

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-86-127>

УДК 338.48:332.1:334.7

КООПЕРАЦІЯ СУБ'ЄКТІВ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

COOPERATION OF RURAL TOURISM STAKEHOLDERS AS A FOUNDATION FOR THE DEVELOPMENT OF TOURIST DESTINATIONS

Ярмоменко Сергій Григоровичкандидат географічних наук, доцент,
Одеський національний технологічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3750-825X>**Шикіна Ольга Володимирівна**кандидат економічних наук, доцент,
Одеський національний економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5294-3367>**Iaromenko Sergii**

Odesa National University of Technology

Shykina Olga

Odesa National Economic University

У статті досліджено теоретико-методичні засади кооперації суб'єктів сільського туризму в контексті формування туристичних дестинацій. Обґрунтовано роль кооперації як системоутворюючого чинника інтеграції ресурсів і створення комплексного туристичного продукту. На основі аналізу динаміки розвитку агротуристичного сектору Польщі виявлено структурну трансформацію галузі, що проявляється у зростанні ролі цілорічних об'єктів, концентрації ресурсів та інтенсифікації діяльності. Встановлено, що в Україні переважають локально-мережеві та продуктові моделі кооперації за недостатнього розвитку кластерних і координаційних форм. Запропоновано інтеграційно-координаційну модель кооперації. Вона базується на трирівневій системі взаємодії, що включає локальний, інтеграційний та координаційний рівні. Модель передбачає поєднання горизонтальних і вертикальних зв'язків між суб'єктами для забезпечення цілісності туристичного продукту. Її впровадження сприяє підвищенню ефективності управління дестинаціями та сталому розвитку сільських територій.

Ключові слова: сільський туризм, кооперація, туристична дестинація, інтеграція, кластер, сталий розвиток.

The article examines the theoretical and methodological foundations of cooperation among rural tourism stakeholders in the context of tourist destination development. The study substantiates the role of cooperation as a system-forming factor that ensures the integration of resources and the creation of a comprehensive tourism product with high added value. It demonstrates that coordinated interaction among stakeholders enables the consolidation of fragmented services into a coherent and market-oriented offer. Such integration enhances the quality and diversity of the tourism experience, while also strengthening the competitive position of destinations in both domestic and international markets. Based on the analysis of the dynamics of the agritourism sector in Poland, structural transformations have been identified, manifested in the increasing importance of year-round facilities, resource concentration, and the intensification of activities. It is determined that year-round entities form the core of cooperation processes by stabilizing tourist flows and integrating related economic activities. The study also reveals territorial concentration trends that create preconditions for the development of cluster-based and network forms of cooperation. It is established that in Ukraine cooperation remains at an early stage of development and is characterized by the dominance of local network and product-based models, while cluster and coordination mechanisms are insufficiently developed. This leads to fragmented tourism products and limited scalability of successful practices. The paper proposes an integration and coordination model of cooperation based on a three-level interaction system that includes local actors, cluster and network associations, and destination management organizations. The proposed model emphasizes the combination of horizontal and vertical linkages as a basis for sustainable development of rural tourism destinations. It is structured around three interconnected levels, including local actors, integration



mechanisms, and coordination institutions. This approach enables the alignment of stakeholder interests and the efficient use of available resources within the destination. Its implementation contributes to improved governance, enhanced competitiveness, and long-term resilience of rural tourism systems.

Keywords: rural tourism, cooperation, tourist destination, integration, cluster, sustainable development.

Постановка проблеми. У сучасних умовах трансформації економіки та посилення ролі внутрішнього туризму особливої актуальності набуває розвиток сільського туризму як інструменту активізації соціально-економічних процесів у регіонах. Сільський туризм сприяє створенню додаткових джерел доходу, збереженню культурної спадщини та підвищенню рівня зайнятості населення, що підтверджується сучасними дослідженнями.

