settlements. Clusters of this nature are quite prevalent abroad and play a significant role in promoting rural tourism services. Furthermore, this center has certified primary settlements in the Kharkiv region, organized training for owners of agricultural settlements, and developed several projects aimed at fostering cluster initiatives in rural areas.

#### *4.2. Challenges in Destination and Cluster Development*

For most local destinations, the primary challenge is establishing effective cooperation with authorities, partners, and tourism entities, as well as activating the local population. Certain difficulties often arise in this context. For instance, according to the head of the Kolochava territorial community, its development as a tourist destination is hindered by the passivity of the community members themselves. Most of them are preoccupied with their own economic affairs, showing little interest in certain

їми господарськими справами, а певні пріоритетні напрями, в т.ч. туризм, мало цікавлять. Тому потрібно шукати активістів, які б розробляли туристично-рекреаційні проекти та впроваджували їх на території громади.

Функціонування багатьох кластерів, які здобули імідж локальних дестинацій, часто ускладнюється браком кваліфікованих спеціалістів-координаторів, менеджерів, обслуговуючого персоналу. Це позначається на якості обслуговування, на наданні певних видів послуг. Лідери кластерів називають багато видів рекреаційно-туристичних занять, де відчувається дефіцит кадрів з обслуговування. Серед місцевих вони не можуть знайти бажаючих («Посулля», Солонянський, Валківська громада).

Окрім цього, для багатьох кластерів, які розвивають дестинацію, є проблема з їх організаційно-правовим оформленням як суб'єкта діяльності. В українських реаліях туризму кластери виступають як громадські спілки чи організації або підприємницькі організації (Товариства з обмеженою відповідальністю). Більшість з досліджуваних кластерів сільського туризму ще не здобули організаційно-правового закріплення і знаходяться на етапі пошуку відповідної форми їх просування. В певних кластерах значну роль відіграють державні органи управління (кластер «ГорбоГори») або регіональні асоціації (кластер «Соляний шлях») або активні підприємці (кластери «Фрумшика-Нова», «Посулля»).

Хоча домінуючою думкою серед учасників кластерів є їх оформлення як громадських організацій. Зокрема, в останні роки такий статус здобули

priority areas, including tourism. Therefore, it becomes necessary to seek out activists who would develop and implement tourism and recreational projects within the community.

The operation of many clusters, which have become recognized as local destinations, is often complicated by a shortage of qualified coordinators, managers, and service personnel. This shortage impacts the quality of service and the provision of certain types of services. Cluster leaders identify numerous recreational and tourist occupations where there is a lack of service personnel. Among the locals, they struggle to find anyone willing to fill these roles, as seen in “Posullya”, “Solonyans'kyi”, and the Valky community.

Moreover, many clusters that are developing as destinations face challenges with their organizational and legal registration as active entities. In the context of Ukrainian tourism, clusters operate as public unions, organizations, or business entities (Limited Liability Companies). Most of the rural tourism clusters studied have not yet achieved organizational and legal consolidation and are in the process of finding a suitable form for their promotion. In certain clusters, significant roles are played by state management bodies (as in the “GorboGory” cluster), regional associations (as in the “Salt Road” cluster), or proactive entrepreneurs (as in the “Frumshyka-Nova” and “Posullya” clusters).

Indeed, the prevailing opinion among cluster participants leans towards their registration as public organizations. Specifically, in recent years, several rural tourism clusters have achieved this status. These include “Boykivsky koloryt”, “Hrydnytsia” with Poliska hut,

кластери сільського туризму: «Бойківський колорит», «Гридниця» з Поліською хатою, «Дороги вина і смаку» (Одеська область та інші).

Значною проблемою багатьох локальних туристичних destinations є доступ до місць їх геолокацій. Саме низька якість місцевих доріг обмежує активне співробітництво з туристичними фірмами та автотуристами. Посилює проблему доступності відсутність вказівників на автодорогах, що загострилась у воєнний час.

В меншій мірі члени кластерів звертали увагу на конкуренцію між їхніми учасниками. Март Рейманн, як керівник досліджень, звертав увагу на те, що кластери об'єднують конкуруючих суб'єктів, але їхня роль у зниженні протиставлення між ними та в досягненні спільних вигод. Разом з тим, багато учасників кластеру скаржились, що в певних турах вони не залучені і часто мають вигоду лідери кластерів в обслуговуванні турів. Це говорить про те, що планування і логістика важливі у функціонуванні кластерів як локальних destinations, так і регіональних.

#### *4.3. Необхідні аспекти співробітництва для сприяння розвитку destinations*

Це питання стосувалось перспектив розвитку локальних destinations і регіонів мало різноманітні відповіді. Локальні destinations, створені туристичними кластерами, найбільше цікавила підтримка державних і місцевих органів влади. Зокрема, велючення кластерів у програми, пов'язані з регіональним розвитком туризму. «Неоганість кластерів» в регіональному розвитку туристичної галузі відчува-

and Wine and Taste Route in the Odesa region, among others.

A major issue for many local tourist destinations is the accessibility of their locations. The poor quality of local roads hampers active collaboration with travel companies and motorists. This accessibility issue is further exacerbated by the lack of signage on the highways, a situation that deteriorated during the war.

Competition among cluster members is a less emphasized issue. As Mart Reimann, the head of research, pointed out, clusters bring together competing entities, but their role lies in mitigating the competition and achieving mutual benefits. However, there have been complaints from many cluster participants about not being included in certain tours and about cluster leaders often reaping the benefits of serving tours. This underscores the importance of planning and logistics in the functioning of both local and regional destination clusters.

#### *4.3. Essential Aspects of Cooperation to Promote Destination Development*

This question, which pertained to the development prospects of local destinations and regions, elicited a variety of responses. Local destinations, established by tourism clusters, showed a keen interest in receiving support from state and local authorities. Specifically, they valued inclusion in programs aimed at the regional development of tourism. Many respondents noted a lack of consistency among clusters in contributing to the regional development of the tour-

лась у відповідях багатьох респондентів. Всестороннє і цішльове співробітництво з організаціями державної і місцевої влади виявилось дуже важливим для багатьох кластерів сільського туризму.

Більшість кластерів і кластерних ініціатив сільського туризму нарікали на посивність сільських громад у розвитку кластерів сільського туризму. Ініціатива міських жителів щодо створення об'єктів гостинності у сільській місцевості не завжди знаходила підтримку сільської громади. Знадобився тривалий час, щоб переконати місцеві громади у перспективі впровадження сільського туризму на їхніх територіях.

В туристичних локаціях, де вдалось об'єднати учасників у формальний чи неформальний варіант співпраці з обслуговування туристів, основні ідеї кластерної співпраці дають свої результати. Опитування лідерів і учасників кластерів засвідчили, що співпраця між ними є головним локомотивом їх розвитку.

Разом з тим головним опонентом є індивідуалістичний підхід до обслуговування туристів, де пріоритетом виступають власні пропозиції і підходи до обслуговування туристів. Багато з досліджених кластерів опираються на ідеологію індивідуального обслуговування без залучення інших об'єктів і партнерів (кластери Ясинської громади, «Бойківські газди», «Соляна дорога», Опішнянської громади). Це в значній мірі знижує привабливість сільського туризму як альтернативи масового туризму.

Серед пропозицій, висловлених кластерами і кластерними ініціативами українського сільського тури-

зму. For numerous rural tourism clusters, extensive and integrated cooperation with state and local government organizations was deemed crucial.

Most rural tourism clusters and initiatives reported a lack of engagement from rural communities in developing tourism clusters. Urban residents' efforts to establish hospitality services in rural areas often met with indifference from local communities. Consequently, it required considerable time to persuade these communities of the benefits of embracing rural tourism.

In tourist destinations where participants were able to unite through formal or informal cooperative arrangements for tourism services, the core principles of cluster cooperation yielded positive outcomes. Surveys conducted among cluster leaders and participants confirmed that such cooperation is the primary driving force behind their development.

At the same time, principal challenge lies in the individualistic approach to tourism services, where priority is placed on personal offerings and methods. Numerous clusters, such as those in the Yasynia community, "Boykivski gazdy", "Salt Road", and the Opishnia community, adhere to this ideology of solitary service, excluding collaboration with other entities and partners. This significantly diminishes the appeal of rural tourism as a viable alternative to mainstream tourism.

Key proposals put forth by Ukrainian rural tourism clusters and initiatives for the enhancement of current and potential destinations include:

1) informational and educational dissemination of cluster ideology within rural tourism communities;

зму щодо подальшого розвитку існуючих і перспективних дестинацій, необхідно виділити наступні:

1) інформаційне і освітнє забезпечення кластерної ідеології серед громад сільського туризму;

2) забезпечення ознайомлення з прикладами успішного втілення кластерної організації сільського туризму через цільові екскурсійні візити;

3) організаційно-матеріальна підтримка функціонування кластерних ініціатив державними і місцевими органами влади, науково-освітніми структурами та грантовими програмами.

Здобутий досвід кластерами сільського туризму потребує аналітичного і синтетичного аналізу цього явища на сільських територіях. Впровадження ідей співробітництва на кластерних основах у сільських місцевостях щодо розвитку туризму знаходяться на початкових етапах. Тому важливою є інформаційно-освітня їх підтримка з опором на міжнародний досвід. Багато з лідерів і учасників кластерів готові до запуску повноцінного існування і функціонування сільського туризму. Інша група потребує методичної та практичної підтримки розвитку кластерних ініціатив.

2) facilitation of exposure to successful examples of cluster-based rural tourism organization via specialized tours;

3) organizational and financial backing for cluster initiatives from state and local authorities, academic institutions, and grant programs.

It is imperative that the experiences of rural tourism clusters undergo a thorough analytical and synthetic examination to understand this phenomenon's impact on rural areas. The adoption of cooperative cluster models for tourism development in rural areas is in its infancy. Consequently, the provision of informational and educational support, drawing from international experiences, is crucial. A significant number of cluster leaders and participants are poised to initiate the comprehensive operation and management of rural tourism. Meanwhile, another segment requires systematic and pragmatic assistance to cultivate their cluster initiatives.

## Розділ V. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Проведені трирічні (2021–2023) опитування з аудіофіксацією учасників українських кластерів сільського туризму дозволяють розробити рекомендації для державних і місцевих органів влади, координуючих громадських організацій та учасників кластерних структур. В центрі цих рекомендацій оцінка сучасного стану кластерного руху в галузі сільського туризму та його основні проблеми для подальшого розвитку, а також пропозиції з організаційного та маркетингового забезпечення кластерів сільського туризму. Одночасно наголошено на нових трендах сільського туризму та його інноваціях.

*Рекомендації для органів державної влади і місцевого самоврядування в об'єднаних територіальних громадах (ОТГ)*

Вивчення понад 35 кластерів сільського туризму в різних регіонах України зафіксувало різний ступінь співпраці державних органів та органів самоврядування з кластерами і кластерними ініціативами у сільському туризмі. Одні кластери отримують підтримку, беруть участь у плануванні та реалізації заходів рекреаційного і туристичного характеру разом з органами державної влади і самоврядування. Інші не до кінця розуміють практичну сутність процесу кластеризації, не йдуть на постійні контакти з лідерами і учасниками кластерів та пасивні до їх ініціатив. Покращення і підвищення ролі важливого підтримуючого рівня в моделі

## Chapter V. RECOMMENDATIONS BASED ON RESEARCH RESULTS

Surveys conducted over three years (2021–2023), which included audio recordings of participants in Ukrainian rural tourism clusters, have facilitated the development of recommendations for state and local authorities, coordinating public organizations, and participants in cluster structures. Central to these recommendations is an evaluation of the current state of the cluster movement in rural tourism and its main challenges for future development. The recommendations also include proposals for the organizational and marketing support of rural tourism clusters. Concurrently, they highlight new trends and innovations in rural tourism.

*Recommendations for the Bodies of State Power and Local Self-Government in United Territorial Communities (UTC)*

The study, which examined more than 35 rural tourism clusters in various regions of Ukraine, noted varying degrees of cooperation between state bodies, self-government bodies, and rural tourism clusters and initiatives. Some clusters receive support and participate in the planning and implementation of recreational and touristic events in collaboration with state and self-government bodies. However, others do not fully comprehend the practical implications of the clustering process, fail to maintain consistent contact with cluster leaders and participants, and show passivity towards their initiatives. The enhancement of the role of authorities, a crucial supporting level in the cluster

кластеру, а саме органів влади, вбачається у закріпленні в нормативно-правових і програмних документах кластерної моделі як ефективного механізму розвитку туризму і рекреації на селі. Принципи і завдання кластеризації повинні бути «внесені у модернізований Закон України «Про туризм» та законопроект «Про розвиток сільської гостинності». Завдяки цим нормативно-правовим змінам механізм кластеризації стане пріоритетним та зумовить активізацію «керівної ланки» щодо підтримки кластерних моделей на селі.

Український досвід безпосереднього входження органів влади або делегування своїх функцій відповідним муніципальним або громадським територіальним об'єднанням, як то центри регіонального розвитку, дозволить підтримати кластерні утворення з сільського туризму на перших етапах їх функціонування. Саме підтримка державних органів влади і органів місцевого самоврядування дозволила успішно запустити функціонування таких кластерів як «Фрумшика-Нова», «ГорбоГори», «Соляна дорога», «Дорога вина і смаку», «Етносело «Дивосвіт», «Посулля».

#### *Рекомендації для центральних і регіональних громадських організацій сільського туризму*

Розвиток сільського туризму був тісно пов'язаний в Україні з 25-річною діяльністю її основної громадської організації – Спілки сільського зеленого туризму України. Нею були утворені регіональні представництва, які функціонують у більшості області України. Саме організуюча та освітньо-консультативна діяльність Спілки дозволила закріпити в правовому

model, is evident in the consolidation of the cluster model in regulatory and program documents as an effective mechanism for developing tourism and recreation in rural areas. The principles and tasks of clustering should be incorporated into the modernized “Law of Ukraine on Tourism” and the draft law “On the Development of Rural Hospitality”. Thanks to these regulatory and legal changes, the clustering mechanism will become a priority, leading to the activation of the “management link” in support of cluster models in rural areas.

The Ukrainian experience of direct involvement by authorities, or the delegation of their functions to relevant municipal or public territorial associations such as regional development centers, has proven effective in supporting rural tourism cluster formations in the initial stages of their operation. It was the support of state authorities and local self-government bodies that enabled the successful launch of clusters such as “Frumshyka-Nova”, “GorboGory”, “Salty Road”, “Road of Wine and Taste”, “Ethnoselo “Dyvosvit”, and “Posullya”.

#### *Recommendations for Central and Regional Public Organizations Involved in Rural Tourism Development*

The development of rural tourism in Ukraine has been closely tied to the 25-year activity of its primary public organization, the Union of Rural Green Tourism of Ukraine. This Union established regional representative offices that operate in most regions of Ukraine. The Union’s organizing and educational-advisory activities have allowed for the consolidation of tourist services

і практичному вимірі діяльність з надання туристичних послуг на селі. В пріоритеті Спілки завжди були селянські і фермерські господарства, де надання туристичних послуг розглядалось як додатковий вид послуг. Підприємці з сільського туризму вітались, але їх організаційно-правова підтримка Спілкою не була пріоритетом.

Кластерний проект Спілки (2016–2017) та кластерні дослідження Талліннського університету (2021–2023) показали, що кластерні ідеї на село приносяться громадськими активістами і підприємцями з міст. В них є організаційний досвід і вони добре розуміють основи гостинності. До ідей кластеризації вони залучають місцевих селян через організацію освітніх тренінгів та їх залучення до надання конкретних послуг для туристів. Часто підприємницькі структури складають осердя багатьох кластерів: «Фрумушика-Нова», «Посулля», «Етносело «Дивосвіт», «Бойківський колорит», «ГорбоГори», «Зелений Гай», «Соколинний хутір» та інші. Крім цього, відмічається широке залучення до сільського туризму, а також до роботи в кластерах «других» домів міських жителів, які часто мають високий комфорт. Тобто, Спілка і її регіональні органи повинні реагувати на ці «урбаністичні» тенденції у сільському туризмі.

Новітня організаційна тенденція Спілки сільського зеленого туризму України, що підтримується проектом ПРООН, орієнтує її перетворення в бізнес-асоціацію. Це означає, що з часом сільський туризм буде розглядатись не стільки як «додаткові послуги селян», а несільськогосподарське підприємництво. В цій новій тенденції

in villages in both a legal and practical dimension. The Union has always prioritized peasants and farm households, where the provision of tourist services was viewed as an additional type of service. While rural tourism entrepreneurs were welcomed, their organizational and legal support by the Union was not a priority.

The Union's cluster project (2016–2017) and Tallinn University's cluster research (2021–2023) demonstrated that cluster concepts are introduced to rural areas by public activists and urban entrepreneurs. These individuals possess organizational experience and a solid understanding of hospitality fundamentals. They engage local villagers in the concept of clustering through the organization of educational training sessions and by involving them in the provision of specific services for tourists. Entrepreneurial structures often form the core of many clusters, such as “Frumushyka-Nova”, “Posullya”, “Ethnovillage “Dyvosvit”, “Boykivskiy Koloryt”, “GorboGory”, “Zeleniy Hai”, “Sokolynyi Khutir”, and others. There is also a broad participation in rural tourism, as well as in the operation of clusters of “second” homes owned by city residents, which often boast a high level of comfort. Therefore, the Union and its regional bodies must adapt to these “urbanistic” trends in rural tourism.

The most recent organizational trend of the Union of Rural Green Tourism of Ukraine, backed by the UNDP project, is steering its transformation into a business association. This implies that, over time, rural tourism will be viewed less as “additional services for villagers” and more as a non-agricultural enterprise. In this new direction of

Спілки кластерний підхід стане важливим для організації локальних дестинацій сільського туризму.

Тому важливими є такі кроки Спілки як створення Академії сільського розвитку, що забезпечить освітню і консультаційну діяльність як селян, так і органів самоврядування. Повинні бути активізовані регіональні консультаційні пункти з розвитку сільського туризму, причому їх важливо концентрувати у місцях, де працюють кластерні структури. Саме брак практичних знань, які можна отримати відвідуванням успішно діючих кластерів, є однією з перешкод їх впровадження та розвитку від кластерної ініціативи до повноцінного спеціалізованого кластеру. Саме на цьому повинна зосередитись Спілка і її підрозділи в регіонах.

#### *Подальший розвиток кластерів і кластерних ініціатив*

Естонсько-українське дослідження базувалось на оцінці сучасного стану кластерів сільського туризму в різних регіонах України та розробки пропозицій щодо їх розвитку. Деяким кластерам надавались пропозиції під час їхніх відвідувань, а також презентаціях естонського досвіду кластеризації на конференціях та в соціальних мережах.

Це дослідження виявили різний ступінь впровадження кластеризації у сільському туризмі, що зумовило необхідність їх розділення на дві основні групи: кластери і кластерні ініціативи. В одних сільських громадах кластер виглядає як мета, до якої хочуть наблизитись її учасники, а в інших відпрацьовують нормативно-правові, менеджерсько-маркетингові аспекти функціонування реальних

the Union, the cluster approach will become crucial for organizing local rural tourism destinations.

Indeed, the Union's initiatives such as the establishment of the Academy of Rural Development are significant. This academy will offer educational and consulting services for both villagers and self-governing bodies. It is crucial to activate regional consultation points for the development of rural tourism and concentrate them in areas where cluster structures are operational. The absence of practical knowledge, which could be gained by visiting successfully operating clusters, is a barrier to their evolution from a cluster initiative to a fully specialized cluster. This is precisely the area where the Union and its regional divisions should concentrate their efforts.

#### *Advancing the Development of Clusters and Cluster Initiatives*

The Estonian Ukrainian study focused on evaluating the current state of rural tourism clusters in various regions of Ukraine and formulating proposals for their enhancement. During visits, certain clusters received suggestions, and the Estonian clustering experience was shared at conferences and on social networks.

This study uncovered varying levels of clustering implementation in rural tourism, necessitating their categorization into two primary groups: clusters and cluster initiatives. In certain rural communities, the cluster is viewed as a goal that its participants aspire to achieve. In contrast, other communities are actively working on the regulatory, managerial, and marketing aspects of functioning clusters. Consequently, a differentiated approach is required,

кластерів. Тому це вимагає диференційованого підходу та розробки рекомендацій як для діючих кластерів, так і для кластерних ініціатив.

Для багатьох українських кластерів сільського туризму, незважаючи на тривале їх функціонування (понад 10 років), незавершеним залишається їх організаційно-правовий статус: він може бути не пристосований до реального стану речей або не вельми дієвим для співробітництва суб'єктів сільського туризму. Тільки чверть з досліджуваних кластерів сільського туризму має формалізований статус свого утворення – громадської спілки або громадської організації. Часто кластерна однак не використовується як елемент реклами і залучення відвідувачів, а на перший план виходять атракції чи послуги рекламованого туристичного продукту. Це зумовлює часто розуміння кластеру не як бізнес-утворення, а громадську ініціативу. Лідери українських кластерів стверджують, що «бізнес тут не діє» та «необхідно впровадження чітких грошових розрахунків» (кластер «Етносело «Дивосвіт»»), а також виникають «суперечності між сільськогосподарською діяльністю і наданням послуг гостинності» (кластер Солонянський). Тобто, добре структурований і забезпечений цільовим управлінням кластер, що орієнтований на певні екологічні і соціальні вигоди, це залишається недосяжним в українських реаліях.

Тому перехід українських кластерів від гуманітарно-соціального статусу, хоча він зараз дуже важливий під час війни, до організаційно-підприємницького виду є досить актуальним. Тому зараз більшість фун-

along with the development of recommendations for both existing clusters and cluster initiatives.

For numerous Ukrainian rural tourism clusters, despite their long-standing operation (over 10 years), their organizational and legal status remains unresolved: it may not be tailored to the actual circumstances or may not be highly effective for the collaboration of rural tourism entities. Only a quarter of the studied rural tourism clusters have a formalized formation status – a public union or a public organization. However, the cluster is often not utilized as a marketing tool to attract visitors, with the attractions or services of the promoted tourist product taking precedence. This often results in clusters being perceived not as business entities, but as public initiatives. Leaders of Ukrainian clusters assert that “business does not operate here” and “clear financial calculations need to be introduced” (as stated by the cluster “Ethnovillage “Dyvosvit”). They also highlight “contradictions between agricultural activities and the provision of hospitality services” (as noted by the cluster “Solonyans'kyi”). Thus, a well-structured and goal-oriented management cluster, focused on specific environmental and social benefits, remains elusive in the context of Ukraine.

Hence, the shift of Ukrainian clusters from a humanitarian and social status, which is currently crucial due to the war, to an organizational and entrepreneurial type is highly pertinent. Consequently, most of the operational clusters are now focusing on establishing an optimal organizational structure (comprising a leader, leadership team, coordinators, managers), activating marketing through specialized training for cluster participants, and providing legal support

кціонуючих кластерів дбають про забезпечення оптимальної організаційної структури (лідер, лідерська команда, координатори, менеджери), активізація маркетингу через спеціальне навчання учасників кластеру, правове забезпечення діяльності учасників. На перший план виходять питання планування та логістики кластерів туризму (Ольга Тимошенко, Валківська громада).

Форма кластерних ініціатив, що зараз домінує в Україні в сільському туризмі, має низку характерних рис, що не дозволяють їй піднятися до власне кластерного рівня. Серед них: непостійне співробітництво в часі і просторі, мінливість лідерів і менеджерів, значна залежність в прийнятті рішень від органів влади чи громадського лідера, відсутність програми та цільового планування заходів кластеру. Тому для більшості з них поняття кластеру не увійшло в повсякденний вжиток. Цей стан кластерної ініціативи може бути довготривалим станом їх співробітництва та обслуговування туристів.

Для багатьох з цих кластерних ініціатив важливо організувати цільове навчання із залученням експертів та практиків з успішно діючих кластерів в кожному з регіонів України. Тут згідно з логістикою цих навчань важливо організувати лідерську групу з вибором (перезатвердженням) координатора і менеджера кластеру, затвердження програми його розвитку та плану проведення заходів зі становлення та просування пропозицій кластерів. Саме такий підхід забезпечив становлення і подальший розвиток таких кластерів як «Оберіг» на Хмельниччині, «Бойків-

for participants' activities. Issues related to the planning and logistics of tourism clusters are becoming increasingly important (as noted by Olga Tymoshenko from the Valky community).

The form of cluster initiatives, which currently predominates in Ukrainian rural tourism, possesses several distinct features that prevent it from reaching the actual cluster level. These include inconsistent cooperation in terms of time and location, fluctuating leaders and managers, a significant reliance on authorities or public leaders for decision-making, and an absence of a program and targeted planning for cluster activities. As a result, for most of these initiatives, the concept of a cluster has not become a part of their daily operations. This state of the cluster initiative could potentially be a long-term condition of their collaboration and service to tourists.

For many of these cluster initiatives, it is crucial to arrange targeted training that involves experts and practitioners from successfully functioning clusters across all regions of Ukraine. As per the logistics of these exercises, it is essential to establish a leadership group, which includes the selection (or re-approval) of the cluster's coordinator and manager, the endorsement of its development program, and the activity plan for the formation and promotion of cluster proposals. This approach facilitated the establishment and subsequent development of clusters such as "Oberig" in the Khmelnytskyi Region and "Boykivsky Koloryt" in the Ivano-Frankivsk Region. Their continued development hinges on the support of authorities, regional, and international programs that enable the acquisition of ex-

ський колорит» на Івано-Франківщині. Подальший їх розвиток залежить від підтримки органів влади, регіональних і міжнародних програм, які дозволяють набрати досвід співробітництва і якісного обслуговування сільських туристів.

perience in cooperation and the provision of quality service for rural tourists.

**Розділ VI.  
ЯК ЗРОБИТИ КЛАСТЕР  
СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ  
ЕКОНОМІЧНО ВИГІДНИМ:  
ДОСВІД УЧАСНИКІВ  
КРУГЛОГО СТОЛУ**

**ЯКІСТЬ ЯК КЛЮЧОВИЙ  
ФАКТОР ЕФЕКТИВНОЇ  
КЛАСТЕРНОЇ СПІВПРАЦІ**

*Лі Сілак,*  
Естонська Асоціація Якості

**Якість.** Мабуть, немає потреби багато говорити про важливість якості та управління якістю, оскільки це може здатися таким елементарним. З точки зору бізнесу – особливо в контексті сучасної ринкової економіки – це як дихання – його можна зупинити, але лише на короткий час.

З точки зору клієнта... це навіть очевидніше. Покупці не хочуть купувати щось некрасиве, що не служить, не виконує свого завдання, не приносить радості. Навіть ті клієнти, які приймають рішення про покупку в основному на основі ціни продукту чи послуги, очікують певного набору функцій від продуктів і послуг, які вони купують. Це означає, що вони мають певні очікування та певні вимоги, які вони чекають виконання.

Ось як ми приходимо до визначення якості – що ми насправді маємо на увазі, коли говоримо про якість? Існують різні визначення, але ключовим словом завжди є задоволеність клієнтів. Тому що оцінку кінцевої якості продукту чи послуги завжди дає споживач, наш клієнт або, як прийнято говорити в туристичному секторі, гість.

**Chapter VI.  
MAKING A RURAL TOURISM  
CLUSTER ECONOMICALLY  
BENEFICIAL:  
CASE STUDIES FROM ROUND  
TABLE PARTICIPANTS**

**QUALITY AS A KEY FACTOR  
OF EFFECTIVE CLUSTER  
COOPERATION**

*Ly Siilak,*  
Estonian Association for Quality

**Quality.** Perhaps there is no need to elaborate on the importance of quality and quality management, as it might seem self-evident. From a business perspective, especially in the context of today's market economy, it's akin to breathing – you can cease it, but only momentarily.

From the customer's perspective, it's even more evident. Customers don't wish to purchase something unattractive, short-lived, ineffective, or joyless. Even those customers who primarily base their buying decisions on the price of the product or service anticipate a specific set of features from the products and services they purchase. This implies that they have certain expectations and requirements that they are waiting to be met.

This brings us to the definition of quality – what do we truly imply when we discuss quality? There are various definitions, but the common thread is always customer satisfaction. The final assessment of the quality of a product or service is always rendered by the consumer, our customer – or as it's customary to say in the tourism sector – a guest.

### *Деякі визначення:*

- Якість має визначатися на основі поточних і майбутніх цінностей клієнтів, сказав Вільям Е. Демінг.

- Якість – це «ступінь, до якої набір притаманних характеристик об'єкта відповідає вимогам» (ISO 9000).

