

М.В.ДРОБОВА, А.Р. МУЗИЧКА**КРАФТОВИЙ БІЗНЕС ЯК ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ СОЛІДАРНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ : ГЕОЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ**

У статті розглянуто крафтовий бізнес як важливий чинник формування солідарного туризму в Україні у воєнний та післявоєнний періоди. Показано, що розвиток внутрішнього туризму, орієнтованого на підтримку місцевих громад, стає одним із ключових інструментів економічної та соціальної відбудови країни. Солідарний туризм визначено як модель відповідального подорожування, спрямовану на справедливий розподіл прибутків, збереження культурної спадщини, активізацію малого підприємництва й забезпечення сталого розвитку територій.

Доведено, що крафтове виробництво — це не лише економічний, а й культурний феномен, який сприяє зміцненню локальної ідентичності, розвитку фермерських господарств, розширенню асортименту унікальної продукції та формуванню позитивного іміджу регіонів. У роботі проаналізовано геоелементні аспекти крафтового бізнесу, зокрема його просторову диференціацію, використання місцевих ресурсів, вплив на зайнятість населення та міжрегіональну кооперацію. Виявлено, що найбільш динамічними осередками крафтового виробництва є західні та центральні області України, де поєднуються природно-рекреаційний, етнокультурний та аграрний потенціал.

Розкрито взаємозв'язок між розвитком крафтових підприємств і становленням туристичних кластерів, гастрономічних маршрутів та дегустаційних турів. Визначено, що синергія між крафтовим бізнесом і солідарним туризмом створює нові можливості для соціально-економічної інтеграції громад, підвищення рівня зайнятості, залучення інвестицій і формування сталих моделей розвитку. Проаналізовано діяльність українських онлайн-платформ і маркетплейсів («Неймовірна крафтова торбина», «Товариство Крафту», «Це Крафт»), які виконують роль інформаційних хабів і сприяють популяризації локальної продукції.

У межах дослідження запропоновано типологізацію регіональних особливостей крафтового виробництва та визначено геоелементний потенціал регіонів (Західного, Центрального, Північного) для розвитку солідарного туризму. Узагальнено основні види активностей, що поєднують крафтову діяльність і туризм: майстер-класи, дегустації, фандрейзингові заходи, участь у місцевих фестивалях, проживання в сімейних садибах і купівлю продукції у місцевих виробників.

Зроблено висновок, що крафтовий бізнес є стратегічним ресурсом геоелементного розвитку України, який формує соціальну згуртованість, підтримує децентралізовану модель економіки та посилює міжнародну привабливість українського туристичного простору. Його інтеграція з практиками солідарного туризму сприяє сталому відновленню територій, збереженню традиційних ремесел і зміцненню позитивного іміджу України у світовому туристичному просторі.

Ключові слова: крафтовий бізнес, солідарний туризм, геоелементика, сталий розвиток, локальні громади, гастрономічний туризм, децентралізація, культурна спадщина.

M.V.DROBOTOVA, A.R. MUZYCHKA**CRAFT BUSINESS AS A POTENTIAL FOR THE DEVELOPMENT OF SOLIDARITY TOURISM IN UKRAINE: GEO-ECONOMIC ASPECT**

The article explores the craft business as a significant driver for the development of solidarity tourism in Ukraine during the wartime and post-war recovery periods. The study emphasizes that the growth of domestic tourism, focused on supporting local communities, has become one of the key instruments for both economic and social reconstruction of the country. Solidarity tourism is defined as a model of responsible travel aimed at fair profit distribution, preservation of cultural heritage, promotion of small entrepreneurship, and achievement of sustainable regional development.

It is proved that craft production in Ukraine represents not only an economic but also a cultural phenomenon that strengthens local identity, supports rural households, expands the range of authentic products, and enhances the positive image of the regions. The article analyzes the geo-economic dimensions of craft business, particularly its spatial differentiation, reliance on local natural and human resources, influence on employment, and contribution to inter-regional cooperation. The western and central regions of Ukraine, which combine natural, ethnocultural, and agricultural potential, are identified as the most active centers of craft production.

The interconnection between the development of craft enterprises and the formation of tourist clusters, gastronomic routes, and tasting tours has been revealed. The synergy between craft business and solidarity tourism creates new opportunities for social and economic integration of communities, job creation, attraction of investments, and the formation of sustainable development models. The study highlights Ukrainian online platforms and marketplaces ("Incredible Craft Bag", "Craft Society", "It's Craft") that serve as informational hubs promoting local producers and their products.