Водночас розвиток цієї сфери характеризується фрагментарністю діяльності суб'єктів, відсутністю системної взаємодії та недостатнім рівнем координації. Це зумовлює необхідність дослідження кооперації як базового механізму формування ефективних туристичних дестинацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Аналіз сучасних досліджень сільського туризму свідчить, що однією з ключових проблем його розвитку в Україні залишається фрагментарність діяльності локальних суб'єктів. С.О. Махія, досліджуючи сільський туризм як фактор соціально-економічного розвитку сільських територій, акцентує увагу на високому рівні неформалізованої діяльності агросадіб, відсутності повноцінного статистичного обліку та потребі переходу від роз'єднаних садіб до територіальних кластерів. У цьому контексті кооперація виступає не лише організаційним механізмом взаємодії, а й способом легітимації, стандартизації та маркетингового просування сільського туристичного продукту [1].

Дисертаційне дослідження І.І. Околович поглиблює цей підхід через призму кластеризації сільського туризму. Авторка доводить, що кластерна модель дозволяє поєднати туристичні підприємства, агровиробників, заклади розміщення, харчування, ремісників, громадські організації, органи місцевого самоврядування та освітньо-науковий сектор у межах спільного туристичного продукту [2]. Такий підхід є особливо важливим для туристичних дестинацій сільського типу, де окремий суб'єкт здебільшого не здатний самостійно сформувати достатньо привабливу й конкурентоспроможну пропозицію, тоді як мережа взаємопов'язаних учасників створює комплексний досвід перебування туриста.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є обґрунтування ролі кооперації суб'єктів сільського туризму як основи формування та розвитку туристичних дестинацій і визначення ефективних моделей такої взаємодії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасне розуміння туристичної дестинації трансформувалося від просторового поняття до складної соціально-економічної системи, що об'єднує ресурси, інфраструктуру, суб'єкти господарювання та управлінські механізми. У цьому контексті кооперація виступає ключовим фактором забезпечення цілісності та ефективності функціонування дестинації.

Сільський туризм, як специфічна форма туристичної діяльності, базується на використанні природного, культурного та соціального потенціалу сільських територій. Його розвиток сприяє диверсифікації економіки, зниженню рівня міграції населення та підвищенню якості життя місцевих громад. Водночас характерною особливістю цієї сфери є високий рівень залежності від спільного використання ресурсів, що обумовлює необхідність координації діяльності суб'єктів.

Кооперація у сфері сільського туризму може розглядатися як процес формування стійких горизонтальних і вертикальних зв'язків між суб'єктами господарювання з метою створення комплексного туристичного продукту. До таких суб'єктів належать власники садіб, фермерські господарства, підприємства харчування, транспортні компанії, органи місцевого самоврядування та туристичні агенції.

Особливого значення набувають мережеві форми кооперації, які дозволяють об'єднати ресурси та забезпечити синергетичний ефект. У цьому контексті ефективною є модель туристичних кластерів, що передбачає концентрацію взаємопов'язаних підприємств і організацій на певній території. Кластеризація сприяє підвищенню інноваційності, якості послуг та конкурентоспроможності дестинацій.

Важливою формою кооперації є створення організацій управління дестинаціями (DMO), які забезпечують координацію діяльності всіх учасників туристичного ринку, формують маркетингову стратегію та сприяють просуванню

туристичного продукту. Такі структури дозволяють перейти від розрізненого функціонування суб'єктів до системного управління розвитком території.

З метою поглиблення теоретичних положень доцільним є звернення до емпіричного досвіду країн ЄС, зокрема Польщі, яка має подібні стартові умови розвитку сільського туризму. Коопераційні моделі розвитку туристичних дестинацій найбільш ефективно реалізуються в країнах Європейського Союзу, де вони інтегровані у систему регіональної економічної політики. Як свідчить аналіз дисертаційного дослідження І.І. Околович, кластерний підхід у сфері сільського туризму є поширеним у таких країнах, як Італія, Франція, Німеччина, Норвегія, Ірландія, а також у державах Центрально-Східної Європи, що мають близькі до України стартові умови розвитку [2]. Особливістю європейської моделі є інституціоналізація кооперації, яка забезпечується через державні та регіональні програми підтримки кластерів, фінансування інноваційних проєктів та формування спеціалізованих органів управління кластерними структурами.