- Якість - це повний набір характеристик маркетингу продукту/послуги, дизайну, виробництва та технічного обслуговування, за допомогою яких продукт/послуга відповідає очікуванням клієнтів (Feigenbaum).

Підсумовуючи: якість відповідає очікуванням і потребам. Це те, що говорить клієнт. Купівля неякісного товару чи послуги зазвичай не відбувається за власним бажанням.

У сфері туризму ситуація ще складніша, тому що перевірка якості починається з кожного нового клієнта з самого початку і триває протягом усього обслуговування.

У туризмі ми говоримо про подорож клієнта – і кожна мить цієї подорожі є моментом істини. У будь-який момент клієнт може розвернутися і прийняти рішення про скасування поїздки. Якщо підприємцю пощастить, клієнт не розділить його розчарування і підприємець просто втратить свої гроші.

Але в сучасному світі, ймовірно, все піде не так добре, і розчарований клієнт миттєво ділиться своїм невдоволенням у соціальних мережах. Тепер лише від ситуації залежить, чи стане цей поганий момент вірусним в Інтернеті та зробить компанію, регіон чи навіть країну незабутньою.

Хоча якість — річ серйозна, вона також може бути досить простою. Якщо управління якістю стає части-

### *Some definitions:*

- Quality should be defined based on customers' current and future values, as stated by William E. Deming.

- Quality is “The degree to which a set of inherent characteristics of an object fulfills requirements” (ISO 9000).

- Quality is a complete set of product/service marketing, design, production, and maintenance characteristics through which a product/service meets customer expectations (Feigenbaum).

In summary: quality is about meeting expectations and needs. It is defined by the customer's perception. Purchasing a low-quality product or service is typically not a deliberate choice.

In the tourism industry, the concept of quality takes on an even more complex dimension. Quality assessment begins with each new customer from the very start and continues throughout the entire service experience.

In the tourism industry, we often discuss the concept of the customer's journey. Each moment of this journey represents a moment of truth. At any given point, the customer can turn around and decide to cancel the journey. If the entrepreneur is fortunate, the customer will keep their disappointment to themselves, resulting in the entrepreneur merely losing potential revenue.

However, in today's interconnected world, things may not be as simple. A dissatisfied customer can instantly share their displeasure on social media. The extent of the damage then depends on various factors, such as the severity of the issue and the customer's influence. If the situation escalates, this negative experience could go viral on the internet, tarnishing the reputation of the company, region, or even the country.

ною бізнес-цінностей, частиною культури, то воно повинно бути таким же простим, як дихання. Ви просто помітите задоволених клієнтів, задоволених співробітників, хороший дохід і розвиток бізнесу.

***Ось перші прості кроки для забезпечення якості:***

1. Необхідно визначити цільові групи. Кожен підприємець повинен знати, хто є очікуваними клієнтами для його компанії.

2. Необхідно визначити очікування, побажання та потреби цих цільових груп (як прямо заявлені, так і ті, що припускаються), а також інші вимоги до бізнес-середовища, такі як законодавство тощо.

3. Визначте бачення та місію та встановіть відповідні цілі. Складіть план дій, а потім дотримуйтеся його.

4. Необхідно зібрати відгуки клієнтів і за потреби внести на їх основі покращення послуг.

5. Перевершити очікування клієнтів. Це досить легко зробити, якщо відомі очікування та побажання клієнта. Наприклад, в туристичних компаніях можна додати до обіду невеликі місцеві смачні добавки, зробити невеликий, але пам'ятний подарунок з місцевих продуктів, запросити на вечерю цікавого гостя і так далі.

**Туристичні кластери.** Туристичні кластери означають географічну концентрацію взаємопов'язаних підприємств, постачальників та асоційованих установ у туристичній індустрії. Ця концепція ґрунтується на ширшій економічній теорії кластерів, популяризованій Майклом Портером, яка передбачає, що такі концентрації можуть підвищити конкурентоспроможність та інновації.

While quality is a serious matter, it can also be quite straightforward. When quality management is integrated into the core values and culture of a business, it becomes as natural as breathing. The results are evident in the form of happy customers, satisfied employees, robust revenue, and business growth.

***Here are the first simple steps to ensure quality:***

1. Identify target groups: every entrepreneur must understand who their prospective customers are.

2. Understand expectations and needs: identify the expectations, desires, and needs of these target groups. This includes both expressed and implied needs, as well as other business environmental requirements such as legal regulations, etc.

3. Establish vision, mission, and goals: set a clear vision and mission for the company. Establish corresponding goals and develop an action plan to achieve them.

4. Collect and utilize customer feedback: regularly gather customer feedback and make necessary improvements to the services based on this feedback.

5. Exceed customer expectations: if you know your customers' expectations and desires, it becomes easier to exceed them. For instance, tourism companies can enhance the customer experience by adding local delicacies to meals, offering memorable gifts made from local products, or inviting interesting guests for dinner.

**Tourism clusters.** The term “tourism cluster” refers to a geographically concentrated network of interconnected businesses, suppliers, and related institutions within the tourism industry. This

Кластери охоплюють численні різні зацікавлені сторони, такі як заклади розміщення, ресторани та кафе, різноманітні пам'ятки, туроператори та гідів, а також транспортні послуги. До кластерів також входять різні державні органи та навчальні заклади, які підтримують туристичний сектор.

Кластери в туризмі можуть значно сприяти привабливості місця призначення, надаючи туристам багатий і різноманітний досвід. Вони заохочують ділове співробітництво, що веде до покращення якості послуг, інновацій у туристичних продуктах та покращення маркетингу напрямків. Кластери також сприяють ефективному розподілу ресурсів і можуть призвести до сталого розвитку індустрії туризму шляхом мінімізації впливу на навколишнє середовище та сприяння місцевій культурі та традиціям.

***Ключові переваги туристичних кластерів:***

- Розвиток компаній регіону. Кластери можуть суттєво сприяти розвитку підприємств у регіоні шляхом використання колективних сильних сторін, ресурсів і маркетингових можливостей членів кластеру

- Підвищена конкурентоспроможність: співпрацюючи, різні підприємства можуть створювати більш привабливий туристичний продукт, який приваблює більше відвідувачів і заохочує інновації та покращення якості послуг.

- Інновації: близькість і співпраця між підприємствами сприяють інноваціям у сфері послуг, продуктів і маркетингових стратегій.

- Стійкість: кластери можуть сприяти сталим практикам туризму

concept is rooted in the broader economic theory of clusters, popularized by Michael Porter. This theory posits that such concentrations can foster competitiveness and innovation.

Clusters in the tourism industry comprise a wide array of stakeholders. These include accommodation providers, restaurants and cafes, various attractions, tour operators and guides, and transportation services. Additionally, government bodies and educational institutions that support the tourism sector also form an integral part of these clusters.

Tourism clusters can significantly enhance a destination's appeal by offering tourists a diverse and enriching experience. They foster business collaborations, which can lead to improved service quality, innovative tourist products, and more effective destination marketing. Furthermore, clusters promote efficient resource sharing, which can contribute to the sustainable development of the tourism industry. This is achieved by minimizing environmental impacts and fostering local culture and traditions.

***Key benefits of tourism clusters:***

- Developing regional companies: clusters can significantly contribute to the development of enterprises in the region. They do this by leveraging the collective strengths, resources, and marketing opportunities of cluster members.

- Enhanced competitiveness: by collaborating, different businesses can create a more compelling tourism product that attracts more visitors and encourages innovation and improvement in service quality.

- Innovation: proximity and collaboration among businesses foster innovation in services, products, and marketing strategies.

через спільні цілі та ініціативи щодо сталості.

- Економічний розвиток: кластери сприяють місцевому економічному розвитку шляхом створення робочих місць, стимулювання місцевих інвестицій та сприяння збереженню місцевої культури та спадщини.

- Ініціювання та координація спільної діяльності. Розробка повних, захоплюючих і цікавих туристичних пакетів, орієнтованих на різні цільові групи, які поєднують різноманітні місцеві пам'ятки, варіанти розміщення та послуги. Такий підхід до створення вражень може значно підвищити привабливість місця призначення, оскільки туристи часто віддають перевагу напрямкам, які пропонують різноманітні заходи та враження, які бездоганно інтегровані в один пакет.

- Розробка та спрямування клієнтської подорожі учасники кластеру мають чудову можливість разом проєктувати та аналізувати подорожі відвідувачів у регіоні шляхом створення пакетів. Таким чином клієнтам можна запропонувати найкращий досвід відвідувачів і водночас забезпечити достатню кількість відвідувачів для всіх членів кластеру.

- Досягнення та підтримання стабільно високого рівня якості обслуговування та управління.

Загалом кластеризований підхід у туризмі допомагає напрямкам використовувати свою колективну силу, пропонуючи туристам більш повний та збагачувальний досвід, одночасно сприяючи економічній та екологічній стійкості.

**Якість як ключовий фактор ефективної кластерної співпраці.** Таким чином, мета кластерів полягає

- Sustainability: clusters can promote sustainable tourism practices through shared sustainability goals and initiatives.

- Economic development: clusters contribute to local economic development by creating jobs, stimulating local investment, and promoting the preservation of local culture and heritage.

- Initiation and coordination of joint activities: the development of complete, exciting, and interesting tourism packages aimed at different target groups, which combine various local attractions, accommodation options, and services. This approach to creating experiences can significantly increase the attractiveness of a destination, as tourists often prefer destinations that offer a variety of activities and experiences that are seamlessly integrated into one package.

- Development and direction of the customer journey: the members of the cluster have a great opportunity to design and analyze together the journey of visitors in the region by creating packages. In this way, customers can be offered the best visitor experiences and at the same time ensure enough visitors for all members of the cluster.

- Achieving and maintaining a consistently high level of service and management quality.

Overall, the clustering approach in tourism indeed helps destinations leverage their collective strength. It offers tourists a more comprehensive and enriching experience while promoting both economic and environmental sustainability.

**Quality as a key factor of effective cluster cooperation.** The objective of these clusters is to attract more visitors to the region and provide them with

в тому, щоб залучити більше гостей у регіон і запропонувати їм найкращі пакети послуг через співпрацю між членами кластеру.

Ключове слово тут — якість, тобто відповідність бажанням, потребам і очікуванням гостей.

Менеджери кластерів відповідають за маркетинг, за допомогою якого формуються очікування гостей. Вони також відповідають за координацію спільної діяльності членів кластеру, як-от розробка необхідних послуг з організації навчання та підтримка членів кластеру в розробці спільних пакетів послуг однакового рівня якості.

Перший крок - зрозуміти очікування клієнта. Досвід різних країн показує, що очікування гостей щодо туристичних послуг, які пропонуються в сільській місцевості, пов'язані з такими ключовими словами:

- Гостинність
- Позитивні емоції
- Культура
- Природа
- Місцеві колорити
- Місцеві продукти
- Співпраця
- Чисто та охайно
- Правильний вигляд
- Місцева громада

*Гостинність* є, мабуть, найважливішою очікуваною характеристикою туристичного бізнесу. Принципи гостинності повинні бути продумані і сформульовані в усіх компаніях, що входять до кластеру. Принципи повинні бути узгоджені - щоб відвідувач відчував однакове приємне ставлення у всіх компаніях, що входять до кластеру. На що звернути увагу?

the best possible service packages through collaboration among cluster members.

The key word here is quality, which is defined as fulfilling the wishes, needs, and expectations of the guests.

Cluster managers bear the responsibility for marketing, which shapes the expectations of guests. They also coordinate the collaborative activities of the cluster members. This includes the development of essential training and organizational services, as well as supporting cluster members in creating service packages that maintain a consistent level of quality.

Understanding customer expectations is crucial. Based on experiences from various countries, guests' expectations of tourism services in rural areas often revolve around the following keywords:

- Hospitality
- Positive emotions
- Culture
- Nature
- Local flavors
- Local products
- Cooperation
- Clean and tidy
- The right look
- Local community

*Hospitality* is likely the most crucial characteristic expected of a tourism business. The principles of hospitality should be carefully considered and established in all companies within the cluster. These principles need to be harmonized so that visitors experience a consistently pleasant attitude across all companies in the cluster. Here are some aspects to pay attention to.

Above all, it is the attitude towards the visitor, consideration, respect, politeness, and friendliness.

Перш за все, це ставлення до відвідувача, увага, повага, ввічливість, доброзичливість.

Гостинність має дозволити гостю відчувати себе в безпеці та водночас відчувати щось нове та відмінне. Нехай гість буде вільний від повсякденної рутини та зобов'язань, почуватися вільним від рутини та особливого.

Майте на увазі, що відвідувач відчуває гостинність (або її відсутність) на всіх етапах клієнтського шляху - від першого контакту до бронювання послуги. На загальне враження впливають усі різні етапи обслуговування, навіть не пов'язані безпосередньо з компанією, яка надає послуги, наприклад прогулянка місцем чи зустріч із сусідами.

**Культура** – це широке поняття. Тут для відвідувача важливі різні сфери, але, мабуть, найбільш впливовими є культура харчування та різноманітні культурні послуги спадщини (ремісничі майстерні, виготовлення сувенірів тощо).

Зверніть увагу на місцеву культурну спадщину.

При забезпеченні харчування, страви повинні бути максимально місцевими, тобто використовувані рецепти та технології максимально місцеві та традиційні. Гості чекають **місцевих колоритів, оскільки це додає автентичності їх візиту.**

Крім того, зверніть увагу на те, як подається їжа - використовуваний текстиль повинен бути чистим, а господарі одягненими відповідно. Приміщення, які використовуються для подачі їжі, мають бути чистими та, бажано, легко доступними - це особливо важливо, якщо ви також очікуєте гостей з особливими потребами

Hospitality should allow guests to feel safe while also providing them with new and different experiences. It should free them from their everyday routines and obligations, allowing them to feel both liberated and special.

Please note that a visitor's experience of hospitality (or lack thereof) spans all stages of the customer's journey, from the initial contact to the booking of a service. Every stage of the service, even those not directly related to the service provider, such as a city walk or meeting the neighbors, influences the overall impression.

**Culture** is a broad term. Different aspects are significant to a visitor, but the most influential ones are likely to be the food culture and various heritage cultural services, such as handicraft workshops and souvenir making, etc.

Focusing on local cultural heritage is crucial.

When providing food, it's essential to ensure that the meals are as local as possible. This means using recipes and cooking techniques that are traditional to the area. Guests often look forward to experiencing **local flavors, as it adds to the authenticity of their visit.**

The presentation of the food is just as important as the food itself. The textiles used should be clean, and the hosts should be dressed appropriately. The rooms used for serving food should also be clean, well-maintained, and easily accessible. This is particularly important if you are expecting guests with special needs, such as those with mobility difficulties.

(наприклад, з обмеженими можливостями пересування).



**Місцева культурна спадщина**  
**Local cultural heritage**

У компаніях, де також раді іноземним гостям, меню має бути складене відповідною мовою (наприклад, англійською). Можна подумати про те, що пропонується дітям (наприклад, менші порції) і як їх готують до прийому відвідувачів з різною харчовою непереносимістю.

Треба ще подумати, чи можна залучати відвідувачів – чи то на різних етапах приготування їжі, чи, наприклад, у сервіруванні столу за місцевими звичаями.

Крім того, відвідувачі цінують можливість придбати дрібні *харчові сувеніри*. У кластері завжди варто думати про те, як виділитися сувенірами, щоб створити можливість для гостей купувати різні речі.

In establishments that welcome foreign guests, it's essential to have menus available in appropriate languages, such as English. Additionally, considering the needs of all guests, including children (for example, smaller portions) and those with food intolerances, is crucial.

We still need to consider whether it's feasible to involve visitors, whether in the different stages of food preparation or, for instance, in setting the table following local customs for a unique and engaging experience.

Indeed, visitors often value the chance to purchase small *food souvenirs*. Within the cluster, it's always beneficial to consider how to differentiate in terms of souvenirs, thereby providing guests with the opportunity to buy a variety of items.

Гарна історія, захоплюючі місцеві додаткові переваги, та презентація їжі створюють фантастичні враження від смачної їжі.

Майстер-класи дають чудову можливість створити позитивні та яскраві враження. Гість має можливість виготовити щось власними руками, і при тому, що виготовлене асоціюється з місцевими звичаями, гостя знайомлять з історією та традиціями. Зробити щось абсолютно нове завжди викликає потужні позитивні емоції та приносить величезне задоволення відвідувачу.

У випадку сувенірів найважливіше відобразити їх місцеве походження та місцеву культуру через пов'язані значення та історії. Продаючи сувеніри, обов'язково врахуйте дизайн упаковки. Крім красивого і зі смаком оформлення, важливо вказати на упаковці інформацію про виробника, яка згодом допоможе відвідувачеві знову знайти виробника або поділитися враженнями вдома.

Підхід «*як місцевий*» — чудова стратегія, яка дозволяє гостям зануритися в місцевий спосіб життя, поспілкуватися з *місцевою спільнотою* та відчути непідробні емоції. Такий прямий досвід можливий завдяки тісному спілкуванню та координації між членами кластеру.

A good story, exciting local extras, and appealing food presentation all contribute to creating an exceptional dining experience accompanied by delectable cuisine.

Workshops offer a fantastic platform for creating vibrant and positive experiences. The opportunity for guests to craft something with their own hands, particularly when the item is tied to local customs, serves as a wonderful introduction to the region's history and traditions. Engaging in a completely new activity often evokes strong positive emotions and leaves visitors with a deep sense of satisfaction.

The essence of a souvenir lies in its ability to encapsulate the local origin and culture through associated meanings and narratives. When it comes to selling souvenirs, the design of the packaging plays a crucial role. A tasteful and aesthetically pleasing design can significantly enhance the appeal of the souvenir. Moreover, including the manufacturer's information on the packaging is a thoughtful touch. It not only allows visitors to reconnect with the manufacturer but also enables them to share their experiences and impressions once they return home.

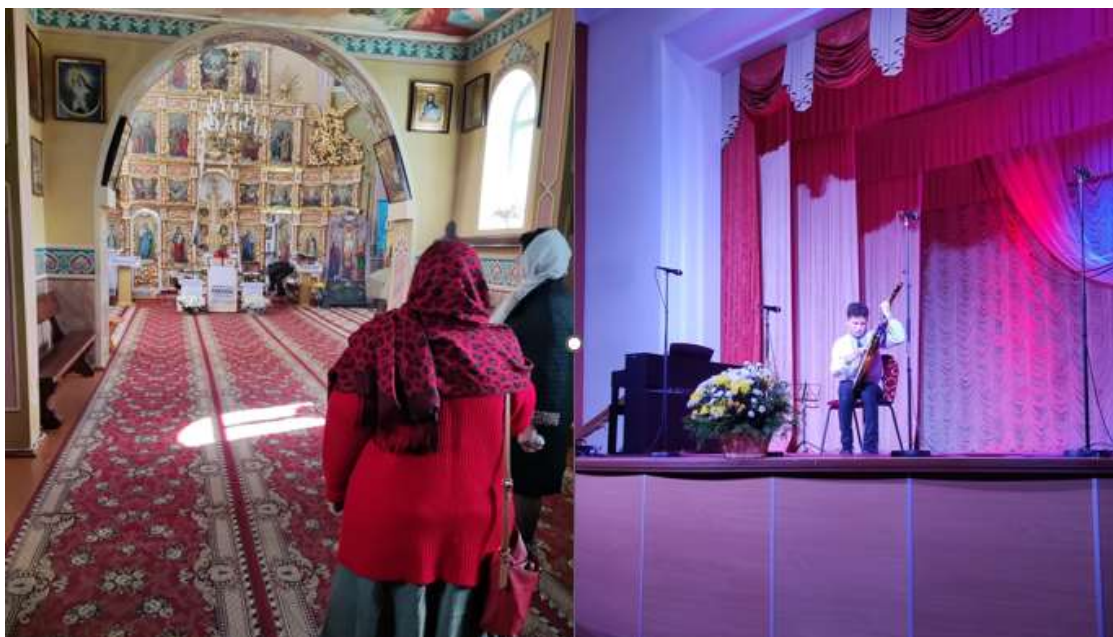
The “*like a local*” approach is an excellent strategy that allows guests to immerse themselves in the local lifestyle, interact with the *local community*, and experience genuine emotions. Such direct and authentic experiences are made possible through close communication and coordination among cluster members.



**Обмін їжею, досвідом, місцевими смаками, історіями та емоціями.  
Камінь-Каширський туристичний кластер  
Sharing food, experiences, local flavors, stories, and emotions.  
The Kamin-Kashyrskyi tourism cluster**



**Сувеніри, які відображають місцеве походження та місцеву культуру че-  
рез пов'язані значення та історії  
Souvenirs that reflect their local origins and local culture through associated  
meanings and stories**



**Емоції, культура та супровід – як у місцевих. Так просто і так вражаюче.  
Камінь-Каширський туристичний кластер  
Emotions, culture and guidance – like a local. So simple and so impressive.  
The Kamin-Kashyrskiy tourism cluster**

Слід також звернути увагу на *послуги гіда* в групових налаштуваннях. У цьому контексті гід повинен володіти винятковими навичками управління групою та часом, а також широкими фактичними знаннями та чудовими комунікаційними здібностями. Відвідувачі очікують, що гід легко розповідатиме захоплюючі історії, а не просто читатиме напам'ять сценарій.

Якщо можливо, додайте до кластеру мешканців, які можуть розповісти історії про місце розташування та людей.

Підприємці *природного туризму*, які беруть участь у кластері, пропонують послуги, які, звичайно, є цікавими та забезпечують досвід, але також є максимально стійкими. Екскурсоводи повинні бути хорошими знавцями природи і місцевих умов, хорошими оповідачами і читачами карт, а також керівниками груп.

Consideration must also be given to the *guide service* in group settings. In this context, the guide should possess exceptional group and time management skills, along with extensive factual knowledge and excellent communication abilities. Visitors anticipate that the guide will seamlessly narrate engaging stories, rather than merely reciting a memorized script.

If possible, include residents in the cluster who can tell stories about the location's history and people.

*Nature tourism* entrepreneurs participating in the cluster are offering services that are, of course, interesting and provide an experience, but also as sustainable as possible. Guides must be good connoisseurs of nature and local conditions, good storytellers and map readers, as well as group leaders.

To ensure safety, nature tourism groups should be small, with a maximum of 10–15 people.

Для забезпечення безпеки групи природного туризму повинні бути невеликими, максимум 10-15 осіб.

Постачальник послуг повинен провести аналіз ризиків і продумати рішення для можливих ризикових ситуацій (падіння гостя, несправність транспортного засобу, погана погода).

**Чистота** номерів і всіх використовуваних речей важлива для кожного виду туристичного бізнесу та **компанії розміщення**. Гість повинен мати можливість користування умивальником і туалетом. Так само засоби гігієни (наприклад, мило та туалетний папір) завжди повинні бути доступні.

Додаткові послуги, такі як сніданок, спортивний інвентар, настільні ігри та інші можливості для дозвілля можна запропонувати на місці. У той же час у компанії розміщення є дуже хороша можливість направити гостей до інших учасників кластеру – наприклад, в музей, похід на природу, до майстрів чи художників.

Як зазначено вище, управління якістю може створити ситуацію, коли всі компанії, що беруть участь у кластері, пропонують однаково якісні послуги. Що в свою чергу підвищує конкурентоспроможність цілого регіону.

Є також кілька простих, але ефективних міжкластерних інструментів якості, які можна використовувати, щоб допомогти всім членам кластера розвиватися та створювати найкращі враження для відвідувачів у синергії. Створення спільної стратегії, добре продуманий план дій, а потім вибір цільових груп можуть допомогти вам охопити клієнтів, які зацікавлені пропозиціями вашого конкретного

The service provider needs to have carried out a risk analysis and thought-out solutions for possible risk situations, such as the fall of a guest, failure of a means of transport, or bad weather.

**Cleanliness** of rooms and all used items is important for every type of tourism business and **accommodation company**. The guest must have the possibility of using the washing and toilet facilities. Similarly, hygiene products (for example, soap and toilet paper) should always be available.

Additional services such as breakfast, sports equipment, board games, and other leisure opportunities can be offered on-site. At the same time, accommodation companies have a very good opportunity to direct guests to other cluster members – for example, to a museum, a nature hike, to craftsmen or artists.

As stated above, quality management can create a situation where all companies participating in the cluster offer similarly good quality services. Which in turn increases the competitiveness of the entire region.

There are also several simple but effective cross-cluster quality tools that can be utilized to help all members of a cluster develop and create the best experiences for visitors in synergy. Creating a common strategy, a well-thought-out action plan, and then selecting target groups can help you reach clients that would be interested in the offers of your specific cluster, which in turn would ensure they get the best experience from it. Conducting customer journey analysis and developing service packages from the information gathered would then help eliminate weak points regarding the services offered and cluster synergy and draw more attention to the cluster as a

кластера, що, у свою чергу, забезпечить їм найкращий досвід від нього. Проведення аналізу шляху клієнта та розробка пакетів послуг на основі зібраної інформації допоможе усунути слабкі сторони щодо пропонованих послуг і синергії кластеру, а також приверне більше уваги до кластеру в цілому. Нарешті, відображення ризиків, пов'язаних із наданням послуг, збір відгуків від клієнтів і покращення послуг на основі отриманих відгуків, допоможе всім членам кластеру виділити найкращий досвід для відвідувачів.

Підсумовуючи, якісний та орієнтований на співпрацю туристичний кластер є чудовою мережею для розвитку послуг туристичних компаній у регіоні та підвищення конкурентоспроможності всієї території.

## **РОЛЬ НАЦІОНАЛЬНОГО ПРИРОДНОГО ПАРКУ У РОЗВИТКУ КЛАСТЕРУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ**

*Василь Приндак,*  
Національний природний парк  
«Сколівські Бескиди»

Національний природний парк «Сколівські Бескиди» був створений в 1999 році. НПП «Сколівські Бескиди» розташований у басейнах річок Стрий та Опір. На території парку збереглися рештки чистих букових лісів, а також смерекові й ялицеві. На його теренах протікає понад 30 мінеральних джерел різної бальнеологічної дії.

У 2021 році Сколівські Бескиди удостоїлися головної туристичної нагороди України, визнавши найкращим національним природним парком

whole. Finally, mapping the risks related to the provision of services, collecting feedback from customers, and improving services based on the feedback received, would help all cluster members spotlight the best experiences for visitors.

In summary, a good quality and cooperation-oriented tourism cluster is an excellent network for developing the services of tourism companies in the region and improving the competitiveness of the entire area.

## **THE ROLE OF THE NATIONAL NATURE PARK IN RURAL TOURISM CLUSTER DEVELOPMENT**

*Vasyl Pryndak,*  
Skole Beskyds National Nature Park

The Skole Beskyds National Nature Park was established in 1999. It is situated in the basins of the Stryi and Opir rivers. The Park preserves remnants of pure beech forests, as well as spruce and fir forests. More than 30 mineral springs with various balneological properties can be found within its boundaries.

*In 2021, Skole Beskyds was honored with the main tourism award of Ukraine, being recognized as the best national nature park in the country. Since receiving this prestigious award,*

країни. З того часу було здійснено чимало роботи для розвитку туризму і сільського туризму в тому числі.

**Пріоритетними напрямками діяльності НПП «Сколівські Бескиди» є:**

- збереження, відтворення та раціональне використання природних ландшафтів, що мають важливе природоохоронне, естетичне, освітнє, рекреаційне та оздоровче значення;
- збереження історико-культурних комплексів і об'єктів;
- збереження біорізноманіття та забезпечення сталого розвитку гірських екосистем Сколівських Бескидів;
- раціональне рекреаційне використання території за умови збереження та охорони природних екосистем та покращання умов життя місцевого населення;
- проведення наукових досліджень за програмою “Літопису природи” та розробка рекомендацій із збереження та охорони навколишнього природного середовища;
- еколого-освітня робота з населенням.

**Новим пріоритетним напрямком роботи парку є сприяння кластерної співпраці в громадах в сфері сільського зеленого туризму.** В зоні діяльності НПП розміщено п'ять територіальних громад (Східницька, Боринська, Сколівська, Козівська, Славська територіальні громади). Дві з них пріоритетом своєї діяльності обрали саме туризм.

В цих двох територіальних громадах, де розроблялася стратегія розвитку туризму, НПП був задіяний в їх створенні. Така співпраця для всіх

significant efforts have been made to further develop tourism in the area, including a focus on promoting rural tourism.