A typology of regional characteristics of craft production is proposed, and the geo-economic potential of different regions (Western, Central, and Northern Ukraine) for the development of solidarity tourism is identified. The paper summarizes the main forms of solidarity tourism activities related to craft production — master classes, tastings, charity events, participation in local festivals, stays in family-owned homesteads, and direct purchases from artisans.

The research concludes that the craft business serves as a strategic resource for Ukraine's geo-economic development, fostering social cohesion, supporting a decentralized economy, and enhancing the international attractiveness of the national tourism industry. Its integration with solidarity tourism contributes to the sustainable recovery of territories, preservation of traditional crafts, and strengthening of Ukraine's positive image in the global tourism space.

Keywords: craft business, solidarity tourism, geo-economics, sustainable development, local communities, gastronomic tourism, decentralization, cultural heritage.

Постановка завдання. Розвиток туризму в Україні в сучасних умовах потребує переосмислення та трансформації, що обумовлено військовою агресією з боку росії.

Постає завдання щодо розвитку таких форм туризму які б допомагали збереженню туристичного потенціалу територій, підтримували діяльність туристичних

підприємств і місцевих громад, а також сприяли економічній підтримки регіонів. В таких умовах слід говорити про розвиток внутрішнього туризму і особливо про солідарний туризм та ресурсний потенціал його формування.

Актуальність дослідження солідарного туризму в Україні зумовлена сучасними соціально-економічними

викликами, що постали перед суспільством унаслідок війни, внутрішнього переміщення населення та потреби у відновленні соціальних зв'язків. Солідарний туризм виступає не лише формою подорожей, а й важливим інструментом підтримки місцевих громад, розвитку волонтерських ініціатив, міжрегіональної співпраці та культурного обміну.

В умовах воєнного часу та післявоєнного відновлення такий тип туризму сприяє зміцненню почуття єдності, взаємодопомоги, формуванню позитивного іміджу регіонів і стимулює локальну економіку. Дослідження солідарного туризму дозволяє визначити ефективні моделі соціальної відповідальності в туристичній сфері, створити нові підходи до розвитку сталого туризму та підтримати інтеграцію різних верств населення через спільні подорожі та соціальні ініціативи.

Тема солідарного та волонтерського туризму в Україні є відносно новою та недостатньо вивченими явищами в контексті внутрішнього туризму в Україні, оскільки розвиток стався у зв'язку із військовою агресією росії проти України. Дослідження в цій галузі лише розпочинаються, але вже є роботи, в яких досліджуються різні аспекти цих видів туризму, туризму в умовах кризи та відновлення після війни., вже існує ряд наукових праць, що досліджують їх роль у відновленні та розвитку постраждалих територій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про увагу практиків та науковців до проблематики солідарного туризму. Цьому напряму присвячені праці Прилуцького А., Стойка В.[1]; Пацюк В. [2]. Частіше розглядають розвиток волонтерського туризму, або солідарного і волонтерського туризму разом, як наприклад такі автори як Пацюк В., Шука Г., Святецький В. [3,4]; Потапенко В., Двігун А [5], Смирнов І., Любіцева О. [6], Каднічанський Д., Халілова О. [7]. Потенціал і перспективи розвитку саме солідарного туризму залишаються поза увагою науковців.

Мета дослідження є обґрунтування ролі крафтового бізнесу як чинника розвитку солідарного туризму в Україні та визначення його гео економічного потенціалу для зміцнення місцевих громад, розвитку регіональних економік і формування стійких туристичних практик.

Для досягнення поставленої мети передбачається вирішення наступних завдань:

- розкрити теоретичні засади поняття солідарного туризму та його значення в умовах соціально-економічних трансформацій в Україні.
- проаналізувати сутність і сучасний стан розвитку крафтового бізнесу як складової місцевої економіки та елемента туристичної привабливості територій.
- дослідити гео економічні особливості розміщення і функціонування крафтових виробництв в Україні.
- визначити можливості інтеграції крафтового бізнесу в систему солідарного туризму на регіональному рівні.

Виклад основного матеріалу. Із початком повномасштабної війни туристична діяльність в Україні істотно скоротилася. Водночас внутрішній туризм, особливо на рівні окремих громад, поступово почав відновлюватися: зростає інтерес до подорожей у більш безпечні регіони країни. Українці шукали можливості

для відпочинку та відновлення сил, обираючи спокійні й затишні місця, часто надаючи перевагу сільському туризму. Такі подорожі дозволяли відчувати єднання з природою, насолодитися тишею, працею на землі та знайти внутрішню гармонію після пережитого стресу. Альтернативним видом подорожей і потужним інструментом сталого розвитку в таких умовах став солідарний туризм, який є потенціалом для комплексної відбудови України як на економічному, так і на соціальному рівнях.