Особливо показовим для України є досвід Польщі, де кластеризація сільського туризму набула системного характеру та перебуває на стадії активного розвитку. Польські туристичні кластери формуються у різних організаційно-правових формах – від асоціацій і фондів до консорціумів і кооперативів – що забезпечує гнучкість механізмів взаємодії між учасни-

ками. Їхньою ключовою характеристикою є наявність координатора, який виконує функцію інтегратора інтересів бізнесу, місцевих громад, органів влади та освітньо-наукового сектору. При цьому ініціатива створення кластерів може виходити як «зверху» (від державних чи наукових інституцій), так і «знизу» – від локального бізнесу, що формує більш стійкі моделі кооперації.

Аналіз динаміки розвитку агротуристичного сектору Польщі у 2015-2024 рр. свідчить про наявність структурних трансформацій, які мають безпосереднє значення для формування коопераційних моделей у сільському туризмі (див. Табл. 1). Насамперед, слід відзначити, що загальна кількість агротуристичних об'єктів за досліджуваний період залишалася відносно стабільною, демонструючи незначне зростання на рівні 1,35 %. Така динаміка свідчить про насичення ринку та обмеженість екстенсивної моделі розвитку, за якої розширення відбувається переважно через збільшення кількості суб'єктів.

Водночас внутрішня структура пропозиції зазнала суттєвих змін (див. Табл. 2). Кількість цілорічних об'єктів зросла на 18,87 %, тоді як сезонні об'єкти скоротилися на 15,19 %. Така трансформація є індикатором переходу від фрагментованого, сезонно орієнтованого ринку до більш стабільної та професіоналізованої моделі функціонування. З економічної точки зору це означає підвищення рівня капіталізації суб'єктів та їх здатності забезпечу-

Таблиця 1

Динаміка кількості гостьових кімнат та агротуристичних садиб Польщі

Рік	Загальна кількість об'єктів	З них цілорічні об'єкти	Сезонного характеру	Ланцюговий індекс (до попереднього року)	
				Цілорічні об'єкти	Сезонного характеру
2015	2586	1256	1330	1,00	1,00
2016	2680	1304	1376	1,04	1,03
2017	2676	1312	1364	1,01	0,99
2018	2875	1490	1385	1,14	1,02
2019	2961	1543	1418	1,04	1,02
2020	2614	1392	1222	0,90	0,86
2021	2459	1317	1142	0,95	0,93
2022	2361	1246	1115	0,95	0,98
2023	2377	1289	1088	1,03	0,98
2024	2621	1493	1128	1,16	1,04
Тпр ₂₀₁₅₋₂₀₂₄	1,35	18,87	-15,19	-	-

Джерело: сформовано авторами на основі [3]

вати безперервний туристичний продукт, що є критично важливим для розвитку кооперації. Саме цілорічні об'єкти виступають ядром кластеризації, оскільки вони здатні формувати сталі туристичні потоки та інтегрувати навколо себе інші елементи дестинації.

Аналіз місткості агротуристичних об'єктів підтверджує інтенсивний характер розвитку галузі. Загальна кількість місць розміщення зросла на 21,16 %, при цьому приріст у сегменті цілорічного розміщення досяг 38,84 %, тоді як сезонний сегмент продемонстрував лише 4,07 %. Така диспропорція вказує на перерозподіл інвестиційних потоків на користь більш стійких форматів функціонування. Водночас вона відображає зміну попиту, який дедалі більше орієнтується на доступність послуг протягом усього року. У контексті кооперації це означає, що саме цілорічні суб'єкти стають інтеграторами туристичних ланцюгів, формуючи попит на супутні послуги – гастрономічні, екскурсійні, рекреаційні, транспортні.

Особливого значення набуває аналіз середньої місткості об'єктів, яка зросла на 19,54 % у цілому, досягнувши 24,9 місця у 2024 році (див. Табл. 3). Зростання середньої місткості свідчить про укрупнення бізнесу та перехід від індивідуальних господарств до більш масштабних форм організації діяльності. Це є прямим наслідком коопераційних процесів, навіть якщо вони не завжди формалізовані. Водночас спостерігається цікава

структурна асиметрія: середня місткість сезонних об'єктів зростає швидше (+22,7 %), ніж цілорічних. Це може свідчити про те, що сезонні об'єкти намагаються компенсувати нестабільність попиту за рахунок масштабування, тоді як цілорічні орієнтуються на підвищення якості та диверсифікацію послуг. Така тенденція підкреслює різні стратегії адаптації суб'єктів до ринкових умов.