**The Skole Beskyds National Nature Park prioritizes the following areas of activity:**

- preservation, reproduction, and rational use of natural landscapes, which hold significant environmental, aesthetic, educational, recreational, and health value;
- preservation of historical and cultural complexes and objects;
- preservation of biodiversity and sustainable development of the mountain ecosystems of the Skolivskyyi Beskyds;
- rational recreational use of the territory: this is done under the condition of preserving and protecting natural ecosystems and improving the living conditions of the local population;
- conducting scientific research under the “Chronicle of Nature” program: this includes developing recommendations for the preservation and protection of the natural environment;
- ecological and educational work with the population.

**The Park is now prioritizing the promotion of cluster cooperation in the field of rural green tourism.** This involves five territorial communities: Skhidnytska, Borynska, Skolivska, Kozivska, and Slavska, all of which are located within the Park's activity zone. Out of these, two communities (Skolivska and Slavska) have chosen tourism as their primary focus.

In these two territorial communities where tourism development strategies have been developed, the Park has played a role in their creation. This cooperation is mutually beneficial for all

сторін є взаємовигідна, оскільки рекреаційний природний ресурс парку є тим магнетом, який притягує більшу кількість туристів. Паралельно напрацьовується багато інших напрямків. Особливо цікавим було створення кластеру сільського туризму «Бойківські газди» у Львівській області (Сколівська територіальна громада), де характерною ознакою створення було об'єднання інтересів представників від територіальної громади, державних установ, громадських організацій, які активно підключилися до роботи, численна кількість представників сільського туризму та бізнесу. Саме ця система співпраці створила умови взаємовигідної взаємодії для кожного учасника: власники садиб пропонують послуги з ночівлі та гастрономію, національний парк же – екскурсійні та інші дозволені заходи.

parties involved, as the Park's recreational natural resources serve as a magnet that attracts more tourists. Concurrently, numerous other areas are being developed. The formation of the rural tourism cluster "Boykivski Gazdy" in the Lviv Region (Skolivska Territorial Community) was indeed intriguing. A distinctive aspect of its creation was the convergence of interests among representatives from the territorial community, state institutions, and public organizations. These entities actively participated in the process, along with a significant number of rural tourism representatives and businesses. This cooperative system has fostered conditions for mutually beneficial interactions for each participant: estate owners provide accommodation and gastronomy, while the Park offers excursions and other permitted activities.



**Головні напрямки над якими працює парк у розвитку рекреації.  
The main directions that the Skole Beskyds National Nature Park is addressing in the development of recreational activities**

Географічне положення національного парку є дуже вдалим, що логістично дозволяє підвищити доступність до НПП. Центральне положення, рівновіддалене від навколишніх обласних центрів, теж створює сприятливі умови для прокладання

The Park is geographically well-positioned, which logistically enhances its accessibility. Its central location, equidistant from the surrounding regional centers, also provides favorable conditions for establishing tourist routes through the Skole Beskyds. The transport network consists of paved

туристичних маршрутів через Сколівські Бескиди. Та транспортна мережа представлена дорогами з твердим покриттям, підсипними шляхами, ґрунтовими дорогами загального користування, що використовуються в якості господарських і протипожежних. Тому є великою проблемою для якісного обслуговування відвідувачів є низька якість автомобільних доріг (а на окремих ділянках їх відсутність).

Велика кількість історико-культурних пам'яток місцевого значення, знакові природні об'єкти – всі вони включені в існуючі туристичні маршрути (автомобільні та веломаршрути, їх близько 140), які на сьогодні є промарковані та паспортизовані. Рекреаційні зони – використовуються в більшій мірі для стаціонарного відпочинку. Існують еколого-пізнавальні центри, що організовують екскурсійну діяльність для туристів.

Національний парк головною своєю діяльністю вважає розвиток туристсько-рекреаційної діяльності. Для активізації саме туристичної складової через збільшення потоку туристів необхідно:

1) забезпечити комфортні умови перебування туристів, покращення туристичної інфраструктури

2) інформаційне забезпечення через створення системи надання інформації, яка б постійно оновлювалася і була достовірною. Інформація власне є, але вона різнобічна і в різних джерелах. Відсутність туристичного інформаційного центру зменшує обізнаність туриста про даний регіон. Тому є мета створення туристичного інформаційного центру по навколишніх територіях для об'єднання рекреаційного потенціалу.

roads, dirt roads, and general-use dirt roads, which serve economic and fire protection purposes. However, the poor quality of these roads, and their absence in some areas, poses a significant challenge to providing high-quality service to visitors.

The Park boasts a wealth of historical and cultural monuments of local significance, as well as iconic natural features. All of these are incorporated into the existing tourist routes, which include about 140 car and bicycle routes that are currently marked and documented. Recreational zones are primarily used for stationary leisure activities. Additionally, there are ecological and educational centers that organize guided tours for visitors.

The Park views the development of tourist and recreational activities as its primary focus. To enhance the tourist aspect in response to the growing influx of visitors, it is necessary to:

1) Improve the tourist infrastructure to provide comfortable conditions for visitors.

2) Establish a reliable and constantly updated information system. While information is currently available, it is scattered across various sources. The lack of a centralized tourist information center hampers visitors' understanding of the region. Therefore, a key objective is to create a tourist information center in the surrounding areas to consolidate the recreational potential.

3) Develop an interactive tourist map.

4) Design and produce promotional and souvenir products.

5) Reorient the organization of tourist activities from one-day tours to three- and four-day tours. This requires

3) створення інтерактивної туристичної карти

4) створення рекламної, сувенірної продукції

5) переорієнтація організації туристичної діяльності з обслуговування одноденних турів на трьох-, чотириденні тури. Тут необхідна якраз активізація співпраці всередині кластерів, зокрема з власниками сільських садиб, які б могли приймати на ночівлю; з організаторами екскурсійної діяльності, організаторами дозвілля (фестивалі, ярмарки та ін.)

б) облаштування під'їзних доріг з твердим асфальтним покриттям до рекреаційних об'єктів парку: (водоспаду Кам'янки-5 км., водоспаду Гуркало - 5 км., рекреаційної зони в Майданському лісництві - 6 км., джерел мінеральної води «Павлів Потік» - 3 км., рекреаційної зони Дубравка - 1 км.)

7) активізувати мережеву співпрацю між різними гілками туризму (органами влади, власниками готелів, кемпінгів, баз відпочинку, власниками турфірм та ін.)

### **РОЛЬ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ У РОЗВИТКУ КЛАСТЕРУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ**

*Надія Савчук,*  
м. Камінь-Каширський,  
Волинська область

*«Розвиток туризму пріоритетний напрямок роботи Камінь-Каширської міської ради» - Віктором Пась, міський голова м. Камінь-Каширський. Місцева влада не лише на словах підтримує тих, хто вирішує розви-*

active cooperation within clusters, particularly with owners of rural estates who could provide overnight accommodations, excursion organizers, and leisure activity coordinators (such as festivals, fairs, etc.).

6) Arrange access roads with a hard asphalt surface leading to the Park's recreational facilities. This includes the Kamyanka waterfall (5 km), Gurkalo waterfall (5 km), recreational zone in the Maidan Forestry (6 km), mineral water springs "Pavliv Potik" (3 km), and the Dubravka recreation zone (1 km).

7) Activate network cooperation among various stakeholders in the tourism sector. This includes authorities, hotel owners, camping site operators, recreation center managers, and travel agency owners.

### **THE ROLE OF LOCAL GOVERNMENT IN THE DEVELOPMENT OF THE RURAL TOURISM CLUSTER**

*Nadiia Savchuk,*  
Kamin-Kashyrskiy,  
Volyn Oblast

*"Development of tourism is a priority for the Kamin-Kashirskiy City Council," says Victor Pas, the mayor of Kamin-Kashirskiy. The local government not only verbally supports those who decide to engage in tourism development, but also initiates many projects*

вати туризм, а й сама виступає ініціатором багатьох проєктів та активностей, всіяко сприяє кожному, хто звертається до неї за допомогою, та конкретними діями показує, що розвиток туризму є для неї одним з найпріоритетніших напрямків.

Камінь-Каширська громада Волинської області є чудовим прикладом плідної співпраці кластеру з місцевою владою і своїми активними діями сприяє розвитку сільського зеленого туризму. 4 лютого 2022 року депутати одногосно прийняли Програму розвитку сільського туризму. Представники місцевої влади не планують зупинятися та будуть організовувати заходи, передбачені програмою на вів' у воєнний час, а саме проведення різноманітного навчання для всіх бажаючих займатися сільським зеленим туризмом, а також по мірі можливості, займатися маркетинговою діяльністю.

and activities. It helps anyone who seeks it, demonstrating through concrete actions that tourism development is one of its highest priorities.

The Kamin-Kashirskyi community in the Volyn region serves as a prime example of productive collaboration between the cluster and local government, with their proactive efforts contributing to the growth of rural green tourism. On February 4, 2022, the Rural Tourism Development Program was unanimously adopted by the deputies. Local authorities are committed to continuing the Program's activities even during wartime. This includes conducting various training sessions for those interested in rural green tourism and, as much as possible, participating in marketing activities.



**Стратегія розвитку Камінь-Каширської територіальної громади на 2022–2032 роки**  
**Development Strategy for the Kamin-Kashirskyi Community, 2022–2032**

Люди також повинні усвідомлювати, які туристсько-рекреаційні ресурси та сприятливі умови для прийому туристів їх громада має. Сільський туризм є перспективним напрямком малого бізнесу в сфері туристичної діяльності. Керівники та учасники кластерів вважають, що найкращим способом заохотити місцеве населення займатися сільським туризмом – це на власному досвіді показати, що він є не тільки перспективним, а й прибутковим видом туризму. Для підняття рівня зацікавленості місцевого населення вважають за необхідне проводити курси та тренінги, на яких розповідатимуть зацікавленим про переваги сільського туризму, перспективи розвитку свого краю та познакомити з досвідом організації діяльності успішних кластерів. Багато людей не вбачають свій край туристично привабливим та не знають, яким чином можна залучати туристів до себе в регіон. Подібне навчання має підштовхнути людей до бажання розвивати свій край і безпосередньо самим брати в цьому участь.

В рамках кластеру учасники співпрацюють за напрямками організації одноденних турів, екскурсій, спільних обідів, а також розміщення туристів у зелених садибах.

Сільський зелений туризм має особливе значення для розвитку внутрішнього туризму в країні. Він сприяє прискореному розвитку сільських територій, зростанню рівня добробуту сільського населення, диверсифікує сільськогосподарське виробництво та забезпечує вирішення низки інших завдань.

**Комплексний підхід збоку місцевого сомоврядування.** Було роз-

It's important for people to be aware of the tourist and recreational resources available, as well as the favorable conditions for welcoming tourists in their community. Rural tourism is a promising sector for small businesses within the tourism industry. Cluster leaders and participants believe that the most effective way to encourage the local population to engage in rural tourism is to demonstrate, through their own experiences, that it is not only a promising but also a profitable form of tourism. To increase local interest, it's deemed necessary to conduct courses and training sessions. These sessions will inform interested individuals about the benefits of rural tourism, the potential for development in their region, and the experience of organizing successful clusters. Many people may not view their region as attractive to tourists and may be unsure of how to draw tourists to their area. Such training should inspire people to want to develop their region and take an active role in its growth.

Within the cluster's framework, participants collaborate in various areas. This includes organizing one-day tours and excursions, coordinating joint lunches, and arranging for tourists to stay in green estates.

Rural green tourism plays a significant role in the development of domestic tourism in the country. It not only accelerates the development of rural areas but also enhances the welfare of the rural population. Furthermore, it diversifies agricultural production and addresses a variety of other challenges.

**A comprehensive approach to tourism development by local self-government.** The "Water Stream Pool of Kamin-Kashirskyi Region" rural green tourism *cluster concept* has been

роблено **концепцію кластеру** сільсько-го зеленого туризму «Водні плеса Камінь-Каширщини». Розвиток кластеру сільського зеленого туризму «Водні плеса Камінь-Каширщини» передбачений у таких документах:

- 1) Стратегія розвитку Камінь-Каширської територіальної громади на 2022–2032 роки
- 2) Програма інформатизації «Цифрова трансформація Камінь-Каширської міської ради на 2023–2025 роки»
- 3) Програма розвитку туризму та рекреації в Камінь-Каширській територіальній громаді на 2022–2025 роки
- 4) Програма розвитку міжнародного співробітництва та міжрегіональної співпраці Камінь-Каширської міської ради на 2021–2025 роки
- 5) Інвестиційний паспорт Камінь-Каширської міської ради

developed. The development of this cluster is outlined in the following documents:

- 1) The Development Strategy of the Kamin-Kashirskyi Territorial community for 2022–2032;
- 2) The “Digital Transformation of Kamin-Kashirskyi City Council” Informatization Program for 2023–2025;
- 3) Program for Tourism and Recreation Development in the Kamin-Kashirskyi Territorial Community for 2022–2025;
- 4) Program for the Development of International and Interregional Cooperation of the Kamin-Kashirskyi City Council for 2021–2025;
- 5) Investment Passport of the Kamin-Kashirskyi City Council.

Електронні публікації  
Камінь-Каширської  
міської ради 2022



Концепція кластеру сільського зеленого туризму "Водні плеса Камінь-Каширщини" розміщена в інвестиційному паспорті Камінь-Каширської міської ради



**Концепція кластеру сільського зеленого туризму «Водні плеса Камінь-Каширщини»**  
**Concept of the “Water Stream Pool of Kamin-Kashirskyi Region” rural green tourism cluster**

**Реалізація проекту «Перспективи сталого розвитку сільських територій» прямо впливає на кластерне співробітництво:**

1) Кадрове та науково-методологічне забезпечення туристично-рекреаційної галузі, зокрема було:

- працівники міської ради пройшли навчальні онлайн-курси «Основи сталого розвитку сільського зеленого туризму», «Сільський зелений туризм: підвищення кваліфікації»;

- організовано навчальну поїздку для обміну досвідом з розвитку сільського туризму на базі Грицівської територіальної громади приватного підприємця Мазур Галини;

- у Камінь-Каширській громаді 15–16 травня 2022 року перебувала українсько-естонська наукова експедиція із Таллінського університету Естонської Республіки, Географічного факультету КНУ імені Тараса Шевченка та Спілки сільського зеленого туризму України в рамках проекту з дослідження кластерів сільського туризму в Україні;

- апробація результатів дисертаційного дослідження на здобуття наукового ступеня доктора філософських наук у галузі туризму Околович Ірини Ігорівни на тему «Кластеризація сільського туризму в Україні».

2) Розвиток туристичної інфраструктури та матеріально-технічної бази туристично-рекреаційної галузі.

3) Безпека туристів.

4) Маркетингова політика розвитку туризму, зокрема було:

- розроблено гастрономічну карту громади;

- розроблено 6 електронних публікацій: «Кластер сільського зеленого туризму «Водні плеса Камінь-

**The implementation of the project on the “Prospects of Sustainable Development of Rural Areas” directly affects cluster cooperation.**

1) Personnel, scientific, and methodological support for the tourism and recreation industry was enhanced in the following ways:

- City Council employees completed online training courses on the “Fundamentals of Sustainable Development of Rural Green Tourism” and “Professional Development in Rural Green Tourism”;

- a study trip was organized to share experiences in rural tourism development, based on the Hrytsiv Territorial Community led by private entrepreneur Halyna Mazur;

- on May 15–16, 2022, a Ukrainian Estonian scientific expedition was conducted as part of a project to study rural tourism clusters in Ukraine. This expedition involved the Tallinn University (Estonia), Taras Shevchenko National University of Kyiv (Ukraine), and the Union of Rural Green Tourism of Ukraine, and it took place in the Kamin-Kashirskyi community;

- the results of the dissertation research for the Doctor of Philosophy degree in the field of tourism by Iryna Ihorivna Okolovych were approved. The topic of the dissertation was “Clusterization of Rural Tourism in Ukraine”.

2) Development of the tourism infrastructure and the material and technical base of the tourism and recreation industry.

3) Ensuring the safety of tourists.

4) The marketing policy for tourism development was advanced in the following way:

- a gastronomic map of the community was developed;

Каширщини»», «Садиба Галини Мазур «Там, де Добре»», «Гастрономічний каталог Камінь-Каширської територіальної громади», «Камінь-Каширська міська рада», «Особливості міжнародного співробітництва Камінь-Каширської міської ради в умовах воєнного стану», «Освіта. Управління гуманітарної політики Камінь-Каширської міської ради»;

• виготовлено 2 фільми: «Туристична привабливість Камінь-Каширської територіальної громади», «Садиба Галини Мазур «Там, де Добре».

## **РОЛЬ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ СПАДЩИНИ У РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ**

*Інна Величко,*  
Туристичний кластер «Городськ»,  
Старосілецької ОТГ,  
Житомирська область

Учасники туристичного кластеру «Городськ» (Старосілецька об'єднана територіальна громада, Житомирська область), обрали кластерну модель організації туристичної діяльності регіону, зробивши акцент на культурній спадщині, як головному рекреаційному ресурсі.

Житомирська область володіє багатю історико-культурною спадщиною. Складна історія краю обумовила формування самобутньої культури. Різноманітність та неповторність історико-культурного надбання краю відображається в численних

• six electronic publications were developed: “Cluster of Rural Green Tourism ‘Water Stream Pool of Kamin-Kashirskyi Region’”, “Halyna Mazur’s Homestead ‘Tam de Dobre’”, “Gastronomic Catalogue of the Kamin-Kashirskyi Territorial Community”, “Kamin-Kashirskyi City Council”, “Peculiarities of International Cooperation of the Kamin-Kashirskyi City Council in the Conditions of Martial Law”, and “Education: Department of Humanitarian Policy of the Kamin-Kashirskyi City Council”;

• two films were produced: “Tourist Attraction of the Kamin-Kashirskyi Territorial Community” and “Halyna Mazur’s Homestead ‘Tam de Dobre’”.

## **THE ROLE OF CULTURAL HERITAGE INTERPRETATION IN RURAL TOURISM DEVELOPMENT**

*Inna Velychko,*  
“Horodsk” tourist cluster,  
Starosiletska United Territorial Community,  
Zhytomyr Region

The participants of the “Horodsk” tourist cluster, located in Starosiletska United Territorial Community, Zhytomyr Region, have chosen a cluster model to organize tourism activities in the region. They have placed a strong emphasis on cultural heritage as the primary resource for recreation.

The Zhytomyr region boasts a rich historical and cultural heritage. Its complex history has shaped a unique culture that stands out in its diversity and originality. This is evident in the numerous historical and cultural monuments, unique traditions, and folk crafts that the region has to offer. The region’s rich

пам'ятках історії та культури, самобутніх традиціях, народних промислах та ремеслах. Багата історико-культурна спадщина є основою урізноманітнення пропозицій туристичних маршрутів з метою забезпечення глибокого ознайомлення туристів з окремими сторонами матеріальної та духовної культури територіальних громад.

Поряд з цим край зможе досягти значного економічного ефекту в туристичному бізнесі. В сучасний умовах поширенню процесів інтеграції та глобалізації в різних суспільствах, підвищення мобільності населення (з причин різного характеру) та розвитку міжнародних відносин, історико-культурний потенціал матеріальні та духовні пам'ятки країн та народів на рівні малих територій стають не просто важливим фактором формування національного світогляду, свідомості та самоідентифікації, а й найважливішим туристичним ресурсом, що активно потрібно використовувати для задоволення туристичних потреб та, що теж є важливим, отримання прибутку.

Попри реалій військового стану, активна інтеграція України триває до світового культурного простору, тому повноцінне та всебічне виявлення й вивчення культурної спадщини з метою виваженого її використання і комплексного збереження – є стратегічне для всієї держави значення.

historical and cultural heritage serves as a foundation for diversifying tourist route offerings. This ensures that tourists can gain an in-depth understanding of specific aspects of the material and spiritual culture of the territorial communities.

In addition to its cultural benefits, the region stands to achieve significant economic gains in the tourism sector. In today's globalized world, where integration processes are widespread, population mobility is increasing, and international relations are developing, the historical and cultural potential of material and spiritual monuments at the level of small territories becomes not just an important factor in shaping national worldview, consciousness, and self-identification, but also a crucial tourist resource. This resource should be actively utilized to cater to tourist needs and to generate profit. Despite the realities of martial law, Ukraine's active integration into the global cultural landscape continues unabated. Therefore, the full and comprehensive identification and study of cultural heritage, with the aim of its balanced utilization and comprehensive preservation, holds strategic importance for the entire nation.

## Місцеві жителі



Місцеві жителі  
Residents

## Люди-магніти. «Садиба художника»



Люди-магніти. «Садиба художника»  
Magnet people. «The artist's homestead»

**Шлях відродження культурної спадщини Житомирщини для залучення його до туристичної діяльності:**

- відродження забутих народних звичаїв;

**Strategies to revitalize the cultural heritage of the Zhytomyr Region for tourism activities:**

- reviving forgotten folk customs;
- introducing a new tourist route and presenting the “Cultural and Art Center ‘Polishka Khata’” as a tourist attraction;

- презентація нового туристичного маршруту й “Культурно-мистецького центру “Поліська хата”” як туристичного продукту;

- залучення якомога більше молоді до проекту з метою передачі досвіду;

- долучити до проекту відомих людей області, України.

**“Культурно-мистецький центр “Поліська хата””, с. Городське**, – центр, де проходять різноманітні культурні акції і фестивали:

- Центр творчого відпочинку митців;

- Центр етнографічного туризму;

- Центр волонтерської діяльності;

- Центр відродження народних звичаїв та традицій;

- Центр для проведення національних свят;

- Місце організацій художніх виставок.

- engaging as many young people as possible in the project for knowledge transfer;

- involving renowned individuals from the region and Ukraine in the project.

**The “Cultural and Art Center “Polishka Khata”” located in the village of Gorodske** serves as a hub for various cultural events and festivals. It functions as:

- a Center for the creative recreation of artists;

- a Center for ethnographic tourism;

- a Center for volunteer activities;

- a Center for the revival of folk customs and traditions;

- a Center for conducting national holidays;

- a Venue for organizing art exhibitions.

## Річка Тетерів – водний туризм



**Річка Тетерів – водний туризм**  
**Water tourism on the Teteriv River**

## Пам'ятка археології «Червона гора»



Пам'ятка архітектури «Червона гора»  
The Architectural Monument «Chervona Gora»

### Цільова аудиторія (місцеві жителі) та заходи –:

1) Родини – Родинні свята, Етно фестиваль «Житичі» «День Юрія», Свято «Зажинки», Свято «Молотьба» художня виставка «Під стріхою», «Андріївський фестиваль»;

2) Діти – дитячі колективи, школи мистецтв, спеціалізовані школи, будинки-інтернати;

3) Студенти – театралізовані сценки за участю самих учасників (сватання, гадання), сучасні актуальні, молодіжні майстер-класи, особливий підхід до музики;

4) Трудові колективи – проведення корпоративних заходів. *Корпоративний туризм* тут – це одна із форм вираження вдячності спіробітникам, прекрасна можливість мотивувати колектив, створити міцну працездатну команду;

5) Науковці – наукові семінари та конференції.

### Активні місцеві підприємства:

1) Садиба «Тетерівський кіш»;

2) «ЧУ кемпінг»;

3) «Поліський чай».

### Target audience (residents) and associated activities:

1) Families – family holidays, the Ethno festival «Zhytychi», «Day of Yuriy», «Zazhynki» holiday, «Molotba» holiday, the art exhibition «Under the Attic», and the «Andriiiv festival»;

2) Children – children's teams, art schools, specialized schools, and boarding houses;

3) Students – theatrical skits with student participation (such as match-making, fortune-telling), modern youth-oriented master classes, and a unique approach to music;

4) Labor teams – holding corporate events. Corporate tourism is seen as a way to express gratitude to employees, motivate the team, and foster a strong, capable team;

5) Scientists – hosting scientific seminars and conferences.

### Active local enterprises:

1) «Teterivskiy Kish» manor house;

2) «ChU Camping»;

3) «Poliskiy Tea».

## СОЦІАЛЬНІ МЕДІА В РЕКЛАМІ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

*Сергій Толстіхін,*  
с. Гораївка, Хмельницька область

Досвід просування власної ідеї з розвитку сільського туризму в Староушицькій територіальній громаді.

Перший отриманий досвід створення соціальної реклами став відзнятий цикл телевізійних програм про велоподорожі Європою.

Реалізація ідеї використання соціальних медіа в рекламі сільського туризму почалася зі звернення до територіальних громад з пропозицією створення умов для розвитку туризму. Староушицька територіальна громада сприяла реалізації першого туристичного проекту «Легенди Пониззя», де знаходиться Бакота, Бакотська затока. Досвід перебування туриста в даній громаді обмежувався відвідуванням Бакоти, зробленими там фотографіями, та відвідуванням монастиря, не залишаючи коштів. Місцеві жителі не готові були пропонувати послугу з надання ночівлі та харчування.

**Наступним важливим кроком стало створення туристичних карт та їх поширення в соціальних мережах, стендів на місцях з нанесенням туристичних локацій (виноробня, травярня, сироварня та ін.)** викликало інтерес мандрівників та гостей до території, активізувало туристів до глибшого вивчення рекреаційного ресурсу даної території.

## THE USE OF SOCIAL MEDIA IN RURAL TOURISM ADVERTISING

*Serhii Tolstikhin,*  
Horaivka, Khmelnytskyi

This is an account of the experience gained in promoting a personal idea for the development of rural tourism in the Staroushytsk territorial community.

The first foray into creating social advertising was through a series of televised programs about cycling trips in Europe.

The idea of utilizing social media for promoting rural tourism was initiated with a proposition to territorial communities to foster conditions conducive to tourism development. The Staroushytsk Territorial Community played a significant role in the execution of the inaugural tourist project, “Legends of Ponzzya”, situated in Bakota, near Bakota Bay. However, the tourist experience within this community was primarily confined to visiting Bakota, capturing photographs, and exploring the monastery, without any significant financial contribution to the local economy. The residents were not equipped to provide accommodation and food services at that time.

**The subsequent crucial step involved the creation and distribution of tourist maps via social networks. The establishment of on-site stands showcasing various tourist locations, such as wineries, herbariums, and cheese factories, sparked interest among travelers and guests. This strategy effectively encouraged tourists to delve deeper into the recreational resources of the territory.**



## Перший туристичний проект «Легенди Пониззя» The inaugural tourist project “Legends of Poniyyza”

Розроблені та запропоновані туристу готові та опрацьовані вже туристичні маршрути, значно полегшили процес вибору наступної ним подорожі.

Важливим етапом просування в соціальних медіа території була підготовка коротких відеоматеріалів різного характеру та з різної тематики, але з розкриттям автентичності місцевості. Комбінована інформація (наприклад «Топ 10 водоспадів Хмельниччини» і т.д.) як в друкованих та відео матеріалах має бути короткою і змістовною. Вдалі матеріали – стають вірусними в соціальних мережах.

Залучення до процесу просування в соціальних медіа місцевості представників культурної сфери, дозволило розширити географію потенційних туристів. Відзнятий кліп в тій

The preparation and development of tourist itineraries, which were then offered to tourists, significantly streamlined the process of selecting their subsequent trips.

A significant phase in the social media promotion of the territory involved the creation of short video content. These videos, diverse in nature and subject matter, aimed to reveal the unique characteristics of the area. Consolidated information, such as “Top 10 Waterfalls of Khmelnytskyi Region”, was presented in both print and video formats. The key was to keep this information concise yet impactful. Materials that achieved this balance had the potential to go viral on social networks.

Engaging cultural representatives in the social media promotion of the region proved to be a successful strategy

чи іншій локації з хорошим відеоря- дом самої локації, дозволи привабити туристів з різних куточків країни та за її межами.

Просування туристичного про- дукту продовжилося через місцеве телебачення: 13 серій програми «Рід- ний Weekend», в рамках яких були представлені рекреаційний ресурс, туристичні локації та дестинації бі- льше як 10 територіальних громад Вінницької, Хмельницької та Терно- пільської областей, і які транслюва- лися на місцевих каналах по всій Ук- раїні.

for broadening the reach to potential tourists. Filming clips in various loca- tions, showcasing the beauty and uniqueness of these places, attracted tourists not only from different parts of the country but also from abroad.