Солідарний туризм – це форма стійкого туризму, що ставить за мету справедливий розподіл фінансових вигод між туристами та місцевими жителями, підтримку місцевих громад та їх економіки. Він відрізняється від традиційного тим, що туристи свідомо обирають послуги, надані місцевими суб'єктами, такі як ночівля у сімейних хостелах, харчування в місцевих ресторанах та купівля товарів у місцевих виробників.

В солідарному туризмі у центрі уваги перебуває людина – це означає давати кошти на існування населенню того місця, яке турист вирішив відвідати [8].

Ключові характеристики солідарного туризму:

1.Підтримка місцевої економіки - гроші, витрачені туристами, залишаються в місцевій громаді, на відміну від корпорацій великих мереж;

2.Справедливий розподіл вигод - мета – забезпечити, щоб усі місцеві учасники, які створюють подорож, отримували справедливую вигоду;

3.Сталий розвиток - це частина концепції сталого туризму, яка прагне мінімізувати негативний вплив на навколишнє середовище та культуру.

4. Активна участь туриста - туристи роблять свідомий внесок у регіональну економіку через свої витрати, а не просто споживають послуги.

Туристичні послуги як приклад солідарного туризму наступні: ночівля в місцевих хостелах або сімейних готелях; харчування в невеликих ресторанах, що належать місцевим жителям; купівля сувенірів та продуктів безпосередньо у місцевих ремісників і виробників; використання послуг місцевих гідів.

Віцепрезидентка Асоціації в'їзних туроператорів України, співзасновниця туристичної компанії «Орнамент України» Олена Казьміна розповіла про солідарний туризм наступне: «Солідарний туризм - це такий формат, коли в результаті поїздки відбувається усвідомлена підтримка місцевих громад і локальних бізнесів. Приміром, це може бути замовлення обідів у ресторані в Бучі, співробітники якого пережили окупацію, може бути оплата вхідного квитка якихось послуг, наприклад в екопарку. І ці кошти заклади використовують, щоб відновити свою територію, поповнити колекцію тварин» [9]. Також прикладом солідарного туризму наводяться - дегустаційні візити на грибні, равликові, козячі ферми, так як всі ці підприємницькі об'єкти передають свої продукти на потреби ЗСУ і ТрО.

Прилуцький А. М. та Стойка В. О. визначають солідарний туризм як перспективний вид внутрішнього туризму в Україні в умовах війни та післявоєнного відновлення, а також обґрунтовують необхідність інтеграції солідарного туризму в загальну стратегію розвитку внутрішнього туризму в Україні, що є

надзвичайно важливим як для відновлення економіки, так і для соціально-психологічного відродження нації [1].

Усвідомлення важливості солідарного обумовлене засади функціонування та цілями, які досягаються від його реалізації [10]: збереження культурної спадщини; інформування світової спільноти про нещадні та руйнівні наслідки російського вторгнення; залучення коштів до місцевих бюджетів деокупованих територій; підтримка локального бізнесу, який опинився у складних економічних умовах; можливість висловити солідарність та підтримку; формування попиту на подальше відвідування України та всіх її регіонів.

Волонтерський і солідарний туризм - це перший та необхідний крок у напрямку відновлення туристичного потоку в умовах закінчення війни перемогою України.

Спільнота туристичних операторів із в'їзного туризму вбачає необхідність вже зараз на державному рівні спонукати туристів відвідати Україну саме з метою волонтерського та солідарного туризму, як тільки це буде можливо точки зору безпеки перебування в Україні. Це має стати основою нинішньої інформаційної та маркетингової стратегії в українському туризмі [10].

Україна має значний ресурсний потенціал для розвитку солідарного туризму, який поєднує соціальну взаємодію, підтримку місцевих громад і формування стійких моделей розвитку територій. Такий туризм базується на принципах співучасті, взаємопідтримки, волонтерства та спільного створення туристичного продукту, орієнтованого не лише на відпочинок, а й на соціальний ефект. В таблиці 1 представлено узагальнення основних груп ресурсів, що є потенціалом для розвитку солідарного туризму.

Сукупність представлених природних, соціальних, культурних, економічних і геоелементів ресурсів забезпечує Україні значний потенціал для становлення солідарного туризму як форми стійкого, соціально орієнтованого та економічно вигідного розвитку територій.

Розглянемо роль крафтового бізнесу для розвитку солідарного туризму в Україні, який може стати одночасно і туристичною атракцією, економічною опорою місцевих громад та інструментом збереження культурної ідентичності.