Додатковим підтвердженням концентраційних процесів є регіональний аналіз (див. Табл. 4). У 2024 році понад 53 % агротуристичних об'єктів зосереджено лише у трьох воєводствах – Поморському, Західнопоморському та Малопольському. Ще більш показовим є розподіл місткості: на Західнопоморське припадає 22,7 % усіх місць розміщення, що перевищує його частку за кількістю об'єктів. Це свідчить про наявність ефекту масштабу та більш високий рівень розвитку інфраструктури. Таким чином, формуються ядра туристичних дестинацій, де концентрація ресурсів створює передумови для ефективної кооперації між суб'єктами.

Натомість регіони з нижчим рівнем концентрації характеризуються більш фрагментованою структурою ринку, що ускладнює формування сталих коопераційних зв'язків. Частка «інших воєводств» становить 10,3 % за кількістю об'єктів, але лише 11,9 % за місткістю, що вказує на переважання дрібних господарств із обмеженим потенціалом масштабування. У таких умовах кооперація виступає

Таблиця 2

Динаміка місткості гостьових кімнат та агротуристичних садиб Польщі

Рік	Загальна кількість місць розміщення	З них цілорічні місця розміщення	Сезонного характеру	Ланцюговий індекс (до попереднього року)	
				Цілорічні об'єкти	Сезонного характеру
2015	53797	26442	27355	1,00	1,00
2016	56841	28179	28662	1,07	1,05
2017	58930	29145	29785	1,03	1,04
2018	64091	33265	30826	1,14	1,03
2019	67816	35508	32308	1,07	1,05
2020	61252	32292	28960	0,91	0,90
2021	57975	31061	26914	0,96	0,93
2022	55343	29206	26137	0,94	0,97
2023	56391	30141	26250	1,03	1,00
2024	65180	36713	28467	1,22	1,08
Тпр ₂₀₁₅₋₂₀₂₄	21,16	38,84	4,07	-	-

Джерело: сформовано авторами на основі [3]

Таблиця 3

Динаміка середньої місткості гостьових кімнат та агротуристичних садиб Польщі

Рік	Середня місткість одного об'єкта, місць	З них цілорічні об'єкти	Сезонного характеру	Ланцюговий індекс (до попереднього року)	
				Цілорічні об'єкти	Сезонного характеру
2015	20,8	21,1	20,6		
2016	21,2	21,6	20,8	1,00	1,00
2017	22,0	22,2	21,8	1,03	1,05
2018	22,3	22,3	22,3	1,00	1,02
2019	22,9	23,0	22,8	1,03	1,02
2020	23,4	23,2	23,7	1,01	1,04
2021	23,6	23,6	23,6	1,02	1,00
2022	23,4	23,4	23,4	0,99	0,99
2023	23,7	23,4	24,1	1,00	1,03
2024	24,9	24,6	25,2	1,05	1,05
Тпр ₂₀₁₅₋₂₀₂₄	19,54	16,80	22,70	-	-

Джерело: сформовано авторами на основі [3]

Таблиця 4

Концентрація агротуристичних об'єктів та місць розміщення за воєводствами Польщі у 2024 році

Воєводство	Кількість об'єктів	Частка об'єктів, %	Кількість місць	Частка місць, %	Середня місткість об'єкта
Поморське	510	19,5	12205	18,7	23,93
Західнопоморське	468	17,9	14770	22,7	31,56
Малопольське	409	15,6	11982	18,4	29,30
Нижньосілезьке	252	9,6	5659	8,7	22,46
Підкарпатське	166	6,3	3137	4,8	18,90
Люблінське	126	4,8	2488	3,8	19,75
Вармінсько-Мазурське	115	4,4	2600	4,0	22,61
Великопольське	110	4,2	2400	3,7	21,82
Мазовецьке	105	4,0	2200	3,4	20,95
Підляське	90	3,4	2000	3,1	22,22
Інші воєводства	270	10,3	5739	8,8	21,26
Разом	2621	100,0	65180	100,0	24,87

Джерело: сформовано авторами на основі [3]

не лише фактором розвитку, а й необхідною умовою виживання.