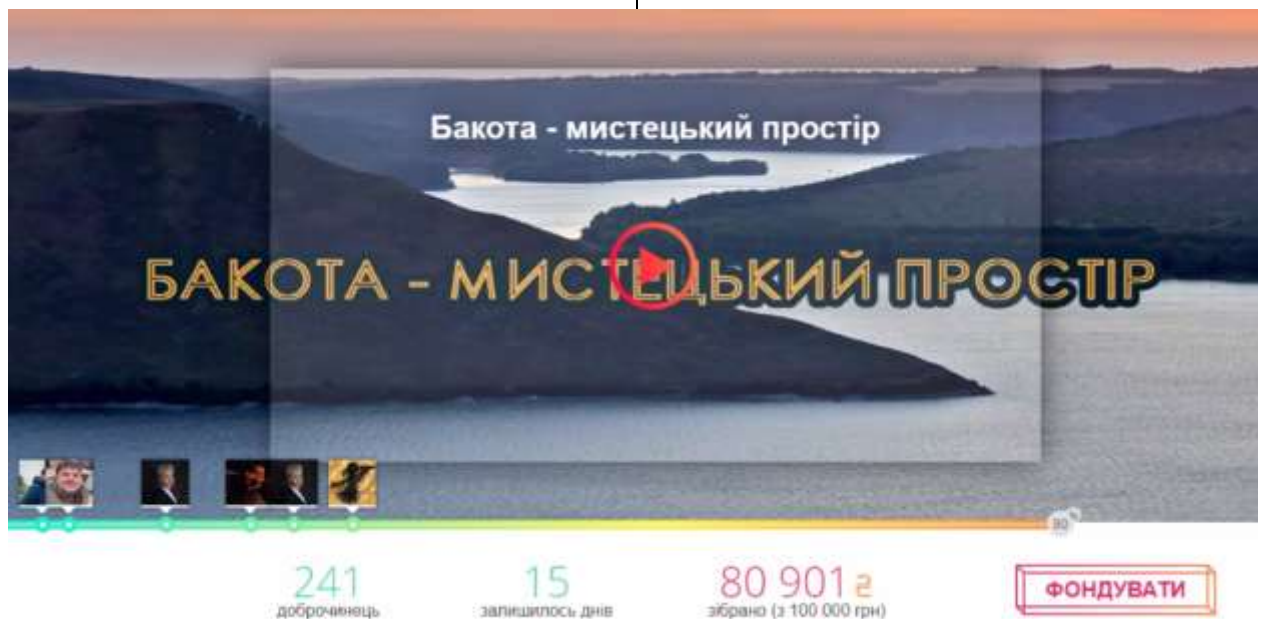
The promotion of the tourism prod- uct was further extended through local television. The “Native Weekend” pro- gram, which spanned 13 episodes, showcased the recreational resources, tourist locations, and destinations of over 10 territorial communities across the Vinnytsia, Khmelnytskyi, and Ter- nopil regions. These episodes were broadcast on local channels, reaching audiences throughout Ukraine.



**Телевізійна програма «Рідний Weekend»  
The “Native Weekend” television program**

Колишня закинута стара сіль- ська школа була перетворена на мис- тецький центр Бакоти і отримала на- зву Бакота Хаб. Бакота стала культо- вим місцем збору митців, художни- ків, музикантів, тут проводяться пле- нери, мистецькі інтервенції та інші мистецькі заходи. Самі ж митці ство- рюють в соціальних мережах хорошу рекламу місцевості, тегаючи місце їх активної творчості.

An old, previously abandoned vil- lage school has been repurposed into the Bakota Arts Center, now known as the Bakota Hub. Bakota has evolved into a popular gathering spot for artists, paint- ers, musicians, and plein air enthusiasts. It regularly hosts artistic interventions and other creative events. The artists themselves actively promote the area on social media, tagging the location in their posts to highlight their creative en- deavors.



### Бакота – мистецький простір Bakota – artistic space

Щоб турист хотів залишити кошти, він банально має знати де він може це зробити, тому використання можливостей соціальних мереж тут якнайкраще допоможе в популяризації туристичного продукту використовуючи різні форми його представлення.

Староушицькою територіальною громадою було створено комунальне підприємство Туристичний інформаційний центр. Також було створено інформаційний ресурс «Бакота інфо», де буде зібрана вся інформація для туриста і він знайде чіткі відповіді на 4 ключові питання:

- 1) Що побачити?
- 2) Де переночувати?
- 3) Де поїсти?
- 4) Чим зайнятися?

Новим напрямком туризму має стати реабілітаційний туризм, що викликано потребою часу. І сільська місцевість є найкраща для реабілітації та відновлення постраждалих від активних бойових дій та їх сімей.

For a tourist to be willing to spend money, they need to know where and how they can do so. Therefore, leveraging the capabilities of social networks can greatly aid in the promotion of tourism products through various forms of presentation.

The Staroushytsk Territorial Community established a communal enterprise, the Tourist Information Center. In addition, they created an information resource called “Bakota Info”. This platform aims to provide comprehensive information for tourists, offering clear answers to four key questions:

- 1) What to see?
- 2) Where to spend the night?
- 3) Where to eat?
- 4) What to do?

Rehabilitation tourism should become the new focus in the industry, driven by the demands of our time. The countryside is ideally suited for the rehabilitation and recovery of victims and their families affected by active hostilities.

## ПОПУЛЯРНІ ТУРИСТИЧНІ ПРОДУКТИ ЧАСІВ ВІЙНИ БІЛЯ ФРОНТУ

*Євгенія Молчанова,*  
с. Зелений Гай,  
Дніпропетровська область

Це місце в селищі Зелений Гай мало бути дачею поближче до природи й подалі від людей. Згодом з'явилась мрія займатись улюбленою справою – варити сири, і, відповідно з'явилась перша корова.

З початком повномасштабного вторгнення почали приймати тварин, які виїжджали разом з власниками з гарячих точок/окупації або були евакуйовані військовими та волонтерами з зони бойових дій, на сьогоднішній день більше 900 тварин пройшли транзитно й більше 400 залишились на постійне проживання, для них Зелений Гай став новим домом. Першу зиму не знаючи як розмістити всіх ми розділяли вже існуючі вольєри на частини та поверхи, щоб кожна тварина мала власний простір. Влітку 2022 року ми прийняли важливе рішення – будівництво нової ферми, закупили будівельні матеріали, 2 вересня їх привезли, а вже в ніч на 3 вересня всі вони були знищені внаслідок падіння збитої крилатої ракети типу «Калібр» на територію ферми. Тієї ночі вигоріли всі будівельні матеріали та корми, що були заготовлені для зимівлі наших тварин.

Не втратити надію нам дали люди, які вже зранку приїхали допомагати розбирати наслідки, а після відкриття збору на відновлення ферми менше ніж за добу були зібрані кошти еквівалентні втраченому й вже за 4

## POPULAR WARTIME TOURISM PRODUCTS NEAR THE FRONTLINE

*Yevheniia Molchanova,*  
Zelenyi Hai,  
Dnipropetrovsk Oblast

This place, in the village of Zelenyi Hai, was initially intended to be a country house, closer to nature and away from the hustle and bustle of people. Later, a dream emerged to engage in a favorite activity – cheese making. Consequently, the first cow was acquired.

With the onset of the full-scale invasion, they started to take in animals that had been evacuated from hot spots or occupied areas, either with their owners or by the military and volunteers from the combat zone. To date, more than 900 animals have passed through transit, and over 400 have stayed for permanent residence, making Zelenii Hai their new home. During the first winter, faced with the challenge of accommodating everyone, we partitioned the existing enclosures into sections and storey to ensure each animal had its own space. In the summer of 2022, we made a significant decision – to construct a new farm. We purchased construction materials, which were delivered on September 2. However, on the night of September 3, all the materials were destroyed due to the impact of a downed “Caliber” type cruise missile on the farm’s territory. That night, all the building materials and fodder, which had been prepared for our animals’ wintering, were lost in the fire.

The people who arrived in the morning to assist with the aftermath instilled in us a sense of hope and resili-

добу ми змогли розпочати будівництво.

Паралельно будівництву ми приймали нових і нових тварин. Більшість з них приїздили в стресі й потребували уваги. Ми їм приділяли багато уваги, гладили, обіймали та заспокоювали... і вони почали заспокоюватись, а ми зрозуміли, щоб відновлювати психоемоційних стан тварин їм треба надати любов та комфортне життя, так ми стали реабілітаційним центром для тварин.

Згодом до нас стали приїжджати ветерани, військові та родини ВПО, вони робили те саме, це їм допомагало розслабитись, відпустити погані думки й посміхатись. Ми усвідомили, що спілкуючись та заспокоюючи тварин відбувається відновлення не тільки їх самих, але і людей, за що отримали відзнаку Дніпровської обласної військової адміністрації та Премію міського голови-2023. Почали розвивати цей напрям і на сьогоднішній день ми єдині в області, хто має дозвіл та сертифікацію на проведення сеансів іпотерапії й зараз на шляху навчання каністерапії.

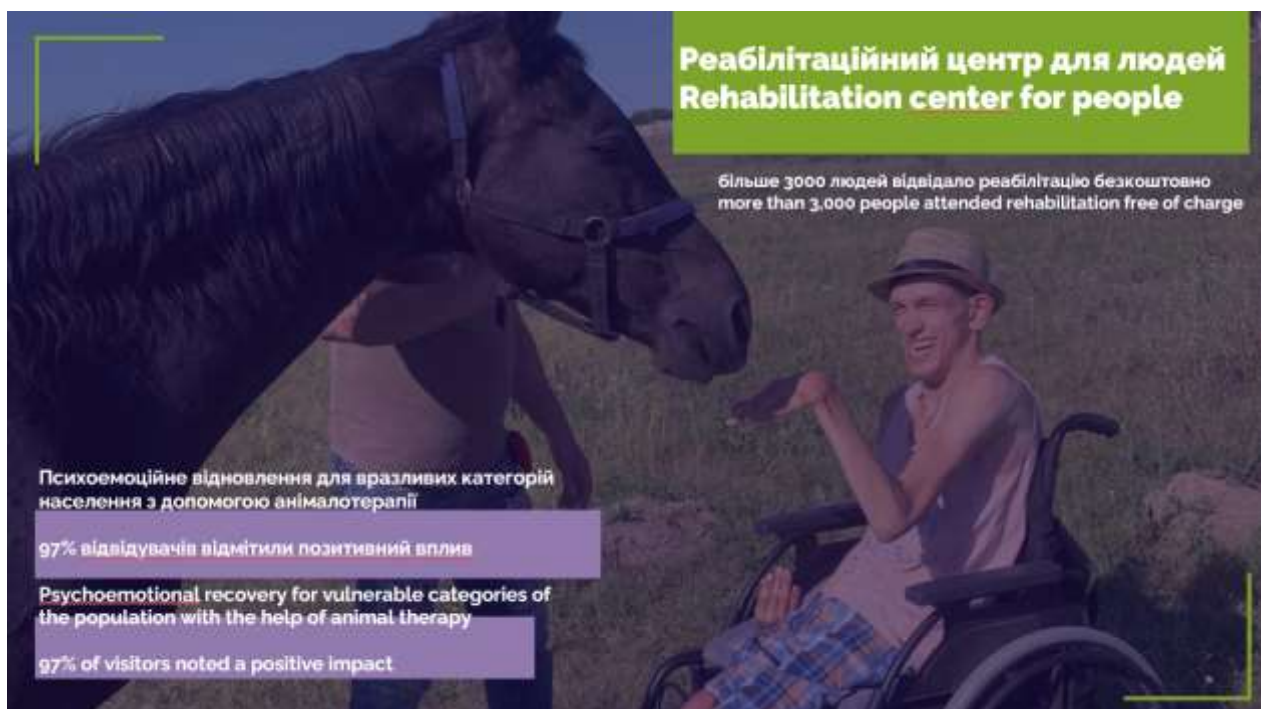
ence. Following the initiation of a fundraising campaign for the farm's restoration, we managed to raise funds equivalent to the losses within less than a day. Consequently, we were able to commence the construction process just four days later.

Simultaneously with the construction, we continued to welcome new animals. Most of them arrived in a state of stress and in dire need of attention. We devoted considerable time to them, offering comfort through strokes, hugs, and soothing words. As they began to calm down, we realized that love and a comfortable environment were essential for restoring their psycho-emotional well-being. Consequently, we evolved into a rehabilitation center for animals.

Subsequently, veterans, military personnel, and families of internally displaced persons (IDPs) started visiting us. They engaged in the same comforting activities with the animals, which helped them relax, dispel negative thoughts, and smile. We realized that interacting with and soothing animals not only rehabilitates the animals, but also has a therapeutic effect on people. This realization led to us receiving the Dnipro Regional Military Administration Award and the Mayor's Award in 2023. We began to expand in this direction, and today, we are the only organization in the region with the necessary permissions and certifications to conduct hippotherapy sessions. We are currently exploring the potential of canister therapy.



**Реабілітаційний центр  
Rehabilitation center**



**Реабілітаційний центр для людей  
Rehabilitation center for people**



### Нові напрямки під час війни New directions during the war

Окрім реабілітацій ми намагаємось якомога глибше та ретельніше вивчити наш край та поширити цю інформацію серед населення. Ми приймаємо гостей демонструючи альтернативне село, розповідаючи та показуючи наскільки цікавий і різноманітний наш край та його історія. Жодного дня ми не припиняли нашу діяльність незалежно від вибухів, відсутності зв'язку та світла. Щороку до нас приїздить близько 12 000 відвідувачів. Ми проводимо конференції та хакатону, куди запрошуємо представників зеленого туризму й туристичні агенції, де знайомимось та вирішуємо спільні питання подальшого розвитку. За це ми отримали важливу відзнаку «Найстійкіший кейс зеленого туризму України-2023».

Крім того увійшли в ТОП-10 молодих та ефективних підприємців України (АГРОГЕНЕРАЦІЯ-2023) та вважаємось найбільшим соціально-відповідальний жіночим бізнесом Дніпропетровщини-2023.

In addition to rehabilitation, we are making concerted efforts to study our region in depth and disseminate this knowledge among the local population. We welcome guests by showcasing an alternative lifestyle in our village, and by sharing the rich diversity and fascinating history of our region. Despite the challenges posed by explosions, communication blackouts, and power outages, we have not ceased our activities for a single day. Every year, we welcome approximately 12,000 visitors. We organize conferences and a hackathon, inviting representatives from green tourism and travel agencies. These events provide a platform for us to network, discuss, and address common issues related to further development. Our efforts have been recognized with the prestigious award for “The Most Sustainable Case of Green Tourism in Ukraine-2023”.

Additionally, we were recognized among the TOP 10 young and effective

Ми впевнені, що від наших дій сьогодні залежить наше майбутнє, майбутнє мільйонів українців.

**ВЗАЄМОДІЯ ОБЛАСНОГО  
КОМУНАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ  
«ХАРКІВСЬКИЙ ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНИЙ ЦЕНТР  
ТУРИЗМУ» З ГРОМАДАМИ  
У ВОЄННИЙ ЧАС ТА  
ПЕРСПЕКТИВИ НА МАЙБУТНЄ**

*Валентина Холодок,*  
«Харківський організаційно-методичний центр туризму»,  
Харківська область

Російська агресія поставила перед галуззю «Туризм» специфічні виклики і нагальні завдання щодо відновлення та функціонування туризму у воєнний і повоєнний періоди. Тож саме збереження культурного потенціалу, історичних цінностей, формування нової спадщини та розвитку пріоритетних видів туризму є базовими поняттями в межах співпраці з територіальними громадами, громадськими організаціями, туристичними об'єднаннями та реалізації спільних туристичних ініціатив. Полеми такої співпраці є, в першу чергу, ті громади, де не велися активні бойові дії. Враховуючи це, у 2022–2023 рр. з метою актуалізації екскурсійних маршрутів та напрацювання туристичних проєктів з громадами Харківської області було організовано робочі виїзди до громад.

entrepreneurs of Ukraine (AGROGENERATION-2023). We are also considered the largest socially responsible women-led business in the Dnipropetrovsk Region for the year 2023.

We are confident that our future, the future of millions of Ukrainians, depends on our actions today.

**INTERACTION ENGAGEMENT  
OF THE REGIONAL COMMUNAL  
ESTABLISHMENT  
“KHARKIV ORGANIZATIONAL  
AND METHODOLOGICAL  
CENTER OF TOURISM” WITH  
COMMUNITIES IN WARTIME  
AND FUTURE PROSPECTS**

*Valentyna Kholodok,*  
Kharkiv Organizational and Methodological Center of Tourism,  
Kharkiv Oblast

The Russian aggression posed specific challenges and urgent tasks for the tourism industry, particularly concerning the restoration and operation of tourism during and after wartime. Consequently, the preservation of cultural potential and historical values, the creation of new heritage, and the development of priority tourism types have become fundamental concepts. These concepts guide our cooperation with territorial communities, public organizations, tourist associations, and the execution of joint tourism initiatives. Primarily, our cooperation focuses on those communities where active hostilities did not occur. During 2022–2023, we organized working trips to the communities in the Kharkiv region. The aim of these trips was to update excursion routes and develop tourist projects in collaboration with the communities.

Зокрема, спільно з представниками Бабаївської селищної ради Височанської громади і членами ініціативної групи «Сковорода Крок» протягом 2022–2023 рр. тривали обговорення щодо вдосконалення екскурсійних маршрутів і розробки нових туристичних продуктів, та відкрито у селищі Бабаї еко-стежку «Стежка Сковороди: мандрівка джерелами», до облаштування якої констультційно був долучений Обласний комунальний заклад «Харківський організаційно-методичний центр туризму» (далі – ОКЗ «ХОМЦТ»). Стежка стала результатом роботи попередніх років щодо пошуку можливостей знакування пішохідної частини дводенного міжрегіонального маршруту «Стежками мандрівного філософа». Тривало партнерське напрацювання відеороботи про цей новий піший екомаршрут.

З метою підтримки постраждалих і деокупованих територій Харківщини у 2023 р. взято участь у виїзних заходах в Ізюмській громаді: відкритті банерної виставки «Дух свободи нас в нас родить», арт-виставки «Слово вічне, а дух незнищений», фотовиставки «Країна героїв. Харків – місто-герой».

У Золочівській громаді з метою збереження культурної спадщини та подальшого розвитку культурно-пізнавального туризму тривало впровадження започаткованої інформаційної кампанії «SAVE SKOVORODA» на підтримку Національного літературно-меморіального музею Г. С. Сковороди – туристичного магніту Харківщини, одного з найбільш популярних місць відвідування туристами в області, – який зазнав суттєвих

Specifically, during 2022–2023, we collaborated with representatives from the Babayivska Settlement Council of the Vysochanska community and members of the “Skovoroda Krok” initiative group. Our discussions focused on enhancing excursion routes and developing new tourist products. One notable outcome was the inauguration of an eco-trail named “Skovoroda Trail: A Journey Through Springs” in the village of Babai. The Regional Communal Establishment “Kharkiv Organizational and Methodological Center of Tourism” (*hereafter referred to as RCE “KOMCT”*) provided consultation during the arrangement of this trail. The trail was the culmination of several years of work, aimed at identifying opportunities to mark the pedestrian section of the two-day interregional route, “Trails of the Wandering Philosopher”. The collaborative development of a video about this new walking eco-route is an ongoing process.

To support the affected and recently liberated territories of the Kharkiv Region in 2023, we participated in field events in the Izyum community. These included the opening of the banner exhibition titled “The Spirit of Freedom Will Give Birth to Us”, the art exhibition “The Word is Eternal, and the Spirit is Indestructible”, and the photo exhibition “The Country of Heroes. Kharkiv: A Hero City”.

In the Zolochivska Community, we initiated an information campaign titled “SAVE SKOVORODA”. This campaign was launched with the aim of preserving cultural heritage and promoting the further development of cultural and educational tourism. It supports the “National Literary and Memorial Museum

руйнацій внаслідок прямого влучання російської ракети в травні 2022 р. ОКЗ «ХОМЦТ» звертався до туристичного активу Харківщини, туристичної спільноти України з пропозицією взяти участь в акції на підтримку музею. Наприклад, організувати збір коштів від продажу квитка, екскурсії, туристичної сувенірної продукції тощо. Це дозволило розповсюдити інформацію про можливість фінансової благодійної підтримки для відбудови музею, а також стало поштовхом для започаткування музеєм глобальної промо-ініціативи «301 друг Сквороди».

Також на території музею у с. Сквородинівка було взято участь у наступних офлайн-заходах: громадській роботі, або «толоці»; еко-акції «Збережемо вертоград Сквороди» Г. С. Сквороди» спільно з Державним біотехнологічним університетом; відкритті документально-художньої виставки «Великі земляки: Григорій Скворода»; тематичному заході, що присвячений відкриттю арт-хабу «LIBERTY»; виставки «Дух свободи нас в нас родить», до пересувного формату експонування на різних локаціях якої дотичний ОКЗ «ХОМЦТ».

На постійній основі ОКЗ «ХОМЦТ» надається методична допомога представникам туристичної галузі Харківщини за попереднім запитом через електронну пошту, месенджери та на базі Туристсько-мистецького хабу «Доступний простір подорожей» (далі – *Турхабу*). За допомогою інтернет-ресурсів ОКЗ «ХОМЦТ», із задіянням акаунтів «Харківщина туристична» у мережах «Telegram», «Facebook», «Instagram» здійснюється інформування фахівців з розви-

of H.S. Skovoroda”, a major tourist attraction in the Kharkiv Oblast and one of the most popular destinations for tourists in the region. Unfortunately, the museum suffered significant damage in May 2022 due to a direct hit by a Russian missile. The RCE “KOMCT” has reached out to the tourism sector of the Kharkiv region and the wider Ukrainian tourist community, inviting them to participate in a campaign to support the museum. This could involve organizing fundraisers through the sale of tickets, guided tours, tourist souvenirs, and so on. This initiative has not only disseminated information about the potential for financial charitable contributions towards the museum’s reconstruction, but it has also spurred the museum to kickstart a global promotional campaign called “301 Friends of Skovoroda”.

Several offline events have taken place at the museum in the village of Skovorodinivka. These include: a community work event, or “toloka”; eco-actions titled “Let’s Save the Vertograd Skovoroda” by H.S. Skovoroda, in collaboration with the State Biotechnology University; the opening of the documentary and art exhibition “Great Countrymen: Hryhoriy Skovoroda”; a thematic event dedicated to the opening of the “LIBERTY” art hub; the exhibition “The Spirit of Freedom Will Give Birth to Us in Us”, which was displayed in a mobile format at various locations. These events are associated with the RCE “KOMCT”.

RCE “KOMCT” consistently provides methodological support to representatives of the tourism industry in the Kharkiv Oblast. This support is available upon prior request via email, messengers, and through the Tourist and Art

тку туризму і представників туристичної галузі Харківщини щодо проведення галузевих заходів.

З метою підвищення рівня знань про ефективність розвитку туризму і культури в громадах Харківщини з листопада 2022 р. до червня 2023 р. організовано та проведено в онлайн-форматі 10 воркшопів і тренінгів, що були присвячені грантовим можливостям для понад 1 100 фахівців з розвитку культури і туризму Харківщини та партнерів з інших областей України. Заходи було реалізовано спільно з комунальною установою культури «Донецький обласний навчально-методичний центр культури», з якою вже тривалий час ОКЗ «ХОМЦТ» співпрацює у різних проєктах та заключено Меморандум про співпрацю.

Передуючи розвитку туризму у сільській місцевості Харківщини, забезпечено співпрацю і на міжнародному рівні.

У 2023 році було розпочато співпрацю з представниками громадського центру D-asema Oulu (м. Оулу, Фінляндська Республіка) та міжнародним відділом Гельсінського інституту дяконіси (Helsingin Diakonissalaitoksen) щодо напрацювання і впровадження партнерських туристичних ініціатив з метою обміну знаннями щодо історії, культури та туристичної привабливості України і Фінляндії. Одним із результатів такого партнерства стала спільна розробка грантової заявки за назвою «Kharkiv – Oulu. The cultural dialogue» та запровадження волонтерського проєкту «Експерсії на стільцях».

На запрошення Таллінського університету директор ОКЗ «ХО-

Hub “Accessible Travel Space” (also referred to as the Tour Hub). The internet resources of RCE “KHOMCT”, in conjunction with the “Kharkiv Region Tourism” accounts on Telegram, Facebook, and Instagram, are used to keep tourism development specialists and representatives of the Kharkiv region’s tourism industry informed about upcoming industry events.

To enhance the understanding of the effectiveness of tourism and cultural development in the communities of the Kharkiv region, RCE “KOMCT” organized and conducted 10 online workshops and trainings from November 2022 to June 2023. These events were dedicated to grant opportunities and were attended by over 1100 specialists in the development of culture and tourism from Kharkiv Oblast and partners from other regions of Ukraine. These events were carried out in collaboration with the municipal cultural institution “Donetsk Regional Educational and Methodological Center of Culture”. RCE “KOMCT” has a long-standing relationship with this institution, and they have cooperated on various projects. A Memorandum of Cooperation has been signed between the two entities to formalize their partnership.

Before the development of tourism in the rural areas of the Kharkiv region, international cooperation was established.

In 2023, a cooperative relationship was initiated with representatives from the community center D-asema Oulu, located in the city of Oulu, Republic of Finland, and the international department of the Helsinki Deaconess Institute (Helsingin Diakonissalaitoksen). The aim of this cooperation was to develop and implement joint tourism initiatives.

МЦТ» В. Холодок взяла участь у міжнародному дослідницькому проєкті «Розвиток українських прифронтових громад і туристичного бізнесу в умовах війни та їх стратегії на майбутнє». У межах проєкту відбулася низка заходів з обміну досвідом і презентаційних івентів у Естонській Республіці. В Україні в межах впровадження проєкту організовано серед різних категорій фахівців туристичної галузі Харківщини тематичне опитування, а також проводилися онлайн- та офлайн- навчальні і галузеві заходи.

Для представників активу територіальних громад, власників сільських садиб, музеєзнавців, краєзнавців, науковців, громадських організацій Харківщини проведено в офлайн-форматі хакатон «Диверсифікація сільської економіки через мережу громадських консультаційних центрів туризму». Захід організовано за сприяння Департаменту культури і туризму Харківської обласної військової адміністрації та за підтримки Естонського центру міжнародного розвитку і Талліннського університету. Його програма передбачала пошук шляхів відновлення туризму в Харківській області та формування концептуального бачення розвитку сільського туризму на Харківщині у повоєнний час. З метою обміну досвідом було взято участь у наступному циклі хакатону вже на території Сумської області.

Важливим заходом у 2022 р. стала участь ОКЗ «ХОМЦТ» у Штабквартирі UNESCO в м. Париж в заключній Конференції чотирирічного проєкту RURITAGE «Відродження сільських районів за допомогою сис-

These initiatives were designed to share knowledge about the history, culture, and tourist attractions of both Ukraine and Finland. One of the outcomes of this partnership was the collaborative development of a grant application titled “Kharkiv – Oulu. The Cultural Dialogue”. Additionally, a volunteer project called “Excursions on Chairs” was introduced.

Upon the invitation from Tallinn University, the director of RCE “КОМСТ”, V. Kholodok, participated in the international research project titled “Development of Ukrainian Frontline Communities and Tourist Business in the Conditions of War and Their Strategies for the Future”. As part of this project, several events for exchanging experiences and presentations were held in the Republic of Estonia. In Ukraine, the project implementation included organizing a thematic survey among various categories of experts in the Kharkiv region’s tourism industry. Additionally, both online and offline educational and industry events were conducted.

A hackathon titled “Diversification of the Rural Economy through a Network of Public Tourism Consultation Centers” was conducted in an offline format. This event was attended by representatives of active territorial communities, owners of rural estates, museum experts, local historians, scientists, and public organizations from the Kharkiv Oblast. The event was organized with the assistance of the Department of Culture and Tourism of the Kharkiv Regional Military Administration, and it received support from the Estonian Center for International Development and Tallinn University. The program included exploring ways to restore tour-

темних стратегій, заснованих на спадщину», який фінансувався у межах проекту Horizon 2020 Європейського Союзу. В межах заходу було проведено презентацію агротуристичного потенціалу Харківщини для учасників конференції та консорціуму. Одним з питань стало збереження матеріальної і нематеріальної культурної спадщини, зокрема, відбудови після обстрілу військами РФ Національного літературно-меморіального музею Г. С. Сковороди як найбільш відвідуваного туристичного об'єкту Харківщини, що знаходиться на сільській території. Учасі у RURITAGE сприяла кропітка попередня робота протягом трьох років. Подальші дії на Харківщині будуть спрямовані на налагодження співпраці з діючими міжнародними хабами сільської спадщини, вивчення їхнього досвіду; розробку проекту будівництва та облаштування Центру сільської спадщини «Слобожанщина» з використанням сучасних технологій.