Сучасний бізнес відкриває безмежні можливості для творчого самовираження підприємців та їхнього фінансового розвитку. Одним з цікавих напрямків є крафтарство.

Крафтовий бізнес — це невелике підприємство з виробництва та продажу унікальних товарів ручної роботи. Крафтову продукцію виробляють дрібними партіями з натуральних матеріалів за автентичними або авторськими технологіями.

Переважаючі товари крафтарів мають попит серед споживачів, які цінують оригінальність та екологічність. Проте ціна на крафтову продукцію значно вища, ніж на товари масового виробництва. Крафтова продукція завжди дорожча, оскільки має особливий колір, смак і фасон, які неможливо повторити. Крафтове виробництво - це своєрідний симбіоз традицій та інновацій, який допомагає зберігати культурну спадщину, водночас створюючи нові цінності та форми. Саме ці особливості роблять крафтовий підхід таким привабливим та перспективним у сучасному світі.

Крафтарська справа допомагає розвивати бізнес в Україні. Наприклад, навесні 2022 року 100 українських крафтових виробників, які готові були залишатися в Україні та працювати попри війну, мали змогу отримати по \$1000 на підтримку своїх брендів. Анна Куценко, начальник управління туризму Київської ОДА, розповідає, що держава підтримує крафтовий бізнес, тому що такі підприємці створюють нові робочі місця, розвивають місцеву економіку, популяризують українську продукцію та збільшують податкові надходження [11].

Таблиця 1 – Ресурсний потенціал розвитку солідарного туризму в Україні

Група ресурсів	Призначення та використання
1. Природно-рекреаційні ресурси	Україна має різноманітні природні зони — Карпати, Полісся, Поділля, узбережжя Чорного та Азовського морів, заповідні території та національні парки. Їхнє використання в концепції солідарного туризму сприяє екологічній освіті, збереженню природи та популяризації сталих форм подорожей.
2. Культурно-історичні ресурси	Багата історико-культурна спадщина, традиційні ремесла, етнографічні особливості та місцеві фестивалі створюють можливості для залучення туристів до пізнання культурної різноманітності України через участь у локальних подіях і проєктах.
3. Людський та соціальний капітал	Високий рівень громадської активності, волонтерського руху та ініціатив з відновлення територій після воєнних дій формує основу для розвитку солідарного туризму. Українці демонструють готовність до співпраці, взаємодопомоги та підтримки місцевих економік
4. Економічний потенціал місцевих підприємств і крафтового виробництва	Розвиток крафтових господарств, фермерських садіб, локальних брендів харчової, ремісничої та гастрономічної продукції створює синергію між підприємництвом і туризмом. Вони стають точками тяжіння для туристів, зацікавлених у пізнанні автентичних практик і підтримці місцевих виробників
5. Інституційна та міжнародна підтримка	Реалізація проєктів у межах програм ЄС, ООН, USAID, Українського культурного фонду та інших організацій відкриває можливості для фінансування, навчання кадрів і просування солідарних туристичних ініціатив.
6. Геоелементів потенціал.	Різнорозмірність регіональних ресурсів, вигідне географічне положення та відновлення транспортної інфраструктури створюють передумови для формування внутрішніх туристичних маршрутів і мережевої взаємодії між громадами.

Джерело: таблиця розроблена авторами

Найпопулярніші види крафтового бізнесу: сироваріння та виготовлення молочних продуктів; виготовлення меду; випікання хліба; виробництво шоколаду або морозива; виробництво косметики та прикрас; виробництво декору та меблів; виробництво одягу, взуття, аксесуарів, іграшок тощо.

Геоелекономічний аспект крафтового виробництва в Україні формує перспективи розвитку солідарного туризму і його регіональні особливості. Крафтове виробництво виступає важливою складовою локальної економіки, що формує нову модель просторового розвитку та сприяє економічній децентралізації. З позицій геоелекономіки цей сектор відображає процеси регіональної спеціалізації, використання місцевих ресурсів і включення малих виробників у систему національних та міжнародних економічних зв'язків. Основні геоелекономічні характеристики крафтового виробництва важливі для солідарного туризму визначаємо наступні:

1. Просторове розміщення крафтових виробництв.

Крафтовий бізнес має чітко виражену регіональну диференціацію. Найактивніше він розвивається у західних та центральних областях (Львівська, Івано-Франківська, Тернопільська, Київська, Вінницька), де поєднуються сприятливі природні умови, туристичний потенціал і висока концентрація локальних ініціатив. Географічна розосередженість таких виробництв створює передумови для формування мережових економічних зв'язків і кластерних моделей розвитку.