Важливо також враховувати вплив кризових факторів, зокрема пандемії COVID-19, яка призвела до різкого скорочення як кількості об'єктів, так і місткості у 2020-2022 рр. Проте вже у 2023-2024 рр. спостерігається відновлення, причому більш інтенсивне саме у сегменті цілорічних об'єктів. Це свідчить

про їх вищу стійкість до зовнішніх шоків, що додатково підсилює їх роль у коопераційних структурах.

Змістовно польські кластери орієнтовані на формування комплексного туристичного продукту, що поєднує агротуризм, гастрономію, ремесла та культурну спадщину. Зокрема, прикладами є Бещадський транскордонний туристичний кластер, що забезпечує комплекс-

сне обслуговування туристів у гірських територіях, агротуристичні кластери Підляського воєводства, а також гастрономічні маршрути на кшталт «Підкарпатський Смак», які інтегрують локальних виробників у єдину систему просування регіонального продукту. Важливим напрямом розвитку є також формування тематичних сіл як осередків спеціалізованого туристичного досвіду, що підсилює територіальну ідентичність і диференціацію туристичних пропозицій.

Польський досвід демонструє, що ефективність кластерів визначається не лише кількістю учасників, а рівнем їх інтеграції, наявністю спільного бренду, маркетингової стратегії та інституційної підтримки. Водночас серед проблем відзначається формальність окремих кластерів, створених адміністративним шляхом, а також недостатня залученість освітніх і наукових установ, що знижує інноваційний потенціал таких об'єднань.

У контексті порівняння з європейськими моделями, розвиток сільського туризму в Україні характеризується не лише меншою інституціоналізованістю, але й відмінною структурою коопераційних зв'язків [4]. Якщо у країнах ЄС кооперація набуває формалізованих ознак через кластерні об'єднання та організації управління дестинаціями, то в Україні вона здебільшого має неформальний або напівформалізований характер, базуючись на локальних ініціативах та ситуативних партнерствах (див. рис. 1).

Аналіз існуючих практик дозволяє виокремити декілька моделей кооперації, що фор-

муються у сфері сільського туризму України. Найбільш поширеною є локально-мережева модель, у межах якої суб'єкти туристичної діяльності взаємодіють на рівні територіальної близькості, об'єднуючи ресурси для формування базових туристичних послуг. Така взаємодія, як правило, не супроводжується створенням формалізованих структур управління, що обмежує можливості масштабування та довгострокового стратегічного розвитку [6].

Більш складною є інтегрована продуктова модель кооперації, яка передбачає об'єднання різних видів економічної діяльності – аграрного виробництва, гастрономії, ремесел і туристичних послуг – у межах єдиного туристичного продукту. Саме ця модель реалізується у проекті «Дорога вина та смаку Української Бессарабії» [7], де кооперація виходить за межі простого співіснування суб'єктів і трансформується у систему створення доданої вартості через комплексний туристичний досвід. У цьому випадку ключову роль відіграє не лише наявність ресурсів, а й їх інтеграція в логічно пов'язаний маршрут, що підвищує привабливість дестинації та стимулює збільшення тривалості перебування туристів [8].

Окремої уваги заслуговує кластерна модель, яка, хоча й перебуває на початковому етапі розвитку в Україні, демонструє високий потенціал. Прикладом є агро-еколого-рекреаційний кластер «Фрумушка Нова», функціонування якого базується на поєднанні послуг розміщення, харчування, дозвілля та реаліза-