Один із можливих шляхів для розвитку туристичної інфраструктури у громадах після перемоги України – залучення донорських коштів у вигляді грантів, тобто програм фінансування певних проектів національними, регіональними чи міжнародними фондами. Тож активна грантрайтингова діяльність є постійним пріоритетом діяльності ОКЗ «ХОМЦТ». Протягом 2022–2023 рр. проводилася робота щодо напрацювання заявок з метою подальшого подання до участі в конкурсах на отримання грантової допомоги та, як наслідок, відновлення і розбудови туристичної галузі Харківщини, на теми: створення Турхабу; інклюзивна доступ-

ism in the Kharkiv region and developing a conceptual vision for the growth of rural tourism in the Kharkiv region in the post-war period. To facilitate the exchange of experiences, the subsequent cycle of the hackathon was held in the Sumy region.

In 2022, a significant event was the participation of RCE “КОМСТ” in the final conference of the four-year RURITAGE project, “Revitalization of rural areas with the help of systemic strategies based on heritage”, held at the UNESCO Headquarters in Paris. This project was funded under the Horizon 2020 initiative of the European Union. During the conference, the agritourism potential of the Kharkiv region was presented to the participants and the consortium. A distinct concern was the preservation of both tangible and intangible cultural heritage. This included the reconstruction of the National Literary and Memorial Museum of H.S. Skovoroda, the most visited tourist site in the Kharkiv Oblast, located in the countryside, which had been shelled by Russian troops. Participation in the RURITAGE project was facilitated by three years of meticulous preliminary work. Future efforts in the Kharkiv region will focus on establishing cooperation with existing international hubs of rural heritage and learning from their experiences. This includes the development of the “Slobozhanshchyna” Rural Heritage Center project, which will utilize modern technologies for its construction and arrangement.

One potential approach to developing tourism infrastructure in communities following Ukraine’s victory is to secure donor funding in the form of grants. These are programs financed by national, regional, or international funds

ність; впровадження нових тематичних туристичних продуктів; інтерактивні екскурсії; гастрономічна спадщина; залучення туристів з Фінляндської Республіки; діджиталізація культурної спадщини України тощо.

Для внутрішнього туризму повномасштабна війна стала вагомим випробуванням, яке зупинила повноцінне функціонування туристичної сфери, а подекуди звело нанівець усі попередні досягнення. Харківщина внаслідок збройного конфлікту зазнала величезних збитків і значної кількості зруйнованих культурно-історичних пам'яток, музеїв, театрів, пошкодженої або повністю зруйнованої туристичної інфраструктури та знищеного рекреаційного потенціалу територій під час окупації і бойових дій. І подібні руйнації продовжуються. Враховуючи це, нагальною формою роботи ОКЗ «ХОМЦТ» став моніторинг інформації про знищену і пошкоджену туристичну інфраструктуру Харківщини – як доказової бази для отримання репарацій і залучення інвесторської допомоги. Загалом, близько 130 об'єктів туристичного показу та об'єктів туристичної інфраструктури зазнали руйнацій: від невеликих до повного знищення. Серед них туристичні об'єкти, заклади харчування і проживання, відпочинку і дозвілля; національний природний парк; будинки культури, театри; музеї, заклади вищої освіти; промислові об'єкти Харківщини, які є об'єктами туристичного показу. Але найбільш вагомими втратами і руйнаціями для області є: Національний літературно-меморіальний музей Г. С. Сковороди, Куп'янський краєзнавчий музей, Ізюмський краєзнавчий музей, Націо-

that are dedicated to specific projects. Consequently, active grant-writing is a continual priority for RCE “КОМСТ”. Throughout 2022–2023, efforts were made to develop applications for the purpose of participating in competitions to receive grant aid. The ultimate goal was to restore and develop the tourism industry in the Kharkiv region. The focus areas included the creation of a Tour Hub, ensuring inclusive accessibility, introducing new thematic tourist products, offering interactive tours, preserving gastronomic heritage, attracting tourists from the Republic of Finland, and digitizing Ukraine's cultural heritage, among others.

The full-scale war posed a significant challenge for domestic tourism, halting the complete operation of the tourism sector and erasing previous accomplishments in some areas. The armed conflict resulted in substantial losses for the Kharkiv Oblast, including a significant number of destroyed cultural and historical monuments, museums, and theaters. The tourist infrastructure was damaged or completely destroyed, and the recreational potential of the territories was devastated during the occupation and hostilities. The destruction, unfortunately, continues. Given this, monitoring the information about the destroyed and damaged tourist infrastructure of Kharkiv Oblast has become an urgent task for RCE “КОМСТ”. This serves as an evidence base for obtaining reparations and attracting investor assistance. In total, about 130 tourist attractions and infrastructure facilities have been destroyed, ranging from minor to complete destruction. These include tourist facilities, catering and accommodation establishments, rest and leisure

нальний природний парк «Дворічанський», половецькі баби у місті Ізюм, Регіональний ландшафтний парк «Фельдман Екопарк», Авіамузей під відкритим небом, Будинок культури у м. Лозова, Червонооскільське і Печенізьке водосховища та ін.

Масштабною проблемою стало мінування територій. Знищено туристичні локації, а напрацьовані маршрути стали неможливими до проведення навіть після настання перемоги України. Тож на підтримку бізнесу була продовжена співпраця ОКЗ «ХОМЦТ» з тими туристичними об'єктами, які не були ушкоджені чи відновили свою роботу, надавалися консультації, реалізовано партнерські ініціативи, здійснювалася промоційна робота. Напрацьовуються матеріали про об'єкти туристичного показу, які з часом, скоріше за все, буде меморіалізовано, в планах – популяризувати волонтерський рух на Харківщині, розповідати про героїчну оборону харківських міст, селищ і сіл та, безперечно, людей, які боронять наш край від рашистів.

Тож задокументувати, зібрати важливу інформацію від свідків подій, розповісти деталі, увічнити пам'ять наших нових героїв – такі цілі має праця ОКЗ «ХОМЦТ» у цьому напрямку. Серед нових патріотичних екскурсійних маршрутів і маршрутів пам'яті – міські та у громадах Харківської області: «Герої – рятувальники», «Ізюм. Історія незламності», «Військове місто Чугуїв», «Незламний, непереможний, стійкий. Екскурсія до Національного літературно-меморіального музею Г. С. Сквороди», «Харківщина у небі та на землі». Передуючи одному з основних статутних завдань ОКЗ «ХОМЦТ» –

facilities, a national natural park, cultural centers, theaters, museums, higher education institutions, and industrial objects of the Kharkiv region that are tourist attractions. The most significant losses and destructions for the region include a number of notable sites and landmarks: National Literary and Memorial Museum of H.S. Skovoroda, Kupyanskiy Museum of Local History, Izyum Museum of Local History, National Nature Park “Dvorichanskyi”, Polovtsian women in the city of Izyum, Regional Landscape Park “Feldman Ecopark”, open-air museum, House of Culture in the city of Lozova, Chervonooskilske and Pechenizke reservoirs, etc.

Landmining has become a significant issue. It has led to the destruction of tourist locations, making the developed routes unfeasible even after Ukraine's victory. To support businesses, RCE “KOMCT” continued its cooperation with those tourist facilities that were either undamaged or had resumed their operations. They provided consultations, implemented partnership initiatives, and carried out promotional work. Materials are being developed about the tourist attractions that are likely to become memorials over time. The plan is to promote the volunteer movement in the Kharkiv region, highlight the heroic defense of Kharkiv's cities, towns, and villages, and, of course, honor the people who are defending our region from Russians.

Indeed, documenting events, collecting vital information from witnesses, detailing the accounts, and immortalizing the memory of our new heroes are the primary objectives of RCE “KOMCT”. They are working diligently to achieve these goals. Among the new patriotic excursion and memory routes

розвитку екскурсійної справи, – було організовано відповідні виїзди, проведено за участю різних фокус-груп заходи щодо їх апробації і тестові екскурсії, а також заходи задля підвищення рівня кваліфікації екскурсоводів, туристичних операторів, представників туристичного активу Харківщини та промоції нових туристичних локацій.

in urban areas and communities of the Kharkiv region are: “Heroes – Rescuers”, “Izyum: History of Indomitability”, “Military City of Chuguyiv”, “Unbreakable, Invincible, Stable: An Excursion to the National Literary and Memorial Museum of H.S. Skovoroda” and “Kharkiv Region in Heaven and on Earth”. In anticipation of one of the main statutory tasks of RCE “KOMCT” – the development of the excursion business – suitable trips were organized. Activities for their approval and test excursions were conducted with the participation of various focus groups. Additionally, activities were carried out to enhance the qualifications of tour guides, tour operators, and representatives of the tourism industry assets of the Kharkiv region. This also included the promotion of new tourist locations.









### **Промоція нових туристичних локацій Харківщини Promoting new tourist destinations in the Kharkiv Region**

З метою розвитку туризму у воєнний і післявоєнний часи, за ініціативи Державного агентства розвитку туризму України (далі – ДАРТ) протягом 2022–2023 рр. проведено круглі столи і конференції, до участі в яких долучилися ОКЗ «ХОМЦТ». Також підготовлено тематичні матеріали про туристичний потенціал Харківщини до участі в промо-проекті «Надихнись Україною» від ДАРТ, мета якого заохотити українців подорожувати відносно безпечними територіями для того, щоб допомогти економіці регіонів працювати. А також надано пропозиції про об'єкти культурної спадщини в громадах Харківської області, які можуть позиціонуватися як туристичні магніти. За ре-

To foster tourism development during the war and post-war periods, the State Tourism Development Agency of Ukraine (hereafter referred to as DART) initiated a series of round tables and conferences in 2022–2023 where RCE “KOMCT” participated. Thematic materials highlighting the tourism potential of Kharkiv Oblast have been prepared for the promotional project “Inspire Ukraine” by DART. The aim of this project is to inspire Ukrainians to travel within relatively safe regions, thereby supporting the regional economy. In addition, recommendations were made regarding cultural heritage sites within the communities of the Kharkiv region, which could serve as major tourist attractions. As a result of these efforts, an extensive list of Ukraine’s tourist attractions was compiled.

зультатами відповідної роботи сформовано розширений перелік туристичних магнітів України.

Аби досягти поставлених цілей команді ОКЗ «ХОМЦТ» після 24.02.2022 потрібно було повністю переформатувати роботу. І попри все наразі активізовано більшість напрямів роботи. Важливою подією 2023 р. стало відновлення в офлайн-форматі роботи Харківського обласного туристсько-інформаційного центру (*дали – ТІЦ*) і частково мережі його туристсько-інформаційних пунктів для відвідувачів і потенційних туристів. На новій локації (за адресою: м. Харків, майдан Свободи, 5, Держпром, 9 під., 1 пов.), як і до 24.02.2022, надається довідкова інформація щодо туристичного потенціалу Харківської області (історія, культура, туристичні ресурси і об'єкти, заклади розміщення, туристичні і супутні послуги, події, транспорт тощо). Проте у класичному розумінні туристи наразі відсутні. Відновлення роботи ТІЦ та виклики сьогодення сприяли реалізації ще однієї ініціативи. Це започаткування роботи Турхабу, створення і технічне облаштування якого є амбітним викликом у роботі ОКЗ «ХОМЦТ». Ця ініціатива передбачає переоблаштування Харківського обласного туристсько-інформаційного центру у форматі хабу. Він орієнтований на широкі верстви населення, потенційних туристів, у тому числі, іноземних, які, за аналітичними спостереженнями ДАРТ, захочуть приїхати до нашої країни після завершення бойових дій. Також Турхаб має чітко виражену соціальну складову, адже передбачає обслуговування різноманітних соціальних груп: внутрішньо

To accomplish their objectives, the RCE “КОМСТ” team had to undergo a complete work reformation after February 24, 2022. Despite the challenges, most work areas have been successfully activated. A significant milestone in 2023 was the restoration of the Kharkiv Regional Tourist Information Center (hereafter referred to as TIC), and the partial reestablishment of its network of tourist information points for visitors and potential tourists in an offline format. At its new location (address: Kharkiv, Maidan Svobody, 5, Derzhprom, 9th entrance, 1st floor), the TIC continues to provide comprehensive information on the tourism potential of the Kharkiv region, just as it did until February 24, 2022. This includes details about the region’s history, culture, tourist resources and attractions, accommodation facilities, tourist and related services, events, transportation, and more. At present, there are no tourists in the traditional sense. The revival of the TIC and the current challenges have led to the launch of a new initiative – the establishment of the Tour Hub. This ambitious project, undertaken by the RCE “КОМСТ”, involves transforming the Kharkiv Regional TIC into a hub. DART’s analytical findings suggest that a broad segment of the population, including potential foreign tourists, are likely to be interested in visiting our country once the hostilities have ended. Tour Hub is not just a service, but a socially conscious entity. It caters to diverse social groups including internally displaced individuals, people with disabilities, beneficiaries of charitable foundations and organizations, war veterans, soldiers of the Armed Forces, and their families, among others.

переміщених осіб, людей з інвалідністю, підопічних благодійних фондів та організацій, ветеранів війни, воїнів ЗСУ і членів їх сімей тощо. За підсумками роботи хабу протягом 2023 р. можна стверджувати, що він вже став суспільним простором, де у новому форматі ґрунтовно презентуються туристичні об'єкти Харківщини, можна здійснювати віртуальні мандрівки та насолодитися книжками про Харківщину, відвідувати різноманітні заходи психоемоційного розвантаження тощо.

Важливим завданням ОКЗ «ХОМЦТ» є не допустити «інформаційної мовчанки» щодо руйнівних наслідків війни для сфери туризму, проблем та перспектив туристичного майбутнього Харківщини. Враховуючи запроваджений воєнний час, збройну агресію рф, в інформаційному просторі пріоритетними для промоції туристичного потенціалу Харківщини є інтернет-ресурси ОКЗ «ХОМЦТ». З цією метою було підготовлено до подальшого поширення текстовий, ілюстративний і відео-контент за 6-ма категоріями: корисний; розважальний і мотивуючий; патріотичний; галузевий, освітній; промоційний контент про туристичну привабливість Харківщини, що подається завуальовано, аби не допомагати ворогу коригувати вогонь на туристичні об'єкти; контент про відбудову країни.

Reflecting on its performance in 2023, it's evident that Tour Hub has transformed into a vibrant public space. It offers a comprehensive presentation of tourist attractions in the Kharkiv region in a refreshing format. Visitors can embark on virtual tours, delve into books about the Kharkiv region, and participate in various activities designed for psycho-emotional relief, etc.

A key objective of the RCE "КОМСТ" is to counteract the "informational silence" about the devastating impact of the war on tourism, as well as the challenges and opportunities for the future of tourism in the Kharkiv region. Given the current wartime situation and the armed aggression of the Russian Federation, the internet resources of RCE "КОМСТ" have become a priority platform for promoting the tourism potential of the Kharkiv region. For this purpose, content was prepared in various formats such as text, illustrations, and videos. This content is distributed across six distinct categories: useful, entertaining and motivating, patriotic, industry-related, educational, and promotional. The promotional content subtly highlights the tourist attractions in the Kharkiv region to avoid providing information that could potentially aid enemy forces in targeting these sites.



**Руйнівні наслідки війни для сфери туризму  
War's devastating impact on tourism**



**Руйнівні наслідки війни для сфери туризму  
War's devastating impact on tourism**

Важливу роль у залученні нових онлайн-користувачів відіграє сайт «Харківський обласний туристсько-інформаційний центр» за посиланням <http://tourcenter.kh.ua>. Проводиться робота щодо розміщення і поширення оригінальних матеріалів на всіх інфоресурсах ОКЗ «ХОМЦТ» у соціальних мережах «Telegram», «Facebook», «Instagram» та «Youtube». Також важливим є продовжувати пропагувати туристичний потенціал Харківщини в площині розвитку повоєнного туризму і підтримувати віру у перемогу. З цією метою було втілено ідеї дописів за циклами і тривало впровадження 5 інформаційних проєктів: «Харківщину підтримує світ», «Фанат Харківщини», «Україні туристичній бути», «Харківщина туристична наближає Перемогу» та «Зустрінемося на Харківщині після війни!». Варто відзначити, що публікування контенту на інфоресурсах ОКЗ «ХОМЦТ» є підґрунтям для зростання туристичних потоків і розвитку туризму на Харківщині після завершення воєнних дій в країні.

Протягом 2022–2023 рр. було продовжено реалізацію проєктів з розвитку соціального туризму «Відкрита долоня» і «На крок попереду», які мають соціальну складову та передбачають надання екскурсійних послуг соціальним верствам населення. Зокрема, зосереджено увагу на трьох цільових аудиторіях – внутрішньо переміщені особи, люди поважного віку, підопічні територіальних центрів надання соціальних послуг. Для зазначених соціально незахищених категорій населення на базі Турхабу та у виїзному форматі було проведено в офлайн- та онлайн-форматах низку тематичних заходів,

The “Kharkiv Regional TIC” website, accessible at <http://tourcenter.kh.ua>, plays a crucial role in attracting new online users. Efforts are underway to place and distribute unique content across all information resources of RCE “KOMCT” on social media platforms such as Telegram, Facebook, Instagram, and YouTube. Promoting the tourism potential of Kharkiv Oblast, particularly in the context of post-war tourism development, is indeed crucial. It’s important to keep the spirit of victory alive. To this end, cyclical post ideas have been implemented and the execution of five informational projects is ongoing: “World Supports Kharkiv Oblast”, “Kharkiv Oblast Fan”, “Tourist in Ukraine”, “Kharkiv Oblast: A Tourist Destination Nearing Victory”, and “Let’s Meet in Kharkiv Oblast After the War!”. The dissemination of content on RCE “KOMCT”’s information resources is fundamental to increasing tourist traffic and fostering tourism development in Kharkiv Oblast following the cessation of hostilities in the country.

During 2022–2023, the “Open Palm” and “One Step Ahead” social tourism development projects were carried out. These projects, which have a social aspect, offer tour services to various social groups. Specifically, they focus on three target audiences: internally displaced individuals, senior citizens, and those under the care of territorial social service centers. Numerous thematic events, excursions, presentations, and interactive programs on civil defense were conducted for the specified socially vulnerable groups, both in the field and via Tour Hub, in both offline and online formats. These included virtual tours, familiarization events in the

екскурсії, презентації, інтерактивні програми з цивільної оборони, віртуальні екскурсії, ознайомчі заходи у форматі рум-тур, інтерактивні пізнавально-емоційні івенти.

Всі вони передбачали формат психоемоційного розвантаження, яке в умовах повномасштабної війни в Україні вийшло на 1-е місце за потребами людей.

Таким чином, від 2014 року і до повномасштабної агресії військ РФ 24.02.2022, ОКЗ «ХОМТЦ» було реалізовану низку й інших важливих векторів з метою розвитку туризму в громадах Харківської області:

1) Сприяння розвитку сільського зеленого туризму:

- популяризація мережі агросадиб Харківщини;

- співпраця з відокремленим підрозділом громадської організації «Спілка сприяння розвитку сільському зеленому туризму в Україні» в Харківській області;

- проведення тематичних галузевих заходів (тренінгів, семінарів, презентацій) з метою покращення рівня сервісу гостинності агросадиб;

- сприяння проведенню категоризації у сфері сільського зеленого туризму в межах програми «Українська гостинна садиба» та врученню сертифікатів і знаків «Українська гостинна садиба» власникам агросадиб Харківської області;

- створення реєстру агросадиб Харківщини;

- проведення інформаційних турів для представників туристичної галузі з метою промоції сільського зеленого туризму на Харківщині;

form of room tours, and interactive cognitive and emotional events.

Each of them catered to the need for psycho-emotional relief, which, amid the conditions of a full-scale war in Ukraine, emerged as the primary need of the people.

From 2014 until the onset of full-scale aggression by Russian troops on February 24, 2022, RCE “KOMCT” implemented several significant strategies for the development of tourism in the communities of the Kharkiv region:

1) Advancing the development of rural green tourism:

- popularizing the network of agricultural estates in the Kharkiv region;

- cooperating with a distinct unit of the public organization “Association for the Development of Rural Green Tourism in Ukraine” in the Kharkiv region;

- conducting thematic industry events such as trainings, seminars, and presentations to enhance the hospitality service level of agricultural estates;

- promoting categorization in the field of rural green tourism as part of the “Ukrainian Hospitality Homestead” program, and awarding Ukrainian Hospitality Homestead” certificates and signs to the owners of agricultural estates in the Kharkiv region

- establishing a register of agricultural estates in the Kharkiv Oblast;

- organizing informational tours for representatives of the tourism industry, with the goal of promoting rural green tourism in the Kharkiv region;

- executing the “100 Best Rural Green Tourism Estates of Ukraine” project in collaboration with the Union.

2) Implementing markers for tourist areas, which includes road tourist signs, QR-plates, tourist information

• реалізація проєкту «100 кращих садиб сільського зеленого туризму України» у партнерстві зі Спілкою.

2) Ознакування туристичних територій (дорожні туристичні знаки, QR-таблички, інформаційні туристичні табло, сенсорні туристичні бокси).

3) Діджитал-просування територій (нанесення туристичних об'єктів на Google-карту; створення відео-4K, відео-360°, 3D-турів, аудіогідів).

4) Проведення щорічного Обласного молодіжного конкурсу на кращу екскурсію «Відкриваймо Харківщину».

5) Реалізація грантових проєкту «Tour De Fort» – веломаршрут по фортецях Слобожанщини» і мініпроєкту «Запровадження туризму на сільських територіях як підґрунтя розширення можливостей жіночого лідерства» та впровадження навчального курсу «Розвиток громад Харківщини через туризм».

6) Діяльність Агротуристичного кластеру «Сіверський Донець» та, зокрема, озробка еногастрономічного регіонального маршруту «Дороги вина та смаку Слобожанщини».

7) Сприяння збереженню нематеріальної культурної спадщини.

8) Видання і поширення серед цільових аудиторій поліграфічних та сувенірних free-матеріалів, зокрема, і методичних видань.

9) Проведення інфотурів і прес-турів.

10) Промоція туристичного відпочинку Харківщини під час експо-заходів, форумів, фестивалів, пересувних виставок.

panels, and sensory tourist boxes.

3) Digital promotion of territories by mapping tourist attractions on Google Maps, creating 4K videos, 360° videos, 3D tours, and audio guides.

4) Organizing the annual regional youth competition for the best tour, titled “Let’s Discover Kharkiv Region”.

5) Implementation of the grant project “Tour De Fort” – a bicycle route through the fortresses of Slobozhanshchyna; execution of the mini-project “Introduction of Tourism in Rural Areas as a Basis for Expanding Opportunities for Women’s Leadership”; and the roll-out of the educational course “Development of Communities of Kharkiv Region Through Tourism”.

6) Activities of the agro-tourism cluster “Siverskyi Donets”, particularly the development of the enogastronomic regional route, “Wine and Taste Routes of Slobozhanshchyna”.

7) Contributing to the preservation of intangible cultural heritage.

8) Publishing and distributing printed and complimentary souvenir materials, particularly methodical publications, among target audiences.

9) Conducting information tours and press tours.

10) Promoting tourist recreation in the Kharkiv Region through participation in expo events, forums, festivals, and traveling exhibitions.

11) Support for tourist events in the Kharkiv Region. Prior to the full-scale invasion by Russian forces into Ukraine, a multitude of tourist events were hosted in both Kharkiv and the surrounding region. Many of these events were annual traditions. Evidence of this vibrant tourist activity can be found in the yearly brochure, “Tourist Events of Kharkiv

11) Підтримка туристичних івентів Харківщини. До повномасштабного вторгнення російських військ в Україну чимало туристичних подій відбувалося в Харкові та Харківській області, деякі з них були традиційними та проходили щороку. Свідченням тому щорічне видання інформаційної брошури «Туристичні події Харківщини», яка містила анонси про понад 200 туристичних івентів, концертів, фестивалів тощо. Війна унеможливила проведення масових заходів. Але, навіть, попри бойові дії Харківщина вкотре довела, що є одним з найпотужніших українських центрів культури і мистецтва, який плекає свої традиції і водночас з надією вдивляється у майбутнє.

Впроваджені ОКЗ «ХОМЦТ» на прями діяльності надали можливість не лише розширити спектр можливостей різних видів туризму в громадах, а й створити пул зацікавлених у розвитку туризму області фахівців.

У подальшому розвиток туризму у громадах Харківської області ОКЗ «ХОМЦТ» вбачає у нижче зазначеному:

- пріоритет на посилення співпраці з громадами;
- створення комплексних туристичних продуктів із переформатуванням концептів, зважаючи на руйнації і реалії післявоєнного часу;
- започаткування «Школи розвитку туризму»;
- відкриття туристичних хабів;
- розширення географії діяльності Агротуристичного кластеру «Сіверський Донець»;
- організація навчальних заходів для фахівців і представників бізнесу у сільській місцевості;

Region”, which featured announcements for over 200 tourist events, including concerts, festivals, and more. The war has rendered the organization of mass events impossible. However, despite the ongoing hostilities, the Kharkiv Oblast has reaffirmed its position as one of Ukraine’s most potent cultural and artistic hubs. It continues to uphold its traditions while simultaneously fostering a hopeful outlook towards the future.

The initiatives undertaken by RCE “КОМСТ” have not only broadened the scope for various types of tourism in communities but have also fostered a group of specialists who are keen on advancing tourism in the region.

For the continued growth of tourism in the communities of the Kharkiv region, RCE “КОМСТ” envisions the following:

- prioritizing the strengthening of cooperation with communities;
- developing complex tourist products, with a reimagining of concepts to accommodate the destruction and realities of the post-war period;
- establishing the “Tourism Development School”;
- opening tourist hubs;
- expanding the geographical reach of the “Siverskyi Donets” Agrotourism Cluster;
- organizing training events for specialists and business representatives in rural areas;
- attracting grant aid;
- promoting the development of the tourist infrastructure in the Kharkiv Oblast;
- engaging with internally displaced persons and veterans of the Russian-Ukrainian war.

- залучення грантової допомоги;
- сприяння розбудові туристичної інфраструктури Харківщини;
- робота із внутрішньо переміщеними особами та ветеранами російсько-української війни.

### **«ДОРОГИ ВИНА ТА СМАКУ УКРАЇНИ» ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ НА СІЛЬСЬКІЙ ТЕРИТОРІЯХ**

*Олена Мотузенко,*  
доцент кафедри географії України  
Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка, Президент  
ГО "Національна еногастрономічна  
туристична мережа – Дороги вина та  
смаку України"

Єднання та нетворкінг – головні вектори успіху туристичних кластерів сьогодні в Україні.

Безпрецедентний ще для ковідних часів, запуск системи розвитку гастрономічного туризму в Україні стало початком залучення місцевих спільнот до розвитку сільських територій, робота яких продовжується і зараз у воєнний час.

#### **Тенденції розвитку туризму в Україні до війни:**

- подарував унікальний досвід туристу;
- відповідальний туризм;
- інклюзивний туризм;
- оцифрування туризму;
- орієнтований від масового туризму до індивідуальних подорожей;
- традиційні страви та вино в фокусі;

### **“WINE AND TASTE ROUTES OF UKRAINE” AS A TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF TOURIST CLUSTERS IN RURAL AREAS**

*Olena Motuzenko,*  
associate professor of the Department  
of Geography of Ukraine, Taras  
Shevchenko National University of  
Kyiv, President of the NGO “National  
Wine and Gastronomy Tourism Net-  
work – Wine and Taste Routes of  
Ukraine”

Unification and networking are the primary drivers of success for tourism clusters in Ukraine today.

Even during the unprecedented times of COVID-19, the initiation of the gastronomic tourism development system in Ukraine marked the start of local community involvement in rural area development. This work continues unabated, even amidst current wartime conditions.

#### **Tourism trends in Ukraine before the war:**

- provided a unique experience to tourists;
- responsible tourism;
- inclusive tourism;
- digitization tourism;
- shift from mass tourism to individual travel;
- traditional food and wine in focus;

- увага до туристичних пропозицій у сільській місцевості.

- attention to rural tourism offers.



**Дороги вина і смаку України**  
**The Wine and Taste Routes of Ukraine**



**Дороги вина і смаку української Бессарабії**  
**The Wine and Taste Routes of Ukrainian Bessarabia**

Увага до сільських територій через гастрономічний / еногастрономічний туризм з врахуванням автентичності рекреаційного ресурсу та своєчасна спільна робота за підтримки проекту ЄС щодо географічних зазначень, створила новий механізм валоризування (створення цінності, гастрономічного бренду локального продукту та доданої вартості) агровиробничого вектору через розбудова регіональних організованих туристичних маршрутів.