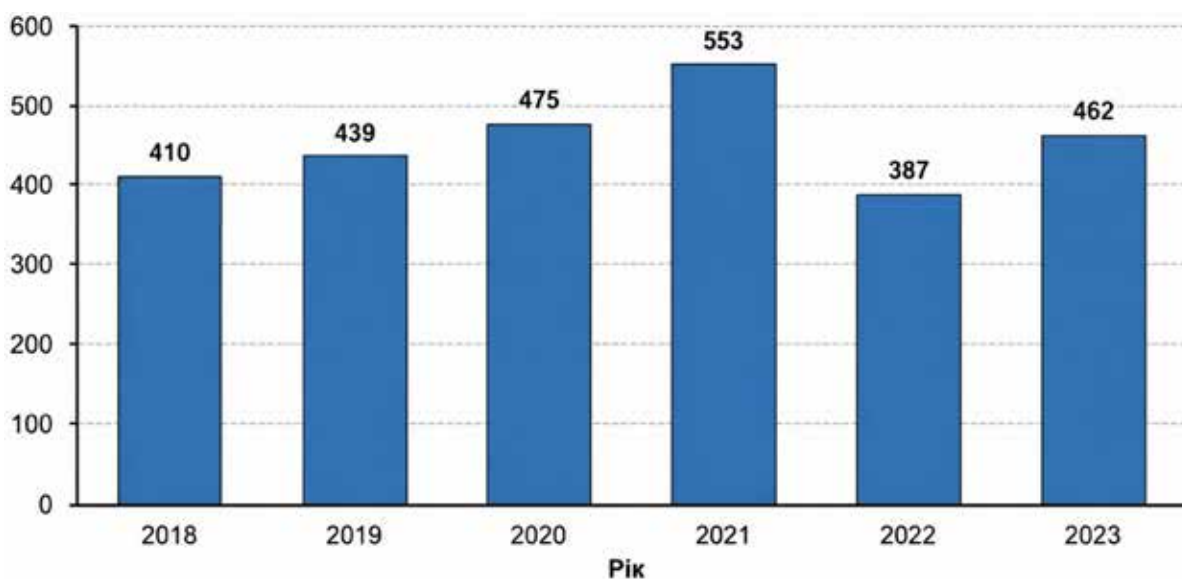


Рис. 1. Динаміка зареєстрованих сільських садиб в Україні, 2018-2023 рр.

Джерело: сформовано авторами на основі [5]

ції локальної продукції [9]. Водночас, на відміну від європейських аналогів, цей кластер не має повноцінної інституційної надбудови у вигляді спеціалізованої організації управління, що обмежує його інтеграцію у ширші туристичні мережі та знижує ефективність координації.

Суттєвим обмеженням розвитку кооперації в Україні є також недостатній рівень вертикальної інтеграції між суб'єктами різних секторів. У більшості випадків взаємодія обмежується горизонтальними зв'язками між суб'єктами одного рівня, тоді як участь органів місцевого самоврядування, освітніх установ та інституцій підтримки носить епізодичний характер. Це призводить до відсутності системного підходу до управління туристичними дестинаціями та знижує ефективність використання наявного ресурсного потенціалу.

Разом із тим, аналіз локальних кейсів свідчить про поступове формування передумов для переходу до більш інтегрованих моделей кооперації. Зокрема, досвід Біляївської територіальної громади демонструє, що за умови визначення туризму як стратегічного напрямку розвитку та активної ролі органів місцевого

самоврядування можливе формування елементів координаційної моделі управління дестинацією. У такому випадку орган місцевої влади виступає не лише регулятором, а й фасилітатором взаємодії між бізнесом, громадою та іншими стейкхолдерами [10].

Таким чином, на відміну від польської моделі, де кооперація має системний і інституціоналізований характер, в Україні вона перебуває на стадії становлення, поєднуючи елементи неформальних мереж, продукто-вих об'єднань та окремих кластерних ініціатив. Це зумовлює необхідність формування цілісної моделі кооперації, яка б передбачала поєднання горизонтальних і вертикальних зв'язків, створення координаційних центрів управління дестинаціями та активізацію ролі місцевих громад у процесах розвитку сільського туризму.

Запропоновано концептуальну модель кооперації суб'єктів сільського туризму, що базується на трирівневій структурі взаємодії та відображає логіку формування інтегрованого туристичного продукту в межах дестинації (див. рис. 2). На базовому рівні кооперації функціонують локальні виробники та надавачі



Рис. 2. Інтеграційно-координаційна модель кооперації сільського туризму

Джерело: сформовано авторами

послуг (власники агросадіб, фермерські господарства, ремісники, заклади харчування), які формують первинну туристичну пропозицію. Інтеграційний рівень представлений кластерними та мережевими об'єднаннями, що забезпечують координацію ресурсів, формування спільного продукту та підвищення ефективності маркетингової діяльності. Координаційний рівень передбачає функціонування організацій управління дестинаціями (DMO) або інших інституцій, які здійснюють стратегічне планування, брендинг території, управління туристичними потоками та взаємодію між бізнесом, владою і громадою.

На відміну від існуючих підходів, запропонована модель акцентує на необхідності поєднання горизонтальних і вертикальних зв'язків між суб'єктами, що дозволяє забезпечити не лише інтеграцію туристичних послуг, але й формування стійких соціально-економічних ефектів розвитку територій.

Висновки. У результаті дослідження встановлено, що кооперація суб'єктів сільського туризму виступає системоутворюючим чинником формування конкурентоспроможних туристичних дестинацій, забезпечуючи інтеграцію ресурсів, узгодження економічних інтересів учасників та створення комплексного туристичного продукту з високою доданою вартістю.

На основі аналізу динаміки розвитку агротуристичного сектору Польщі доведено, що сучасні тенденції його функціонування визначаються переходом від екстенсивної моделі зростання до інтенсивної, що проявляється у стабілізації кількості об'єктів при одночасному зростанні їх місткості. Встановлено, що ключову роль у забезпеченні стійкості та розвитку коопераційних зв'язків відіграють цілорічні агротуристичні об'єкти, які формують

ядро туристичних потоків та виступають інтеграторами супутніх видів діяльності.

Обґрунтовано, що важливою характеристикою розвитку сільського туризму є процеси територіальної концентрації, внаслідок яких формуються локальні осередки туристичної активності з високим рівнем інфраструктурного забезпечення. Така концентрація створює передумови для кластеризації та розвитку мережових форм кооперації, що забезпечують синергетичний ефект і підвищення конкурентоспроможності дестинацій.

Встановлено, що в Україні коопераційні процеси у сфері сільського туризму перебувають на стадії становлення та характеризуються переважанням локально-мережових і продуктових форм взаємодії за недостатнього розвитку кластерних і координаційних моделей. Це зумовлює обмежену інтегрованість суб'єктів, фрагментарність туристичного продукту та низький рівень масштабування успішних практик.

Доведено, що ефективна модель розвитку сільського туризму в Україні має базуватися на поєднанні горизонтальної та вертикальної кооперації, розвитку кластерних структур, створенні організацій управління дестинаціями (DMO) та посиленні ролі місцевих громад як ключових акторів інтеграційних процесів. Водночас необхідним є формування інституційного середовища, розвиток інфраструктури та впровадження цифрових інструментів просування туристичного продукту.

Перспективи подальших досліджень полягають у розробці прикладних механізмів реалізації коопераційних моделей, оцінці ефективності кластерних структур та адаптації європейського досвіду до умов України з урахуванням викликів післявоєнного відновлення та трансформації економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Махиня С. О. *Сільський туризм як фактор соціально-економічного розвитку сільських територій*: дис. ... доктора філософії: 051 Економіка. Подільський державний університет. Кам'янець-Подільський, 2025. 253 с. (дата звернення: 30.04.2026).
2. Околович І. І. *Кластеризація сільського туризму в Україні*: дис. ... доктора філософії: 242 Туризм і рекреація. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ, 2023. 301 с. (дата звернення: 30.04.2026).
3. *Tourist accommodation establishments by types (2026)*. Local Data Bank. Statistics Poland. URL: <https://bdl.stat.gov.pl/bdl/dane/podgrup/wymiary> (дата звернення: 30.04.2026).
4. Панюк Т. П., Лукомська О. І. Аналіз туристичної галузі України в контексті розвитку сільського зеленого туризму. Вісник Приазовського державного технічного університету. 2016. № 2 (31). С. 78–85. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDTU_ek_2016_31\(2\)__12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDTU_ek_2016_31(2)__12) (дата звернення: 30.04.2026).
5. Державна служба статистики України: офіційний сайт. URL : <https://www.ukrstat.gov.ua/>. (дата звернення: 30.04.2026).