Це і стало початком створення парасолькового бренду «Доріг вина і смаку України» та взаємодії на регіональному рівні, яка спускалася на локальний рівень і одночасно підіймалася на національний рівень. І саме при розробці регіональних маршрутів було закладено принципи кластеризації. Якщо на регіональному рівні заважали активній роботі перешкоди законодавчого характеру, то на локальному рівні вдалося організувати і активізувати роботу через знайому модель громадської організації, яка вирішила і проблему управління. Таким чином, численна кількість маршрутів була запущена на різних рівнях завдяки консолідації стейкхолдерів та академічної сфери, яка транслювала і інновації і тренінговий компонент, а саме поширення знань, та компетенцій.

**Вибудована система гастрономічних маршрутів України включала** винні маршрути, смакові маршрути, винно-дегустаційні маршрути, які реалізовувалися на регіональному, міжрегіональному та локальному рівнях.

«Дорога вина і смаку України» стала національною еногастрономіч-

Emphasis on rural areas through gastronomic and enogastronomic tourism, considering the authenticity of recreational resources and timely collaboration for the support of the EU project on geographical indications, has led to the creation of a new valorization mechanism. This mechanism, which involves the creation of value, a gastronomic brand for local products, and added value, enhances the agro-production vector through the development of regionally organized tourist routes.

This marked the inception of the umbrella brand “Wine and Taste Route of Ukraine” and initiated cooperation at the regional level. This cooperation extended downwards to the local level and upwards to the national level simultaneously. It was during the development of these regional routes that the principles of clustering were established. While legislative obstacles at the regional level impeded active work, it was possible to organize and intensify efforts at the local level through the established model of a public organization, which also addressed management issues. As a result, a significant number of routes were initiated at various levels, thanks to the unification of stakeholders and the academic sector. These entities promoted both innovation and an educational component, specifically the distribution of knowledge and skills.

**The gastronomic route system developed in Ukraine encompassed** wine routes, taste routes, and wine-tasting routes. These were implemented across various levels - regional, interregional, and local.

**The “Wine and Taste Route of Ukraine”** evolved into a national enogastronomic tourism network. This network

ною туристичною мережею, яка допомогла втримати експертів та ресурсний потенціал і стала платформою, яка об'єднала сім регіонів, що вийшли зі своїми пропозиціями і своїми маршрутами. Дані регіональні маршрути отримали всі можливості перерости в гастрономічні агротуристичні кластери.

### **Національна винна та гастрономічна туристична мережа**

#### **«Дороги вина і смаку України», головні актори:**

- 1) винно-дегустаційні маршрути;
- 2) виробники гастрономічної продукції;
- 3) представники туристичного бізнесу;
- 4) агенти гастрономії (ресторани, кухарі, ЗМІ, спільноти);
- 5) навчальні та наукові заклади;
- 6) профільна громадська організація;
- 7) органи місцевого самоврядування;
- 8) державна виконавча влада та інші.

#### **Організаційні форми діяльності:**

- Дороги вина;
- Дороги смаку;
- Винно-дегустаційні маршрути;
- Гастрономічні заходи (фестивалі, конференції, конкурси, виставки тощо);

#### **•Гастрономічні агротуристичні кластери.**

helped retain experts and resource potential, serving as a platform that brought together seven regions with their unique offerings and routes. These regional routes were given ample opportunities to evolve into gastronomic agro-tourism clusters.

#### **The main actors in the national wine and food tourist network “Wine and Taste Routes of Ukraine” are:**

- 1) wine and taste routes;
- 2) manufacturers of gastronomy products;
- 3) representatives of the tourist business;
- 4) agents of gastronomy (restaurants, chefs, mass media, communities);
- 5) educational and scientific institutions;
- 6) profiles non-governmental organization;
- 7) local authorities;
- 8) state executive power and others.

#### **Organizational forms of activity:**

- Wine routes;
- Taste routes;
- Wine and taste routes;
- Gastronomic events (festivals, conferences, competitions, exhibitions, etc.);

#### **•Gastronomic agricultural tourist clusters.**



**Взаємозв'язок інструментів валоризації локальних продуктів**  
**Interrelation of tools for valorization of local products**

**Кластерна співпраця передбачала:**

- реєстр традиційних гастрономічних ресурсів України, охорона гастрономічної спадщини;
- сприяння створенню туристичного гастрономічного продукту;
- створення прототипів і пілотних проектів;
- просування туристичного гастрономічного продукту на національному та міжнародному рівнях;
- створення м'якої інфраструктури маршруту: облаштування інформаційних знаків не туристичних, а маркування маршруту через дорожню інфраструктуру.

**Приклади супутніх ефектів для розвитку місцевих громад і територій, які виникли вже на шляху просування туристичних маршрутів з ініціативи самих учасників кластерів:**

- 1) Розвиток культури та охорона культурної спадщини:

**The cluster cooperation includes the following activities:**

- registration of traditional gastronomic resources in Ukraine and protection of gastronomic heritage;
- encouragement of the development of a tourist gastronomic product;
- creation of prototypes and pilot projects;
- promotion of the tourist gastronomy product at both national and international levels;
- establishment of the route's soft infrastructure, which involves the placement of informational signs. These are not tourist signs, but markers of the route through the road infrastructure.

**Here are some examples of collateral effects for the development of local communities and territories that have already arisen during the promotion of tourist routes, initiated by the cluster participants themselves:**

- 1) Development of culture and protection of cultural heritage:

- створення фольклорного танцювального колективу «Бессарабія»;
- створення етнотеатру «Кукери» та відродження традицій;
- створення фольклорного музично-танцювально-пісенного гурту «Болград»;
- Міжнародний фестиваль вина «Bolgrad Wine Fest», Болград (200 тис. учасників).

2) Збереження традиційних знань та сільськогосподарських практик (вирощування винограду, пажитника та інших запашних трав для виробництва Мірудія).

3) Розвиток інфраструктури та підвищення інвестиційної привабливості території:

- в м. Рені відкрито новий дегустаційний зал традиційних напоїв та продуктів «Крафт»;
- на етапі підготовки проектної документації Туристичний культурно-розважальний комплекс «Центр смаку Болград» для збереження традиційних знань і практик та захисту культурної, агроспадщини та біорізноманіття.

**Взаємозв'язок інструментів валоризації місцевих продуктів та виробників, які і знаходиться у фокусі уваги :**

- захищена географічна ідентифікація;
- традиційні продукти;
- ARS смаку;
- гастрономічний бренд;
- об'єкт залучення креативних індустрій;
- об'єкт туристичної привабливості.

**Консолідація між суб'єктами кластеру і культура солідарної вза-**

• creation of the folklore dance group “Bessarabia”;

• establishment of the ethnic theater “Kukery” and the revival of tradition;

• formation of the folklore musical-dance-song group “Bolgrad”;

• organization of the International Wine Festival “Bolgrad Wine Fest” in Bolgrad, which attracted 200,000 participants.

2) The preservation of traditional knowledge and practices in agriculture, such as the cultivation of grapes, fenugreek, and other aromatic herbs to produce Mirudiya.

3) Development of infrastructure and increasing the investment attractiveness of the territory:

• a new tasting room for traditional drinks and products, named “Kraft”, was opened in Reni;

• the project documentation is being prepared for the “Center of Taste Bolgrad”, a tourist, cultural, entertainment, and processing complex. This initiative aims to preserve traditional knowledge and practices, protect cultural and agricultural heritage, and promote biodiversity.

**The interrelation of valorization tools for local products and producers is a focal point:**

- Protected Geographic Identification;
- Traditional Products;
- ARC of Taste;
- Gastronomic Brand;
- Object of Attraction for Creative Industries;
- Object of Tourist Attraction.

**The consolidation of the cluster’s subjects and the culture of solidarity and inclusion** was formed through the experience of working within the national wine and gastronomic tourism

**ЄМОДІЇ ТА ВКЛЮЧЕННЯ**, які були сформовані завдяки досвіду роботи в рамках національної винно-гастрономічної туристичної мережі «Дороги вина і смаку України». Як «Дороги вина і смаку України» відповіли на виклики війни:

- допомога біженцям і фронту продуктами, технікою, пальним;
- весь запас пляшок пішов дрібним виноробам на виготовлення коктейлів Молотова в перші місяці війни;
- на базі локацій «Дороги вина і смаку України» створено притулки для біженців.

**УКРАЇНСЬКИЙ ФЕНОМЕН відродження туризму:**

- почав стихійний розвиток внутрішній туризм як інструмент психологічної реабілітації населення та біженців від травм війни;
- головною концепцією відродження туризму став солідарний та волонтерський туризм.

## **ГЕОПОЛІТИКА ТА РОЗВИТОК КЛАСТЕРУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ. ГНУЧКІ ФУНКЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМЦІВ НА ЛІНІЇ ФРОНТУ**

*Інеса Носенко,  
ЗОГО «Дивосвіт»,  
Запорізька область*

**Що є геополітичними чинниками в туризмі?** Геополітичні чинники – це вплив конкретних політичних подій (війни, державних переворотів, терактів) на туристичну діяльність. Негативні дії держав, такі як,

network, “Wine and Taste Routes of Ukraine”. Here’s how the “Wine and Taste Routes of Ukraine” responded to the war challenges:

- they provided assistance to refugees and the front lines with products, equipment, and fuel;
- small winemakers utilized their entire stock of bottles to produce Molotov cocktails during the initial months of the war;
- shelters for refugees were established at the “Wine and Taste Route” locations.

**THE UKRAINIAN PHENOMENON of the revival of tourism:**

- domestic tourism spontaneously developed as a means of psychological rehabilitation for the population and refugees affected by war trauma;
- solidarity and volunteer tourism have become the primary concepts in the revival of tourism.

## **GEOPOLITICS AND RURAL TOURISM CLUSTER DEVELOPMENT: FLEXIBLE FUNCTIONS OF TOURISM ENTREPRENEURS NEAR THE FRONTLINE**

*Inesa Nosenko,  
Dyvosvit,  
Zaporizhzhia Oblast*

**What are the geopolitical factors in tourism?** Geopolitical factors refer to the effects of specific political events, such as wars, coups d’état, and terrorist attacks, on tourism activities. Actions by states that are perceived negatively, such as aggression, sanctions, tightening of

агресія, впровадження санкцій, посилення візових режимів, політичні перевороти, а також, терористичні дії, які здійснюються терористичними організаціями, миттєво відображаються на туризмі. Це призводить до зменшення туристичних потоків і великих збитків.

**Основні геополітичні чинники, що впливають на динаміку і розподіл туристичних потоків:**

- політичні перевороти;
- терористичні атаки;
- військові конфлікти.

Кластер сільського зеленого туризму - сконцентрована на певній території група взаємопов'язаних підприємств, установ та організацій сфери туризму та гостинності (туроператори, туристичні агенти, засоби розміщення, харчування) та інших пов'язаних із нею галузей (транспорту і зв'язку, торгівлі та ін.), місцевих органів влади та громадських об'єднань, що взаємодіють.

**Сутність кластерної моделі сільського зеленого туризму:**

- забезпечення комерційної діяльності;
- удосконалення ділових взаємин;
- досягнення нерозривного та взаємозалежного співробітництва.

Кластерній моделі сільського зеленого туризму притаманне дотримання умов рівноправності та створення умов для зростання конкуренції на ринку сільського зеленого туризму.

**Основні стратегічні цілі розвитку туристичної сфери полягають у:**

visa regimes, political upheavals, as well as terrorist activities carried out by terrorist organizations, can have an immediate impact on tourism. These actions often lead to a decrease in tourist flows and significant losses.

**The primary geopolitical factors influencing the dynamics and distribution of tourist flows are:**

- political upheavals;
- terrorist attacks;
- military conflicts.

A rural green tourism cluster refers to a network of interconnected enterprises, institutions, and organizations within the tourism and hospitality sector. This includes tour operators, travel agents, accommodation and catering services, and other related industries such as transport, communications, and trade. Local authorities and public associations that interact within a specific territory are also part of this cluster.

**The essence of the cluster model in rural green tourism lies in:**

- ensuring commercial activity;
- improving business relations;
- achieving inseparable and interdependent cooperation.

Inherent to the cluster model of rural green tourism is the observance of equality and the creation of conditions that foster competition in the rural green tourism market.

**The primary strategic goals for the development of the tourism sector include:**

- formation of a tourist complex, the structure of which is determined by local specifics;
- development of local infrastructure, such as hotels and restaurants;

- формуванні туристичного комплексу, структура якого буде визначатися з урахуванням місцевої специфіки;

- розвитку місцевої інфраструктури (готелі, ресторани тощо);

- модернізації засобів зв'язку (телефони, інформаційні системи) та розвитку інфраструктури (дороги, засоби доставки).

- розвитку туристичних кадрів (курси підготовки й перепідготовки кадрів для туризму, курси підвищення кваліфікації)

**Геополітика та прифронтна громада.** Прифронтна громада Запоріжжя стала “воротами у вільну Україну” для транзитних ВПО та людей, що залишились у містах.

Прифронтні громади зіткнулись з випробуваннями й мали змінюватись, щоб впоратись з викликами. Однією з важливих та необхідних трансформацій стала гнучкість функцій туристичних підприємців на лінії фронту.

- modernization of communication tools, like telephones and information systems, and infrastructure development, including roads and delivery means;

- development of tourism personnel through training and retraining courses, as well as advanced training courses.

**Geopolitics and the frontline community.** The frontline community in Zaporizhzhia has become the “gateway to a free Ukraine” for internally displaced persons (IDPs) in transit and for those who have chosen to remain in their cities.

Frontline communities have faced trials and have had to adapt to meet these challenges. One of the significant and necessary transformations was the flexibility demonstrated by tourism entrepreneurs in these frontline areas.



**Ворота у вільну Україну: внутрішньо переміщені особи транзитні, та ті, що залишаються у Запоріжжі**  
**Gateway to a free Ukraine: internally displaced persons in transit and those who remain in Zaporizhzhia**

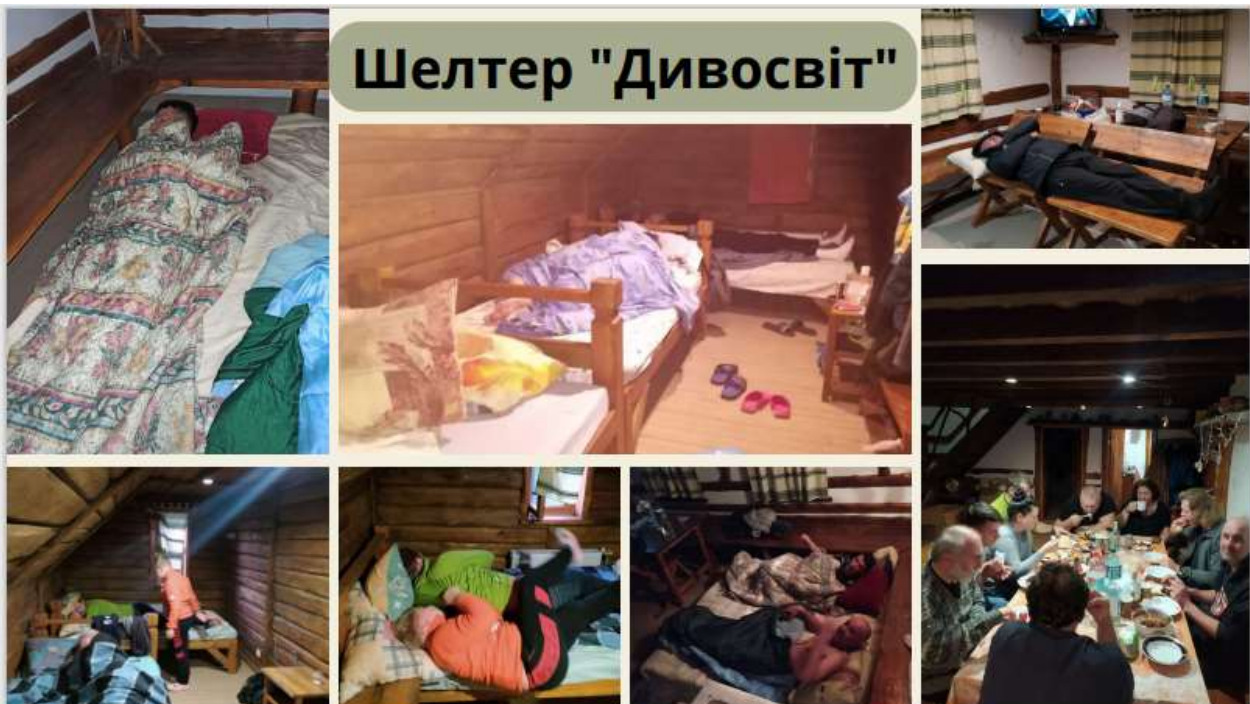
**Комерційна діяльність і гнучкі функції туристичних підприємців на лінії фронту**

Садиба сільського туризму "Дивосвіт"



Шелтер "Дивосвіт"

**Комерційна діяльність і гнучкі функції туристичних підприємців на лінії фронту. Садиба сільського туризму "Дивосвіт" – Шелтер "Дивосвіт"**  
**Commercial activities and flexible functions of tourism entrepreneurs on the front line: rural tourism estate and shelter "Dyvosvit"**



**Шелтер "Дивосвіт"**  
**Dyvosvit Shelter**

## Волонтерство



## Волонтерство Volunteering

Прикладом є садиба сільського туризму "Дивосвіт". Вона трансформувалась у шелтер "Дивосвіт", який став домівкою та прихистком для людей, які потребували допомоги.

**Приклади напрямів діяльності туристичних підприємців на лінії фронту:**

- реалізація допомоги нужденним (надання житла, харчування, речей першої потреби);
- створення проєктів з територіальною громадою (співпраця з ТГ для розвитку чинної структури та створення плану майбутнього розвитку з урахуванням сучасних тенденцій та потреб).

**Волонтерство.** Стратегія розвитку – гнучкі функції туристичних підприємців на лінії фронту: розвиток інфраструктури для потреб внутрішньо переміщених осіб: впровадження зв'язку, інтернету, створення доступних можливостей, зміни та будівництво; постійна робота з партнерами.

An example of this flexibility is the rural tourism estate “Dyvosvit”. It has been transformed into the Dyvosvit Shelter, providing a home and refuge for those in need.

**Examples of activities by tourism entrepreneurs on the frontline:**

- providing assistance to those in need, which includes offering housing, food, and necessities;
- creating projects in cooperation with the territorial community to develop the existing structure and create a plan for future development, taking into account current trends and needs.

**Volunteering.** Development strategy – flexible functions of tourism entrepreneurs on the frontline: infrastructure development for the needs of internally displaced persons: the introduction of communication and internet facilities, creating accessible opportunities, making changes, and undertaking construction; ongoing work with partners.

**ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ  
СООМАА – СПІВПРАЦЯ  
В КЛАСТЕРАХ: ПРИКЛАД  
УСПІХУ «ЦЕНТРУ ВІДПОЧИ-  
НКУ ТА СЕМІНАРІВ  
В КЛААРА-МАННІ»**

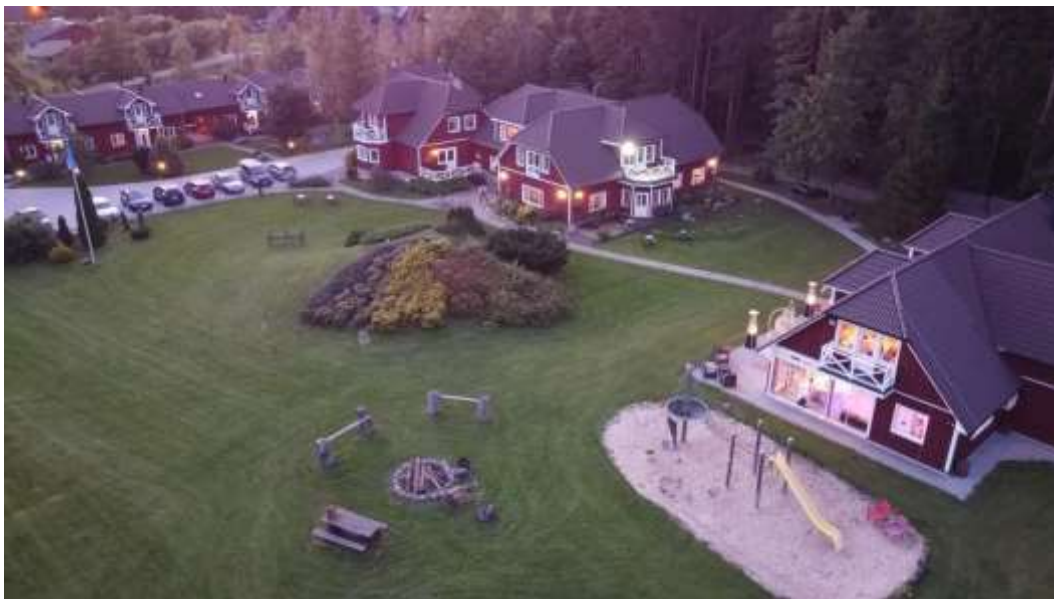
*Katrin Ruumet,*  
Естонська асоціація  
сільського туризму.  
Кластер Соомаа

*Центр відпочинку Клаара-Манні* розпочав роботу в 2002 році. Він розташований у південно-східній Естонії, неподалік від національного парку Соомаа, найбільшого національного парку в Балтійському регіоні. Центр відпочинку виграє від розташування між двома балтійськими столицями – Таллінном і Рігою.

**SOOMAA TOURIST  
DESTINATION – COOPERATION  
IN CLUSTERS:  
A SUCCESSFUL EXAMPLE FROM  
THE “KLAARA-MANNI  
HOLIDAY & SEMINAR CENTER”**

*Katrin Ruumet,*  
Estonian Rural Tourism Association.  
Soomaa cluster

The *Klaara-Manni Holiday Center* began operations in 2002. It is situated in South East Estonia, near Soomaa National Park, the largest national park in the Baltic region. The holiday center’s location, nestled between the two Baltic capitals of Tallinn and Riga, offers unique benefits.



**Центр відпочинку Клаара-Манні  
Klaara-Manni Holiday Center**

Центр відпочинку Клаара-Манні оточений зеленню і приймає як любителів природи, так і організаторів заходів. Це популярне місце відпочинку для любителів природи, сімей і друзів. Поруч з нами проходять лісові

Surrounded by lush greenery, the Klaara-Manni Holiday Center warmly welcomes both nature enthusiasts and event organizers. It is a popular holiday destination for nature lovers, families, and friends. Adjacent to the center, one

стежки, а неподалік річка Пярну, історичне місто Торі та національний парк Соомаа. У співпраці з нашими партнерами, місцевими постачальниками туристичних послуг, ми пропонуємо верхову їзду, подорожі по болотах і катання на каное по річках.

База відпочинку розрахована на розміщення до 100 осіб, є номери та котеджі з окремими входами та для гостей з обмеженими можливостями. Для гостей доступна здорова їжа з місцевих продуктів.

Центр відпочинку Клаара-Манні також пропонує високоякісні конференц-послуги для заходів з кількістю учасників до 150 осіб – семінари, конференції, тренінги та зустрічі, а також різні корпоративні зустрічі та заходи. У 2020 році було відкрито абсолютно новий скляний павільйон для заходів та конференцій, що дало нам можливість пропонувати послуги також під час пандемії COVID-19.

**Участь та співпраця з туристичними кластерами.** Основними некомерційними асоціаціями, як партнерами по співпраці з Центром відпочинку Клаара-Манні, є:

- Асоціація сільського туризму Естонії, 21 рік. За підтримки Естонської ради з туризму;
- Партнерство Green Riverland, 17 років. За підтримки Міністерства у справах сільського господарства Естонії;
- Член-засновник Туризм Соомаа з 2008 року. Цю некомерційну асоціацію створили постачальники туристичних послуг у ширшому регіоні національного парку Соомаа.

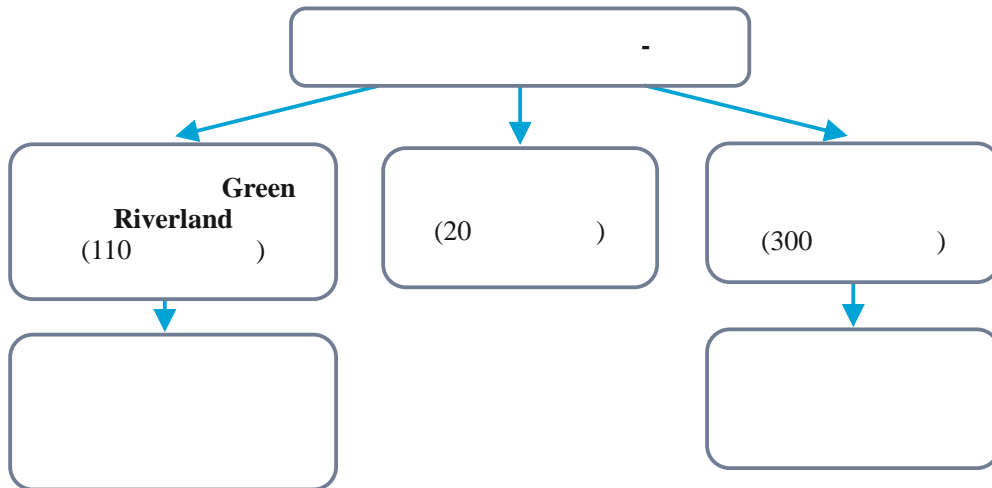
can discover forest trails, and in proximity are the Pärnu River, the historic town of Tori, and Soomaa National Park. In collaboration with our partners, local tourism service providers, we offer horse riding, bog trips, and canoe rides on the rivers.

The holiday center provides accommodation for up to 100 people, offering rooms and cottages with private entrances, including facilities for guests with disabilities. We also serve healthy meals prepared from local ingredients for our guests.

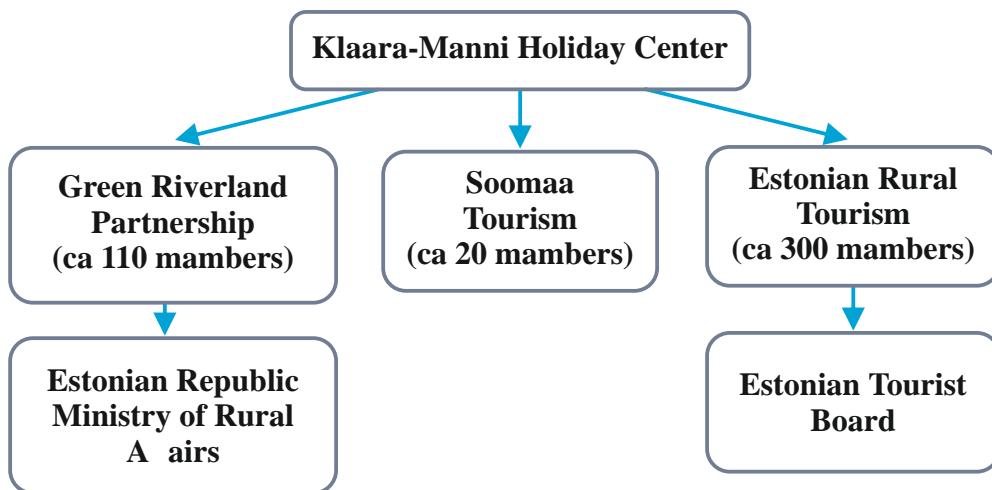
The Klaara-Manni Holiday Center also provides high-quality conference services for events with up to 150 participants, including seminars, conferences, trainings, meetings, and various company retreats and events. In 2020, we opened a brand-new glass pavilion for events and conferences, which allowed us to continue offering services even during the COVID-19 pandemic.

**Participation and cooperation with tourism clusters.** The Klaara-Manni Holiday Center collaborates with several main non-profit associations, which include:

- The Estonian Rural Tourism Association, a partner for 21 years; supported by the Estonian Tourist Board;
- The Green Riverland Partnership, a partner for 17 years; supported by the Ministry of Rural Affairs of Estonia;
- As a founding member since 2008, we are part of Soomaa Tourism. This non-profit association was established by tourism service providers in the wider region of Soomaa National Park.



**Стратегічне партнерство Центру відпочинку Клаара-Манні**



**Strategic partnerships of the Klaara-Manni Holiday Center**

Центр відпочинку та семінарів в Клаара-Манні має тісні зв'язки з іншими місцевими стратегічними партнерами, зокрема:

- Співпраця з місцевою регіональною Організацією управління напрямком (ОУН) «Відвідайте Пярну»;
- Член Естонського конференц-бюро у співпраці з «Відвідайте Пярну».