6. Спілка сільського зеленого туризму України. URL: <https://greentour.com.ua/> (дата звернення: 30.04.2026).
7. Дорога вина та смаку Української Бессарабії. Туристичний портал Одеси. URL: <https://www.odesatourism.site/pivden-ukrainy/proiekt-vyna-smaku-ukrinskoj-besarabii/> (дата звернення: 30.04.2026).
8. Презентація гастромашруту «Дорога вина та смаку Української Бессарабії». URL: <https://www.mandria.ua/ukraine/odessa/cities/97685> (дата звернення: 30.04.2026).
9. Центр етнографічного, сільського зеленого туризму і сімейного відпочинку «Фрумушика Нова». URL: <https://frumushika.com/> (дата звернення: 30.04.2026).
10. Біляївська міська рада. Туризм. URL: <https://bilyaivka.od.gov.ua/turyzm/> (дата звернення: 30.04.2026).

REFERENCES:

1. Makhynia S. O. (2025) *Silskyi turyzm yak faktor sotsialno-ekonomichnoho rozvytku silskykh terytorii* [Rural tourism as a factor of socio-economic development of rural areas] : dys. ... doktora filosofii: 051 Ekonomika. Podilskyi derzhavnyi universytet. Kamianets-Podilskyi, 253 p. (in Ukrainian)
2. Okolovych I. I. (2023) *Klasteryzatsiia silskoho turyzmu v Ukraini* [Clustering of rural tourism in Ukraine] : dys. ... doktora filosofii: 242 Turyzm i rekreatsiia. Kyivskyi natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka. Kyiv, 301 p. (in Ukrainian)
3. Tourist accommodation establishments by types (2026). Local Data Bank. Statistics Poland. Available at: <https://bdl.stat.gov.pl/bdl/dane/podgrup/wymiary> (accessed April 30, 2026)
4. Paniuk T. P., & Lukomska O. I. (2016) Analiz turystychnoi haluzi Ukrainy v konteksti rozvytku silskoho zelenoho turyzmu [Analysis of the tourism industry of Ukraine in the context of rural green tourism development]. *Visnyk Pryazovskoho derzhavnoho tekhnichnoho universytetu*, vol. 2(31), pp. 78–85. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDTU_ek_2016_31\(2\)__12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDTU_ek_2016_31(2)__12) (accessed April 30, 2026)
5. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed April 30, 2026)
6. Spilka silskoho zelenoho turyzmu Ukrainy [Union of Rural Green Tourism of Ukraine]. Available at: <https://greentour.com.ua/> (accessed April 30, 2026)
7. Doroha vyna ta smaku Ukrainiskoi Besarabii [Wine and Taste Route of Ukrainian Bessarabia]. Turystychnyi portal Odesy [Odesa Tourism Portal]. Available at: <https://www.odesatourism.site/pivden-ukrainy/proiekt-vyna-smaku-ukrinskoj-besarabii/> (accessed April 30, 2026)
8. Prezentatsiia hastromarshrutu "Doroha vyna ta smaku Ukrainiskoi Besarabii" [Presentation of the gastro-nomic route "Wine and Taste Route of Ukrainian Bessarabia"]. Available at: <https://www.mandria.ua/ukraine/odessa/cities/97685> (accessed April 30, 2026)
9. Tsentri etnografichnoho, silskoho zelenoho turyzmu i simeinoho vidpochynku "Frumushyka Nova" [Frumushyka Nova Ethnographic, Rural Green Tourism and Family Recreation Center]. Available at: <https://frumushika.com/> (accessed April 30, 2026)
10. Biliaivska miska rada. Turyzm [Biliaivka City Council. Tourism]. Available at: <https://bilyaivka.od.gov.ua/turyzm/> (accessed April 30, 2026)

Дата надходження статті: 20.04.2026

Дата прийняття статті: 11.05.2026

Дата публікації статті: 22.05.2026