**Як кластери допомогли Центру відпочинку Клаара-Манні розвивати свій бізнес?**

**Кластери пропонують ЕМОЦІЙНУ форму співпраці:**

- Надання найкращого сервісу гостям;

The Klaara-Manni Holiday & Seminar Center maintains strong connections with other local strategic partners, which include:

- Cooperation with the local regional Destination Management Organization (DMO), Visit Pärnu;
- Membership in the Estonian Convention Bureau, in cooperation with Visit Pärnu.

**How have clusters contributed to the growth of Klaara-Manni Holiday Center's business?**

**Clusters foster an EMOTIONAL form of cooperation:**

- Ensuring the provision of the best service to guests;

- Підтримка сусідами;
- Спільні радості та спільні турботи.

**Кластери пропонують СОЦІАЛЬНУ співпрацю:**

- Спільний маркетинг (одночасно в різних каналах);
- Спільний інформаційний простір і повідомлення для гостей (хто наші гості?);
- Загальні цінності (ми захищаємо природу та довкілля).

**Кластери дають можливість ПРАВОВОЇ форми співпраці:**

- Ми є поважним юридичним партнером для головних організацій;
- Фінансування спільних проєктів з розробки продуктів, спрямованих на розвиток нашого туристичного регіону.

- Offering neighborhood support;
- Sharing joys and concerns.

**Clusters facilitate SOCIAL cooperation:**

- Joint marketing across various channels;
- A shared information space and unified message to guests (identifying our target audience);
- Shared values, such as the commitment to protecting nature and the environment.

**Clusters facilitate LEGAL cooperation:**

- Being a respectable legal partner for umbrella organizations;
- Financing joint projects for product development, aimed at enhancing our tourism region.



**Кластери пропонують ЕМОЦІЙНУ, СОЦІАЛЬНУ, та дають можливість ПРАВОВОЇ форми співпраці**

**Clusters foster EMOTIONAL, facilitate SOCIAL, and enable LEGAL cooperation**

**Основні переваги кластерів і кооперації.** Кластери підвищують конкурентоспроможність окремих компаній у туристичному секторі. Завдяки співпраці компанії можуть створювати унікальні та різноманітні пропозиції, що робить напрямок більш привабливим для ширшого

**The main benefits of clusters and cooperation.** Clusters enhance the competitiveness of individual businesses in the tourism sector. By cooperating, these businesses can develop diverse and unique offerings, thereby making the destination more attractive to a wider variety of tourists.

кола туристів. Ця підвищена конкурентоспроможність приносить користь усім компаніям у кластері:

- Мережа та співпраця – учасники кластеру формують партнерства, діляться найкращими практиками та співпрацюють над спільними проектами. Це сприяє розвитку почуття спільності та дозволяє компаніям використовувати сильні сторони один одного.

- Спільне використання ресурсів – обмін знаннями та маркетинговою діяльністю на зовнішніх ринках. Це дає нам економію коштів і підвищує ефективність.

- Розвиток напрямків – різні підприємства, пов'язані з туризмом, співпрацюють і створюють більш привабливий напрямок для відвідувачів. Це включає розвиток інфраструктури, культурний досвід і загальний туристичний продукт.

- Передача навичок і знань – компанії в кластері отримують вигоду від обміну навичками та знаннями. Це особливо важливо для малих і середніх підприємств (МСП), яким бракує певних знань.

- Маркетингова синергія: спільні маркетингові зусилля в рамках кластера можуть бути більш ефективними та економічно ефективними. Об'єднуючи ресурси для маркетингових кампаній, туристичні компанії можуть охопити більшу аудиторію та ефективніше просувати напрямок. Це особливо важливо у висококонкурентній індустрії туризму.

- Кластери можуть спільно впливати на лобювання розвитку інфраструктури, сприятливого регулювання та інших ініціатив, які підтримують розвиток туризму в регіоні.

This heightened competitiveness is advantageous to all businesses within the cluster:

- Networking and collaboration are key – members of the cluster form partnerships, share best practices, and work together on joint projects. This not only fosters a sense of community but also enables businesses to leverage each other's strengths.

- Resource sharing – sharing knowledge and marketing activities in foreign markets. This leads to cost savings and improved efficiency.

- Destination development – various tourism-related businesses collaborate to create a more appealing destination for visitors. This involves the development of infrastructure, enrichment of cultural experiences, and enhancement of the overall tourism product.

- Skill and knowledge transfer – companies within a cluster benefit from the exchange of skills and knowledge. This is particularly beneficial for small and medium-sized enterprises (SMEs) that may lack certain expertise.

- Marketing synergy – joint marketing efforts within a cluster can be more impactful and cost-effective. By pooling resources for marketing campaigns, tourism companies can reach a larger audience and promote the destination more effectively. This is especially crucial in the highly competitive tourism industry.

- Clusters can collectively exert influence in lobbying for infrastructure development, favorable regulations, and other initiatives that bolster the growth of tourism within the region.

- Risk mitigation – businesses face common challenges and risks, such as economic downturns or health crises.

• Зменшення ризиків, підприємства стикаються зі звичайними проблемами та ризиками (такими як економічні спади чи кризи в галузі охорони здоров'я). Робота в кластері забезпечує систему підтримки, за допомогою якої компанії можуть колективно пом'якшувати ці ризики, роблячи весь туристичний регіон більш стійким.

Operating within a cluster provides a support system where companies can collectively mitigate these risks, thereby enhancing the resilience of the entire tourism region.



**Не забувайте винагороджувати себе!  
Don't forget to reward yourself!**

**Основні висновки та пропозиції.** Туристичний бізнес повинен розуміти:

- Хто мої гості?
- Якими цінностями я хочу поділитися?
- З ким я маю справу?
- Чи стійкий я?
- Ваша праця – основа співпраці.  
*«Мисліть масштабно та вірте в себе!»*

**Main conclusions and suggestions.** For tourism businesses, it is crucial to understand the following:

- Who are my guests?
- What values do I wish to share?
- With whom do I collaborate?
- Am I operating sustainably?
- Remember, your work forms the foundation of cooperation.

*“Think big and believe in yourself!”*

## ВРАЖЕННЯ УКРАЇНСЬКИХ ЕКСПЕРТІВ ВІД ВІЗИТУ ДО ЕСТОНСЬКИХ КЛАСТЕРІВ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

*Інна Величко,*  
членкиня Правління Спілки спри-  
яння розвитку сільського зеленого  
туризму в Україні

У лютому 2023 року мені пощастило відвідати Естонію у складі робочої групи Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. В рамках поїздки ми відвідали найкращі естонські туристичні кластери, сільські садиби, громади, туристичну виставку та багато іншого. Поділюсь враженнями та набутим досвідом.

Наша поїздка була незвичайною ще й тому, що подорожували ми автівкою, мали можливість їхати сільськими та лісовими дорогами та споглядати країну зсередини – це додало особливих емоцій та відчуттів.

Розпочали знайомство з естонськими туристичними кластерами ми з невеличкого південного селища С'ангасте (ест. *Sangaste*), в якому живе трохи більше двохсот мешканців. Деякі з них об'єднались у туристичний кластер «Житній шлях» (ест. *Rukki küla*) й успішно співпрацюють. Кластер не фінансується державою – це добровільне об'єднання підприємців, які готові допомагати один одному. Головним туристичним магнітом даної місцевості є чудово збережений маєток графа Фрідріха Георга Магнус фон Берга: цегляний будинок з парком, алеями, терасами та п'ятьма озерами, – єдиний ландшафтний комплекс площею 37,5 га, куди приїзять

## IMPRESSIONS FROM THE VISIT OF UKRAINIAN EXPERTS TO ESTONIAN RURAL TOURISM CLUSTERS

*Inna Velychko,*  
a member of the Board of the  
Association for the Promotion of the  
Development of Rural Green Tourism  
in Ukraine

In February 2023, I had the fortunate opportunity to visit Estonia as a member of the working group from the Union for the Promotion of the Development of Rural Green Tourism in Ukraine. During our trip, we explored some of the finest Estonian tourist clusters, rural estates, and communities, and attended a tourist exhibition among other activities. Here is a recounting of my impressions and experiences.

Our journey was unique in that we traveled by car, which allowed us the opportunity to traverse rural and forest roads, providing us with an intimate view of the country. This added a special layer of emotion and sensation to our experience.

Our introduction to Estonian tourist clusters began in the small southern village of Sangaste, home to just over two hundred residents. Some of these residents have come together to form the “Rye Village” (est. *Rukki küla*) tourist cluster and have found success through their cooperation. The cluster operates without state funding, functioning instead as a voluntary association of entrepreneurs who are prepared to support each other. The main tourist attraction in this area is the beautifully preserved estate of Count Friedrich Georg Magnus von Berg. This brick house, complete with a park, alleys, terraces, and five

тисячі туристів щороку – це перевага та великий бонус для тих, хто працює поруч. Поблизу такої родзинки вигідно створювати туристичні бізнеси, вони завжди успішно працюватимуть, головний мінус – такий бізнес ніколи не буде родзинкою № 1.

Цікавий діючий кластер «Цибулевий шлях» (ест. *Sibulatee*) – це історичний регіон і сучасний туристичний маршрут. «Цибулевий шлях» пролягає вздовж берега Чудського озера, де традиційно місцеві жителі вирощували особливий сорт цибулі, навколо якого все й закрутилось. Багато кулінарних оригінальних страв з цієї цибулі готують місцеві ресторани, аби вразити відвідувачів. До речі, у цьому регіоні проживають різні народи: етнічні росіяни-старовіри, які колись знайшли притулок в Естонії, тікаючи від жорстокості російської імперії декілька століть тому, та німецька національна меншина – балтійські німці, що поселились на цих землях ще у XII столітті. Туристам рекомендують познайомитись з трьома культурами: естонською, німецькою та російською, – і у цьому є свої переваги. Та головний туристичний магніт тут, звісно, – Чудське озеро, яке годує, приваблює та зачаровує усіх протягом року.

lakes, forms a unique landscape complex spanning 37.5 hectares. It attracts thousands of tourists every year, providing a significant advantage and bonus for those working nearby. Establishing tourist businesses near such a highlight is profitable as they will invariably find success. However, the main drawback is that such businesses will never outshine the primary attraction.

The intriguing active cluster, “Onion Route” (Estonian: *Sibulatee*), is both a historical region and a contemporary tourist route. The “Onion Route” traces the shoreline of Lake Peipus, where local inhabitants have traditionally cultivated a unique variety of onion that has become central to their way of life. Numerous original culinary dishes, featuring this onion, are prepared by local restaurants to delight visitors. Indeed, this region is a fascinating melting pot of cultures: ethnic Russians, Old Believers who sought refuge in Estonia centuries ago to escape the harshness of the Russian Empire, and the Baltic Germans, a German minority that has called these lands home since the 12<sup>th</sup> century. Tourists are encouraged to immerse themselves in the Estonian, German, and Russian cultures, each offering its own unique charm. However, the star attraction is undoubtedly Lake Peipus. Its allure is timeless, providing sustenance and captivating hearts all year round.



**Селище Сánгасте**  
**Sangaste village**







**Робоча група Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні під час поїздки в Естонію**

**The working group from the Association for the Promotion of Rural Green Tourism Development in Ukraine during their trip to Estonia**

Ми були взимку й побували на унікальній атракції – зимовій рибалці у центрі озера. Дістатись туди можна по льоду на спеціальному авто без гальм чи санях. Мені, навіть, дозволили проїхати самій за кермом чудової автівки, і цей адреналін не можна порівняти ні з чим, як і саму зимову рибалку, коли ти витягуєш рибину з-під декілька метровою шару льоду. Саме там, в оточенні льодових глиб та снігу, смакує гаряча томлена рибна юшка, приготована, задалегідь, гідом у печі. Її смак ще довго згадуватиметься, бо це незабутні враження та відчуття.

В регіоні велика кількість гостьових садиб, музеїв, атракцій, які допомагають затримати найдовше туристів.

Окремий кластер – це острів Г'юмаа (ест. *Hiiu maakond* або *Hiiumaa*) загальною площею 965 кв.

We visited a unique attraction during winter – ice fishing in the middle of the lake. You can reach the spot on the ice using a special car without brakes or sleds. I was even allowed to drive this extraordinary vehicle myself, an adrenaline rush that's incomparable to anything else, much like the ice fishing experience itself. Pulling a fish from beneath several meters of ice is a thrill. Surrounded by icy depths and snow, you can savor a hot stewed fish soup, prepared in advance by the guide in an outdoor oven. The taste of this soup is something you'll remember for a long time, as it leaves an unforgettable impression and evokes unique feelings.

The region boasts a plethora of guest houses, museums, and attractions that engage tourists for extended periods.

A distinct entity is the island of Hiiu-maa, with a total area of 965 km<sup>2</sup>. It's

км, який обов'язково треба відвідати усім, хто хоче пізнати Естонію. Дістатись туди з материкової частини можна сучасним поромом, який облаштований різними локаціями для комфортного перебування подорожуючих. Колись цей острів був військовою базою СРСР і потрапити туди могли не всі. Лише зі здобуттям незалежності Естонія прагне зробити цей регіон туристичним: створюються сучасні музеї, готелі, розробляються туристичні маршрути, ведеться рекламна промоція острова. Єдиний мінус, за словами місцевих, – короткий туристичний сезон. Обов'язково хочеться повернутись туди ще раз і відчути себе у безтурботності та спокої.

Хочу зупинитись на декількох приватних садибах, які мене вразили.

Розпочну з садиби нашого гіда – керівника проекту – Марта Рейманна, викладача Таллінського університету, що у Саунья, Харьюмаа. Март сам займається активними видами спорту, тому й пропагує активний відпочинок своїм гостям. На території облаштовані різноманітні цікаві атракції, одна з них – це велетенська тарзанка, яку полюбляють як дорослі, так і діти. Господар організовує групові сплави на байдарках. Є місця для компактного проживання – окремі будиночки з лазнею. Опалюються приміщення тепловим екологічним та економічним насосом. Неподалік знаходиться ферма, якою опікується рідний брат Марта, куди теж організовуються екскурсії.

a must-visit for anyone wanting to explore Estonia. You can get there from the mainland by a modern ferry, which is equipped with various locations for the comfortable stay of travellers. Once this island was a military base of the USSR and not everyone could get there. Only after gaining independence, Estonia strives to make this region a tourist destination: modern museums and hotels are being created, tourist routes are being developed, and the island is being promoted. The only downside, according to locals, is the short tourist season. You want to go back there again and feel calm and peaceful.

In the following text, I will delve into several private estates that left a lasting impression on me during my visits.

I will begin with the homestead in Saunja, Harjumaa, which is managed by our guide and project manager, Mart Reimann, who also serves as a lecturer at Tallinn University. Mart is an active sports enthusiast, which is why he encourages his guests to engage in active recreation. The homestead boasts various interesting attractions, one of which is a giant trampoline that is popular among both adults and children. Mart organizes group kayaking trips and rafting for his guests. The accommodation provided is a separate house complete with a bath, and the rooms are heated by an eco-friendly and economical heat pump. A farm, managed by Mart's brother and also offering tours, is located nearby.





**Головні розваги на хуторі Мікумарді – доїння корів, косіння сіна косою та катання на старих радянських гусеницях**

**The primary attractions at Mikumardi Farm include milking cows, cutting hay with a scythe, and driving old Soviet-era caterpillar tractors**

Садиба «Клаара-Манні» в регіоні Соомаа – «місце між морем та болотом, де є багато повітря і простору» (так охарактеризували свою садибу господарі на власному сайті). Спеціалізується садиба на організації заходів для великих компаній – івенти, семінари-тренінги, весілля, тощо. Розміститись на ночівлю у даній садибі може більше ста осіб. Чудово облаштовані усім необхідним готельні номери, є великі зали для презентацій, альтанки та зони відпочинку. Господиня Катрін чудово готує як традиційні естонські страви, так і авторські, сімейні, але для великих заходів користуються послугами кейтерінгу. Хочеться зауважити, що у власників є чудове почуття гармонії в облаштуванні інтер'єрів: дрібниці створюють особливу затишну атмосферу. Цікавим фактом є те, що кошти на розширення бізнесу родина отримала від

The “Klaara-Manni” estate in the Soomaa region is a place “between the sea and the swamp, where there is a lot of air and space”, as described by the owners on their website. The estate specializes in organizing corporate events, training seminars, weddings, and more. With the capacity to accommodate over a hundred people overnight, this manor is well-equipped to handle large gatherings. The hotel rooms are perfectly furnished with all the necessary amenities, and the estate also features large halls for presentations, gazebos, and recreation areas. Mistress Katrin excels in preparing traditional Estonian dishes, as well as her own family recipes. However, for large events, they utilize catering services. It’s worth noting that the owners have a wonderful sense of harmony in interior design: small details create a special cozy atmosphere. An interesting fact is that the family received

Євросоюзу у вигляді безповоротного гранту 40x60%, де 40% у проєкт вкладають власники. Ця практика дозволяє власникам швидше втілити свою мрію і водночас перейматись розвитком бізнесу, аби не втратити вкладені власні кошти.

У цьому ж регіоні розбудовується ще одна туристична локація – «Кам'яна садиба». Її власники теж отримали грант від держави, але на закупівлю каменеобробного обладнання для виготовлення декоративних меблів та аксесуарів з природнього каменю. Господиня поруч з цехом облаштувала навчальну майстерню, де проводить майстер-класи для дітей та дорослих з розпису та декорування камінчиків. Каменем оздоблюються й будиночки для проживання, лазня та кафе-студія, де в майбутньому проходять концерти та різноманітні мистецькі акції.

2023 рік в Естонії оголошено роком саун. Естонці любляють сауни і майже у кожній садибі вона є. Тому вирішили оголосити спеціальний конкурс як для відвідувачів, так і для власників. Туристи, відвідуючи сауни, отримують спеціальну фішку від власників, і хто більше їх назбирає за певний проміжок часу – той і перемагає. Такий конкурс не тільки популяризує здоровий спосіб відпочинку, а й рекламує самих надавачів послуг.

Сільський туризм дуже популярний в Естонії, держава підтримує і популяризує підприємців, що займаються цим видом діяльності. Хочеться вірити, що наша співпраця продовжиться.

funds for business expansion from the European Union in the form of a 40x60% non-refundable grant, where the owners invest 40% in the project. This practice allows owners to realize their dream faster and at the same time take care of business development so as not to lose their own invested funds.

In the same region, another tourist location is being developed – the “Stone Manor House”. Its owners also received a state grant, but this was used for the purchase of stone-working equipment to produce decorative furniture and accessories from natural stone. The hostess has established an educational workshop adjacent to the main workshop, where she conducts master classes for both children and adults on painting and decorating pebbles. The living quarters, bathhouse, and a cafe-studio, which will host concerts and various art events in the future, are all adorned with stone.

2023 has been declared the year of saunas in Estonia. Estonians love saunas, and almost every home has one. Therefore, we decided to announce a special competition for both visitors and owners. Tourists visiting saunas receive a special chip from the owners, and whoever collects the most within a certain period wins. Such a competition not only popularizes a healthy way of recreation but also promotes the service providers themselves.

Rural tourism is very popular in Estonia, with the state providing substantial support and promotion for entrepreneurs engaged in this type of activity. We are hopeful that our cooperation will continue to flourish in the future.

## ПЕРСПЕКТИВИ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: РЕФЛЕКСІЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

*Юрій Зінько,*

Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів

Сільський туризм – це туризм відкритого простору та альтернатива масового туризму.

**«Всеукраїнська громадська неприбуткова організація «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні»** реалізує місію об'єднання господарів садиб та туристів на найпотужніших комунікаційних та маркетингових платформах, створення туристам привабливу та якісну альтернативу при виборі відпочинку у вигляді сільського зеленого туризму і допомоги господарям садиб досягти сталого розвитку.

**Стратегічними цілями є:**

- впровадження переходу від роз'єднаних садиб до кластерів сільського зеленого туризму в Україні;

- формування і підтримка відповідного середовища, яке надасть можливість покращити добробут сільського населення та якість життя за рахунок диверсифікації господарської діяльності;

- повніше використання та збереження природного та історико-культурного потенціалу сільської місцевості».

**Реорганізація Спілки сільського зеленого туризму у бізнес-асоціацію – необхідний сьогодні крок:**

- є необхідність унормувати роботу групи проєктного менеджменту. Йдеться про просту та зрозумілу

## PERSPECTIVES ON RURAL TOURISM IN UKRAINE: REFLECTIONS FROM THE CONFERENCE

*Yurii Zinko,*

Ivan Franko National University of Lviv, Lviv

Rural tourism – open space tourism and an alternative to mass tourism.

**“The all-Ukrainian public non-profit organization, “Association for the Development of Rural Green Tourism in Ukraine”**, is committed to its mission of uniting estate owners and tourists through powerful communication and marketing platforms. It aims to create an attractive and high-quality alternative for tourists choosing rural green tourism for recreation and assists estate owners in achieving sustainable development.

**The strategic goals are:**

- implementation of the transition from separated estates to clusters of rural green tourism in Ukraine;

- formation and support of the appropriate environment, which will provide an opportunity to improve the welfare of the rural population and the quality of life due to the diversification of economic activity;

- fuller use and preservation of the natural and historical and cultural potential of the countryside.”

**Today, the reorganization of the Union of Rural Green Tourism into a business association is a necessary step:**

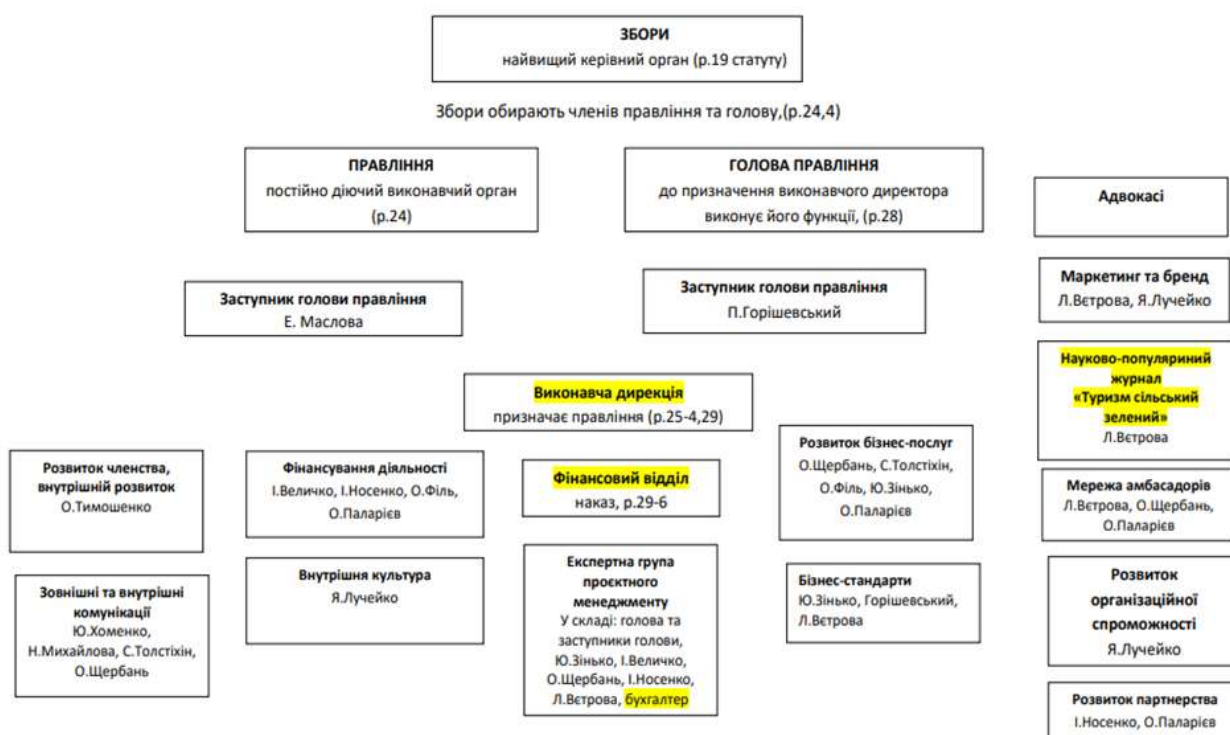
- there is a need to streamline the operations of the project management group. This involves a straightforward

схему підготовки заявки, її написання, подання та реалізації;

- до проведення всіх процесів діджиталізації, спрощення комунікацій та незавантаження цієї групи "Члени правління" мають бути створені групи за напрямками. Ініціатива у керівників напрямків.

and clear process for preparing an application, writing it, submitting it, and implementing it;

- before undertaking all processes of digitalization and simplifying communications, and before relieving the "Members of the Board" group, groups should be established according to different areas. This should be initiated by the heads of these areas.



### Структура ГО "Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні" (2023 р.)

#### Structure of the NGO "Association for the Promotion of the Development of Rural Green Tourism in Ukraine" (2023)

Удосконалення стандартів сільського туризму в Україні. Пропозиції з удосконалення Програми «Українська гостинна садиба» (УГС). На основі вимог Європейської федерації сільського та фермерського туризму EUROGITES і Польської федерації сільського туризму «Гостинні господарства» щодо системи категоризації засобів розміщення, яка опирається на практику європейського

Enhancement of rural tourism standards in Ukraine. Suggestions for enhancing the "Ukrainian Hospitality Homestead" Program (UHH). Based on the requirements of the European Federation of Rural and Farm Tourism EUROGITES and the Polish Federation of Rural Tourism "Hospitality Farms" concerning the categorization system of accommodation facilities, which draws from decades of European experience, it

досвіду останніх десятирічь пропонується внести зміни у Програму УГС. Серед цих змін виділяємо наступні:

*Внести додатковий розділ до переліку базових вимог з тематикою «Загальні вимоги», що використовується у системах категоризації європейських країн та Польщі. Відповідно зміниться нумерація і кількість розділів категоризації Програми УГС. У цьому розділі пропонуємо включити наступні характеристики:*

- виконання загальних вимог безпеки: ця вимога стосується всіх категорій і передбачає наявність певного типу поручнів на балконах і сходах. Також потрібно забезпечити доступ до сходів для маленьких дітей;

- протипожежна інструкція та інструкція щодо дій в екстремальних умовах має бути виконана українською і англійською мовами та розміщена на видному місці (ці характеристики переносяться з відповідних розділів);

- регламент перебування в садибі.

- контактні дані господаря розміщено на видному місці.

- аптечка та інформаційний буклет щодо лікарських послуг в околицях.

- відсутність негативного впливу та зовнішніх подразників.

**Організаційні пропозиції з удосконалення Програми «Українська гостинна садиба»:**

- Варто опертися на польський досвід щодо поділу форм відпочинку на селі – відпочинок на селі і відпочинок у селянина (агротуризм). Особливу увагу слід приділити роз-

is suggested to implement changes to the UHN Program. We would like to highlight the following proposed changes:

*Add an additional section titled “General Requirements” to the list of basic requirements. This section is commonly used in the categorization systems of European countries, including Poland. Consequently, the numbering and the total number of categorization sections in the UHN Program will change. We suggest including the following characteristics in this section:*

- fulfillment of general safety requirements: this requirement applies to all categories and mandates the provision of a certain type of handrail on balconies and stairs. It also requires providing access to stairs for small children;

- fire prevention instructions along with guidelines for actions in extreme conditions, must be written in both Ukrainian and English. They should be placed in a prominent location for easy visibility;

- regulations for staying at the manor;

- the owner’s contact details are prominently displayed;

- a first-aid kit and an information booklet about nearby medical services are available;

- absence of negative influence and external stimuli.

**Suggestions for enhancing the UHN Program:**

- It is beneficial to consider the Polish approach to differentiating forms of **rural recreation – countryside recreation and agritourism**. Special attention should be given to the development of agritourism in existing peasant and farming households, which hold significant potential for this sector. Compared

витку агротуризму у діючих селянських і фермерських господарствах, які мають добрі можливості для розвитку агротуризму. Україна втрачає шанс, в порівнянні з Польщею, щодо приваблення потенційних туристів з Європи до наших особистих селянських та фермерських господарств.

- Необхідна **розробка цільових маркетингових програм** (категоризація садиб як інструмент покращення якості послуг, спеціалізовані програми перебування на селі для родин, молоді і спеціалізованих туристів) для приваблення міських жителів України на відпочинок у селі.

to Poland, Ukraine is missing an opportunity to attract potential tourists from Europe to its own rural and farming households.

- There is a need to **develop targeted marketing programs**, such as categorizing estates to enhance service quality and creating specialized programs for countryside stays for families, youth, and niche tourists. These initiatives aim to attract urban residents of Ukraine to vacation in rural areas.



**Розширення пропозицій – нові агротуристичні продукти і послуги**  
**Broadening the scope – new products and services in agrotourism**

Розширення пропозицій – нові агротуристичні продукти і послуги, які могли б працювати для приваблення у сільську місцевість туристів. Основні види занять:

1) Нічліг в оселях та агроготельярство (перебування в господарстві)

Expanding the range – new agrotourism products and services to attract tourists to rural areas. Primary categories include:

1) **Accommodations and agrohospitality**: this includes staying on a farm, in a village house, agro-hotels

тві, перебування у сільському будинку, агроготель (агромотель), агрокемпінг, нічліг із самообслуговуванням, спеціальне агроготелярство);

2) **Харчування і агрогастрономія** (домашня їжа, їдальня, заклад харчування, ресторан, пікнікові поля);

3) **Традиційний агротуризм** (спостереження за процесом виробництва, участь у процесі виробництва, піші і об'їздові дидактичні стежки, господарське ЗОО (зоопарк), сафари);

4) **Безпосередній продаж** (безпосередній продаж продуктів з господарства, продаж типу "збери сам", магазини в господарствах або при закладах);

5) **Відпочинок у сільській місцевості** (відпочинок у відпустці, відпочинок на вихідні, перебування на свята);

6) **Активний туризм і агроспорт** (прогулянки, походи, їзда на велосипеді, верхова їзда, водні подорожі, види спорту, які вимагають великої території, польові ігри нової генерації, мисливство, рибальство);

7) **Екскурсії і розваги** (відвідування парків і садів, виїзди і екскурсії у сільську місцевість, лабіринти з кукурудзи і сої, солом'яні конструкції);

8) **Оздоровча діяльність і агротерапія** (гіпотерапія, апітерапія, водні процедури, терапія з використанням специфічних рослин, специфічне харчування, мінісанаторії);

9) **Культурно-етнографічний** (історичні господарства - старі ферми, історичні села, музеї народного мистецтва і сільського побуту, родинні сільські урочистості і фестивалі, перебування у селі з певними фольклорними традиціями).

(agro-motels), agro-camping, self-service overnight stays, and specialized agro-hospitality;

2) **Nutrition and agro-gastronomy**: this includes home-cooked meals, dining rooms, catering establishments, restaurants, and picnic fields;

3) **Traditional agrotourism**: this includes observing the production process, participating in the production process, walking and touring educational trails, farm zoos, and safaris;

4) **Direct sales**: this includes direct sales of products from the farm, "pick-it-yourself" sales, and shops located on farms or within institutions;

5) **Countryside relaxation**: this includes vacations, weekend getaways, and holiday stays;

6) **Active tourism and agrosports**: this includes walking, hiking, cycling, horseback riding, water trips, sports that require a large area, new generation field games, hunting, and fishing;

7) **Excursions and entertainment**: this includes visits to parks and gardens, trips and excursions to the countryside, corn and soybean labyrinths, and straw structures;

8) **Health activities and agrototherapy**: this includes hypotherapy, apitherapy, water procedures, therapy using specific plants, specialized nutrition, and mini sanatoriums;

9) **Cultural and ethnographic**: this includes old farms, historic villages, museums of folk art and rural life, family village celebrations and festivals, and stays in villages with specific folklore traditions.

Так, необхідне впровадження від активних видів туризму до традиційних видів занять у сільській місцевості.

Therefore, it is essential to incorporate everything from active types of tourism to traditional occupations in rural areas.



Багаторівнева універсальна модель кластеру сільського туризму (за Ю. Зінько, 2018)

Multi-level universal model of the rural tourism cluster (according to Yu. Zinko, 2018)

Види та моделі кластерів сільського туризму в Україні. Кластер сільського туризму – це добровільне об’єднання розташованих по сусідству на території поселення або поблизу нього садиб, туристичних закладів (сільський музей, етношинок, винно-дегустаційний підвал, хата-крамничка етносувенірів тощо) та дрібних підприємців, майстрів та мисткинь, які взаємодоповнюють і посилюють конкурентні переваги один одного. А спільно – творять ексклюзивний турпродукт сільського туризму даної територіальної спільноти.

Types and models of rural tourism clusters in Ukraine. A rural tourism cluster is a voluntary amalgamation of estates, tourist amenities (such as village museums, ethnic taverns, wine-tasting cellars, ethnic souvenir shops, etc.), and small-scale entrepreneurs, artisans, and artists. These entities are typically located within or near a settlement, and their proximity allows them to complement and enhance each other’s competitive advantages. Collectively, they create a unique rural tourism product that is exclusive to their territorial community.

До кластерів сільського туризму можуть входити:

- установи харчування (кафе, ресторани, бари, таверни);
- власники транспортних засобів (традиційних і ретроваріантів);
- центри народних промислів і ремісничого виробництва;
- палаци культури, художні й етнофольклорні колективи;
- музеї;
- представницькі господарства;
- адміністрація заповідників і заказників і т.п.

**Основні типи кластерів сільського туризму в Україні.** На основі критеріїв, пов'язаних зі смарт-спеціалізацією кластерів і кластерних ініціатив виділяються такі їх типи:

• **Нічліжно-гастрономічний (садибний) кластер сільського туризму** базується на основі об'єднаної діяльності садиб та закладів нічліжно-гастрономічного типу. Основні послуги – це проживання, харчування, дозвілля.

• **Агротуристичний кластер сільського туризму**, що базується на основі сільськогосподарських підприємств (фермерські, домогосподарства), виробництво продукції яких пов'язане з різноманітними продуктами харчування (тваринництво, садівництво). У цих господарствах рекреаційно-туристичні послуги виступають як додаткові. Проекти кластерів тут зосереджені в основному на розвиток туристичної інфраструктури та обслуговування туристів.

• **Краєзнавчо-екскурсійний кластер сільського туризму**, який лише починає функціонувати в Україні, пов'язаний з пропозицією туристичного продукту на базі туристичних

**Rural tourism clusters may encompass a variety of entities, including:**

- Catering establishments such as cafes, restaurants, bars, and taverns;
- Vehicle owners, both of traditional and retro types;
- Centers dedicated to folk crafts and craft production;
- Cultural hubs like palaces of culture, art, and ethno-folk groups;
- Museums;
- Representative farms;
- Administration of nature reserves and sanctuaries, etc.

**The main types of rural tourism clusters in Ukraine.** Based on criteria related to the smart specialization of clusters and cluster initiatives, various types of rural tourism clusters are distinguished:

• **Overnight gastronomic (manor) cluster of rural tourism** is founded on the combined activities of manors and nocturnal-gastronomic establishments. The primary services offered by these clusters include accommodation, food, and leisure activities.

• **Agrotourism cluster of rural tourism** is based on agricultural enterprises, such as farms and households, which produce a variety of food products related to animal husbandry and horticulture. In these establishments, recreational and tourist services are supplementary to their primary agricultural activities. The focus of cluster projects in this category is primarily on the development of tourist infrastructure and services.

• **Local history-excursion cluster of rural tourism** is in its nascent stages in Ukraine, offering a tourist product that leverages the region's tourist attractions. It brings together historical sites,

атракцій регіону. Об'єднує історичні об'єкти, заклади культури, заклади розміщення, і репрезентує локальний продукт.

### **Перспективи сільського туризму в Україні. Рефлексії конференції про кластер:**

- недоопрацьована теорія і наукова база з пошуку моделей кластерної співпраці в рамках сільського туризму, де є базові підприємства, навколо яких об'єднуються, підприємства-партнери, які супроводжують роботу базових, та ті, які час від часу підключаються до роботи кластеру;

- створення кластерів має тягити до туристичних шляхів, так можна розвинути глибшу взаємодію між учасниками маршруту. чим краще відпрацьована співпраця та чим довший шлях, тим більше перспектив залучення більшої кількості учасників, особливо садиб, та диверсифікувати послуги на туристичному шляху;

- прагнути розвинути кластерну співпрацю в сільському туризмі до співпраці на рівні агрокластеру;

- врахувати даний геополітичний момент, який змінив моделі співпраці та переорієнтував місію організації відпочинку на селі;

- створення організаційно-управлінської структури - формалізація співпраці між субєктами, з обраним лідером та системним менеджментом.

cultural institutions, and accommodation facilities to represent a local product.

### **Prospects of rural tourism in Ukraine. Reflections of the conference on the cluster:**

- the theoretical and scientific foundation for identifying models of cluster cooperation within the realm of rural tourism remains underdeveloped. These models typically involve core enterprises around which others unite, partner enterprises that support the core ones, and additional enterprises that intermittently engage with the cluster's operations;

- the establishment of clusters should be oriented towards tourist routes, as this approach fosters deeper interaction among route participants. The more developed the cooperation and the longer the route, the greater the potential to attract additional participants, particularly estates. This also allows for the diversification of services along the tourist route;

- aim to evolve cluster cooperation in rural tourism towards collaboration at the agrocluster level;

- consider this geopolitical shift, which has altered cooperation models and reoriented the mission of rural recreation organization;

- establishment of an organizational and management structure that would formalize cooperation among participants, under the guidance of an elected leader and systematic management.

## ЯК І КОМУ МОЖУТЬ ДОПОМОГТИ ДОНОРИ?

*Вахур Соосаар,*  
Посольство Естонії в Києві

Це питання популярне, але на нього дуже складно відповісти, оскільки однозначної відповіді на нього немає. По-перше, є різні донори. Наприклад, міжнародні організації та міжнародні фінансові агентства, а також країни, національні урядові установи чи установи та місцеві органи влади. Це означає, що іноді підхід є досить змішаним у тому, що питання про ресурси та фінанси визначаються на національному або міжнародному рівнях. Виконавчим органом може бути або місцевий уряд, або національна установа в країні.

Існують різні види підтримки, такі як кредити, пільгові кредити, гранти, навчання чи практичний обмін досвідом. Четверта відмінність – це серед пріоритетів, які, безумовно, можуть відрізнятися залежно від сфер, наприклад, політичних чи галузевих – тут ми можемо навести приклади, як-от підтримка малих і середніх підприємств – або географічних – наприклад, Естонія зосереджується на Житомирській області з точки зору реконструкції – і також фінансові обмеження, наприклад, певні донори можуть надати певну кількість ресурсів або грошей.

Деякі різні вимоги та правила можуть відрізнятися залежно від типу чи донора. Незважаючи на те, що умови та вимоги до допомоги можуть суттєво відрізнятися між установами та типами підтримки, все ж можуть існувати досить схожі базові

## HOW AND WHOM CAN DONORS ASSIST?

*Vahur Soosaar,*  
Estonian Embassy in Kyiv

This question is frequently asked yet challenging to answer due to its multifaceted nature. Firstly, donors can be diverse, ranging from international organizations and financial agencies to countries, national governmental agencies or institutions, and local authorities. This implies that the approach to resource allocation and financing can vary, with decisions being made at either the national or international level. The agency responsible for implementation can be a local government body or a national institution within the country.

Different types of support are available, including loans, preferential loans, grants, training, and practical exchange of experience. The fourth distinction lies in the priorities, which can vary across domains. For instance, these could be political or sectoral, such as supporting small and medium enterprises, or geographical, like Estonia's focus on the reconstruction of the Zhytomyr region. Additionally, financial restrictions may apply, with certain donors providing a specific number of resources or funds.

Requirements and rules can vary significantly depending on the type of support or the donor. While the conditions and prerequisites for assistance can differ greatly among institutions and types of support, there are often similar fundamental expectations for aid applicants. These include adherence to principles of democracy, rule of law, anti-corruption measures, transparency, and accountability.

очікування для заявників на допомогу. Це принципи демократії, верховенства права, боротьби з корупцією, прозорості та підзвітності.

Отже, як і кому можуть допомогти донори? Я хотів би зупинитися на досвіді Естонії і, зокрема, на Посольстві Естонії в Києві. Перший етап оцінювання заявок на отримання допомоги — це, вибачте, прямо й відверто, схожий на конкурс краси. Іншими словами, особи, які приймають рішення, бачать лише конкретну заявку, а оцінювачі мають прийняти рішення щодо якості цієї програми. Дуже важливо, наскільки грамотно написана заявка, і наскільки добре розроблена ідея претендента. Тому домашнє завдання заявника, який звертається за допомогою донорів, має вирішальне значення.

У цьому контексті важливо підкреслити такі ключові слова: *бачення, вплив і прозорість*.

*Починаючи з бачення.* Важливо, щоб мета заявника була дуже чітко та прямо написана. Претендент повинен добре продумати, як представити свої ідеї. Також передбачається представити результат запланованої діяльності заявника. Хорошим принципом або критерієм у цьому випадку є SMART:

- Специфічний;
- Вимірний;
- Досяжна;
- Релевантний;
- Прив'язаний до часу.

Також важливо, щоб усі дії були пов'язані із загальною метою апліканта, незалежно від того, чи буде це частина тривалої співпраці між кількома партнерами, чи це буде єдиний план апліканта. Безумовно, співпраця між різними заявниками може бути

So, how and whom can donors assist? I'd like to concentrate on Estonia's experience, specifically that of the Estonian Embassy in Kyiv. The initial phase of evaluating aid applications can be likened to a beauty contest, to put it bluntly. In essence, decision-makers only see the specific application, and evaluators must judge its quality. The clarity of the application and the development of the applicant's idea are of utmost importance. Therefore, the preparatory work of the applicant seeking donor assistance is of critical significance.

In this context, it's crucial to emphasize the following key terms: *vision, impact, and transparency*.

*Starting with the vision*, it is crucial for an applicant to articulate their purpose clearly and concisely. The applicant must thoroughly consider how to present their ideas. They are also expected to outline the anticipated outcomes of their planned activities. A useful principle or criterion in this case is the SMART framework:

- Specific;
- Measurable;
- Achievable;
- Relevant;
- Time-bound.

It is also important that all activities align with the applicant's overarching aim, regardless of whether they form part of a long-term collaboration between multiple partners or are part of the applicant's individual plan. Cooperation among different applicants can be particularly beneficial as it demonstrates a unified approach and can attest to the long-term prospects and sustainability of specific actions and activities. Furthermore, the applicant's purpose and activities must align with the objectives

набагато позитивнішою, оскільки це демонструє спільний підхід, а також може свідчити про довгострокову перспективу та сталість конкретних дій та заходів. Крім того, мета та діяльність заявника мають відповідати цілям і критеріям конкурсу конкретного донора.

Це означає, що коли звертатися до донорів і питати помічників, важливо дуже чітко розглядати звернення донорів, тому що якщо всі ці критерії є основою ваших дій, то це важливо і для них.

Заявник повинен обґрунтувати необхідність і потреби, чому він або вона звертається за допомогою донорів. Важливо вказати проблеми, які заявник прагне вирішити. Усі дії та дії заявника мають відповідати стратегіям та планам розвитку України.

**По-друге, вплив.** Це включає прямих і непрямих бенефіціарів планів заявників. І, звичайно, для тих, хто приймає рішення з боку донорів, добре мати більший охоплення та більшу кількість бенефіціарів, що, безперечно, свідчить про високу якість ваших планів. Крім того, дуже важливі ризики та заходи щодо зменшення ризиків – донори зацікавлені, щоб їхні гроші були витрачені ефективно, а не витрачені даремно. Як згадувалося раніше, стійкість також є ключовим словом. Це питання однорічних проєктів проти багаторічної діяльності.

**По-третє, прозорість.** Безумовно, важливо вказати загальну вартість заявки, необхідну підтримку, самофінансування та, якщо це можливо або застосовно, суму співфінансування. Було б добре мати самофінансування, хоча б певною мірою,

and criteria of the specific donor's call for applications.

This implies that when seeking assistance from donors, it is crucial to carefully consider the donor's call for applications. If these criteria form the basis of your actions, then they are also important to the donors.

The applicant must articulate the necessity and reasons for seeking assistance from donors. It is important to identify the problems that the applicant aims to address. All activities and actions of the applicant should align with Ukraine's strategies and development plans.

**Secondly, the impact.** This encompasses both the direct and indirect beneficiaries of the applicant's plans. For decision-makers on the donor side, it is beneficial to have a larger outreach and a greater number of beneficiaries, as this certainly indicates the high quality of your plans. Additionally, risk and risk mitigation measures are crucial – donors are interested in ensuring their funds are spent efficiently and not wasted. As previously mentioned, sustainability is a key factor. This raises the question of one-year projects versus multi-year activities.

**Thirdly, transparency.** It is indeed important to disclose the total cost of the application, the requested support, self-financing, and, if possible or applicable, the amount of co-financing. Having self-financing, even to a limited extent, can demonstrate the seriousness of the applicant's plans and *may enhance your credibility with the donor*. In the project budget, it is crucial to clearly illustrate how the planned funds will be used and strive to present a balanced and logical budget in your application for assistance. For instance, if personnel costs

щоб показати, що плани заявника серйозні і це *може децю підвищити вашу надійність для донора*. У бюджеті проекту важливо чітко показати, як використовувати заплановані кошти, і спробувати надати збалансований і логічний бюджет у вашій заявці на отримання допомоги. Наприклад, якщо витрати на персонал дуже великі порівняно з іншими витратами, це може вплинути на те, що особи, які приймають рішення, не підтримають ваші плани.

Під час діяльності та реалізації планів важливо дотримуватися бюджетної пропозиції. Рекомендується, якщо під час виконання бюджету виникають проблеми, негайно проконсультуватися з відповідним донором. Таким чином, ви можете заощадити багато свого часу, а також часу донорів. Ви можете вирішити проблеми набагато легше, поінформувавши донора про можливі проблеми, а не намагаючись зберігати інформацію лише в собі. Донорів дуже цікавить ефективне управління фінансами та процесами, а також те, як відбуватиметься нагляд за запланованою діяльністю та партнерами.

Отже, на завершення може здатися, що процес подання заявки на донорську допомогу є досить складним і нелегким завданням, але це активний спосіб знайти інформацію про різні можливості, починаючи від місцевих органів влади чи установ, що займаються розвитком та міжнародним співробітництвом. . Потім дайте донорам якомога повніше уявлення про свої плани та діяльність, враховуючи ключові слова сьогодні: бачення, вплив і прозорість. Це означає, що якщо ви добре і ретельно спланували

are significantly larger compared to other costs, it may influence decision-makers to not support your plans.

During the implementation of the activities and plans, adhering to the proposed budget is crucial. If any issues arise during the budget implementation, it is recommended to immediately consult with the respective donor. This approach not only saves time for both you and the donor but also facilitates easier problem-solving by keeping the donor informed about potential issues rather than withholding information. Donors are highly interested in efficient financial and process management, as well as how the supervision of planned activities and partners will be conducted.

In conclusion, while the process of applying for donor assistance may seem complex and challenging, it is an active method of discovering various opportunities, starting from local authorities to institutions involved in development and international cooperation. It's crucial to provide as comprehensive a picture as possible of your plans and activities to donors, keeping in mind the key concepts of today: vision, impact, and transparency. This means that if your activities are well-planned and thoroughly considered, it will be easier for both you and the donors to facilitate support. The third suggestion is to cooperate with others wherever possible. Although this can be challenging due to potential competition, such cooperation demonstrates your readiness to collaboratively solve problems, which is a positive signal for any donor considering aiding.

діяльність, то вам легше, а також донорам вас підтримати. Третя порада полягає в тому, щоб, коли це можливо, намагатися співпрацювати з іншими. Іноді це може бути досить складно, тому що ви можете бути конкурентами, але все ж ця співпраця свідчить про те, що ви готові вирішувати проблеми разом, і це також хороший знак для будь-якого донора, щоб допомогти вам.

<b>ЗМІСТ</b>		<b>CONTENTS</b>	
<b>ВСТУП</b>	<b>4</b>	<b>INTRODUCTION</b>	<b>4</b>
<b>Розділ I. Кластерна взаємодія</b>	<b>6</b>	<b>Chapter I. Cluster Interaction</b>	<b>6</b>
1.1. Оцінка туристичного потенціалу бізнесу та розвитку туризму	<b>6</b>	1.1. Assessment of the Tourist Potential for Business and Tourism Development	<b>6</b>
1.2. Наявне співробітництво та його відповідність поняттю «кластер»	<b>7</b>	1.2. Existing Cooperation and Its Compliance with the “Cluster” Concept	<b>7</b>
1.3. Період роботи учасників в кластерних структурах	<b>9</b>	1.3. Duration of Participant Involvement in Cluster Structures	<b>9</b>
1.4. Основні напрями співробітництва в рамках туристичного кластеру	<b>10</b>	1.4. Primary Areas of Cooperation within the Tourism Cluster	<b>10</b>
1.5. Найбільші проблеми в розвитку кластеру	<b>13</b>	1.5. Major Challenges in Cluster Development	<b>13</b>
1.6. Керівництво і координація кластеру	<b>15</b>	1.6. Management and Coordination of the Cluster	<b>15</b>
1.7. Участь місцевих органів влади у кластері	<b>18</b>	1.7. Involvement of Local Authorities in the Cluster	<b>18</b>
1.8. Просування і реклама кластеру	<b>20</b>	1.8. Promotion and Advertising of the Cluster	<b>20</b>
1.9. Роль кластеру у привабленні туристів	<b>22</b>	1.9. The Role of the Cluster in Attracting Tourists	<b>22</b>
<b>Вплив війни на діяльність кластерів</b>	<b>24</b>	<b>The Influence of War on the Activity of Clusters</b>	<b>24</b>
<b>Розділ II. Переваги спільної роботи кластера для учасників кластеру</b>	<b>28</b>	<b>Chapter II. Benefits of Cluster Collaboration for Cluster Participants</b>	<b>28</b>
2.1. Щодо вигідності бізнесу співробітництво з іншими учасниками	<b>28</b>	2.1. On the Profitability of Business Cooperation with Other Participants	<b>28</b>
2.2. Кластерне співробітництво як спосіб скорочення експлуатаційних витрат бізнесу	<b>30</b>	2.2. Cluster Cooperation as a Means to Reduce Business Operating Costs	<b>30</b>
2.3. Кластерне співробітництво для покращення доступу до ресурсів	<b>32</b>	2.3. Cluster Cooperation to Improve Access to Resources	<b>32</b>
		2.4. Cluster Cooperation to Gain Advantage in Marketing and Advertising	<b>34</b>

2.4. Кластерне співробітництво для здобуття переваги в маркетингу та рекламі	34		
<b>Розділ III. Роль туризму в регіональному розвитку</b>	<b>37</b>	<b>Chapter III. The Role of Tourism in Regional Development</b>	<b>37</b>
3.1. Оцінка ролі туризму в регіональному розвитку	37	3.1. Assessment of the Role of Tourism in Regional Development	37
3.2. Розвиток відстаючих регіонів через туризм	39	3.2. Development of Lagging Regions through Tourism	39
3.3. Туризм як допомога у створенні нових робочих місць	40	3.3. Tourism as an Aid in Creating New Jobs	40
3.4. Туризм у сприянні розвитку інших галузей	43	3.4. The Role of Tourism in Promoting the Development of Other Industries	43
<b>Розділ IV. Переваги кластерного співробітництва для розвитку туристичної дестинації</b>	<b>46</b>	<b>Chapter IV. Advantages of Cluster Cooperation for the Development of a Tourist Destination</b>	<b>46</b>
4.1. Вплив діяльності різних суб'єктів туризму на розвиток дестинації	46	4.1. The Impact of the Activities of Various Tourism Entities on the Development of the Destination	46
4.2. Проблеми розвитку дестинації і кластеру	48	4.2. Challenges in Destination and Cluster Development	48
4.3. Необхідні аспекти співробітництва для сприяння розвитку дестинацій	50	4.3. Essential Aspects of Cooperation to Promote Destination Development	50
<b>Розділ V. Рекомендації за результатами дослідження</b>	<b>53</b>	<b>Chapter V. Recommendations Based on Research Results</b>	<b>53</b>
<b>Розділ VI. Як зробити кластер сільського туризму економічно вигідним: досвід учасників круглого столу</b>	<b>60</b>	<b>Chapter VI. Making a Rural Tourism Cluster Economically Beneficial: Case Studies from Round Table Participants</b>	<b>60</b>
Якість як ключовий фактор ефективної кластерної співпраці (Лі СІЛАК)	60	Quality as a Key Factor of Effective Cluster Cooperation (Ly SIIŁAK)	60

Роль національного парку у розвитку кластеру сільського туризму (Василь ПРИНДАК)	<b>72</b>	The Role of the National Park in Rural Tourism Cluster Development (Vasyl PRYNDAK)	<b>72</b>
Роль місцевого самоврядування у розвитку кластеру сільського туризму (Надія САВЧУК)	<b>76</b>	The Role of Local Government in the Development of the Rural Tourism Cluster (Nadiia SAVCHUK)	<b>76</b>
Роль інтерпретації спадщини у розвитку сільського туризму (Інна ВЕЛИЧКО)	<b>81</b>	The Role of Cultural Heritage Interpretation in Rural Tourism Development (Inna VELYCHKO)	<b>81</b>
Соціальні медіа в рекламі сільського туризму (Сергій ТОЛСТИХІН)	<b>86</b>	The Use of Social Media in Rural Tourism Advertising (Serhii TOLSTIKHIN)	<b>86</b>
Популярні товари часів війни біля фронту (Євгенія МОЛЧАНОВА)	<b>90</b>	Popular Wartime Products Near the Frontline (Yevheniia MOLCHANOVA)	<b>90</b>
Взаємодія обласного комунального закладу «Харківський організаційно-методичний центр туризму» з громадами у воєнний час та перспективи на майбутнє (Валентина ХОЛОДОК)	<b>94</b>	Interaction of the Regional Communal Establishment “Kharkiv Organizational and Methodological Center of Tourism” with Communities in Wartime and Future Prospects (Valentyna KHOLODOK)	<b>94</b>
«Дороги вина та смаку України» як інструмент розвитку туристичних кластерів на сільській території (Олена МОТУЗЕНКО)	<b>113</b>	“Wine and Taste Routes of Ukraine” as a Tool for the Development of Tourism Clusters in Rural Areas (Olena MOTUZENKO)	<b>113</b>
Геополітика та розвиток кластеру сільського туризму. Гнучкі функції туристичних підприємців на лінії фронту (Інеса НОСЕНКО)	<b>119</b>	Geopolitics and Rural Tourism Cluster Development: Flexible Functions of Tourism Entrepreneurs Near the Frontline (Inesa NOSENKO)	<b>119</b>

Туристична DESTИНАЦІЯ Соо- маа – співпраця в кластерах. Приклад успіху «Центру від- починку та семінарів в Кла- ара-Манні» ( <i>Katrin RUUMET</i> )	<b>124</b>	Soomaa Tourist Destination – Cooperation in Clusters: A Suc- cessful Example from the “Klaara-Manni Holiday & Semi- nar Center” ( <i>Katrin RUUMET</i> )	<b>124</b>
Враження українських експер- тів від візиту до естонських кластерів сільського туризму ( <i>Інна ВЕЛИЧКО</i> )	<b>130</b>	Impressions from the Visit of Ukrainian Experts to Estonian Rural Tourism Clusters ( <i>Inna VELYCHKO</i> )	<b>130</b>
Перспективи сільського тури- зму в Україні. Рефлексії кон- ференції ( <i>Юрій ЗІНЬКО</i> )	<b>139</b>	Perspectives on Rural Tourism in Ukraine: Reflections from the Conference ( <i>Yurii ZINKO</i> )	<b>139</b>
Як і кому можуть допомогти донори? ( <i>Вахур СООСААР</i> )	<b>147</b>	How and Who Can Donors Help? ( <i>Vahur SOOSAAR</i> )	<b>147</b>

Наукове видання

Mart REIMANN  
Yurii ZINKO  
Sergii ZAPOTOTSKYI  
Nataliia DOVHAN  
Iryna OKOLOVYCH  
Anu PRINTSMANN

## **Clustering of rural tourism in Ukraine: monograph**

Март РЕЙМАНН  
Юрій ЗІНЬКО  
Сергій ЗАПОТОЦЬКИЙ  
Наталія ДОВГАНЬ  
Ірина ОКОЛОВИЧ  
Ану ПРИНТСМАНН

## **Кластеризація українського сільського туризму: монографія**

Підписано до друку 20.12.2023. Формат 60x84/8 Папір офс.  
Гарнітура Times New Roman. Друк офсетний. Ум. – друк. арк.9,11.  
Обл.- вид. арк. 9,2 Наклад 500 примірників. Замовлення № 01-0075.

Видавець ФОП Ямчинський О.В.  
03150, Київ, вул. Васильківська, 32  
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру  
суб'єкта видавничої справи ДК № 6554 від 26.12.2018 р.

Надруковано: ПП «Дірект Лайн».  
м. Київ, вул. Васильківська 32  
т.: +38 (066) 666 82 08  
e-mail: office@directline.com.ua