2. Локальні ресурси як основа конкурентоспроможності.

Геоелекономічна специфіка крафтового виробництва визначається опорою на місцеві природні, сировинні, культурні й людські ресурси. Саме регіональна

унікальність — рецептури, традиції, технології — формує додану вартість продукції та забезпечує її конкурентність на внутрішньому ринку.

3. Роль у розвитку регіональної економіки.

Крафтові підприємства стимулюють зайнятність населення у сільській місцевості, сприяють розвитку аграрного підприємництва, гастрономічного та сільського туризму. Вони формують внутрішні економічні зв'язки, активізують місцеві ринки праці та підвищують інвестиційну привабливість територій.

4. Міжрегіональна та міжнародна взаємодія.

Геоелекономічний вимір крафтового виробництва проявляється також у формуванні партнерських мереж, участі у виставках, фестивалях і ярмарках, що сприяє просуванню локальних брендів на національному рівні. Вихід українських крафтових виробників на зовнішні ринки через участь у європейських програмах підтримки малого бізнесу посилює економічну інтеграцію країни у світовий ринок нішевих продуктів.

5. Синергія з туризмом і культурною економікою.

Крафтове виробництво стає важливим елементом туристичної інфраструктури: дегустаційні тури, майстер-класи, гастрономічні маршрути й фестивалі створюють додану вартість для територій. Таким чином, воно поєднує економічні, соціальні та культурні аспекти розвитку, формуючи основу для сталих і солідарних моделей туризму.

Отже, геоелекономічний аспект крафтового виробництва полягає у його здатності формувати нові точки економічного зростання, активізувати місцеві ресурси, посилювати регіональну інтеграцію та сприяти міжнародній присутності українських виробників.

Узагальнені геоелекономічні характеристики розвитку крафтового виробництва в Україні наведено в табл. 2.

Таблиця 2 - Геоелекономічна характеристика розвитку крафтового виробництва в Україні

Регіон України	Основні види крафтового виробництва	Ресурсна база	Форми інтеграції з туризмом	Економічний потенціал / вплив на громади
Львівська область	Сири, мед, пиво, шоколад, м'ясні вироби	Гірські ферми, локальні сироварні, пасіки	Гастротури, фестивалі «LvivCraftBeer», ярмарки	Висока концентрація брендів, розвиток гастрономічного туризму, створення робочих місць
Івано-Франківська область	Сири, трав'яні чаї, мед, карпатські настоянки	Природні ресурси Карпат, трави, фермерські господарства	Екотуризм, дегустаційні тури, майстер-класи	Підвищення доходів місцевих громад, підтримка зеленого туризму
Закарпатська область	Вина, сири, джеми, ковбаси	Гірське землеробство, виноградники	Винні тури, фестивалі вина і меду	Розвиток крафтового експорту, туристична привабливість регіону
Вінницька область	Молочна та м'ясна продукція, мед	Агропідприємства, локальні ферми	Сільський туризм, екоферми	Активізація малого бізнесу, розвиток гастрономічних маршрутів
Київська область	Пиво, крафтова випічка, косметика, мед	Малі виробництва навколо столиці	Міський туризм, локальні ярмарки	Формування крафтових кластерів і локальних брендів
Полтавська область	Молочна, м'ясна, кондитерська продукція	Традиційні рецепти, локальні фермери	Етнофестивалі, кулінарні маршрути	Підтримка регіональної ідентичності, розвиток агротуризму
Одеська область	Вино, сир, морські делікатеси	Чорноморське узбережжя, виноградники	Винні тури, гастрономічні фестивалі	Високий туристичний потенціал, розширення ринків збуту
Черкаська область	Мед, сири, випічка, соки	Лісостепові ресурси, фермерські господарства	Екотуризм, маршрути «Смак Черкащини»	Підтримка локальних брендів, залучення туристів у громади
Харківська область	Пиво, випічка, м'ясні вироби	Малі підприємства, аграрний сектор	Урбан-туризм, дегустаційні події	Відновлення малого бізнесу, зміцнення громади
Чернівецька область	Сири, мед, трав'яні чаї, випічка	Гірські ресурси, етнокультурні традиції	Етнотуризм, фестивалі ремесел	Розвиток локальної економіки, підвищення туристичної привабливості

Джерело: таблиця розроблена авторами

Крафтове виробництво в Україні має виражений регіональний характер: у західних областях воно тісно пов'язане з природними та етнокультурними ресурсами, у центральних і південних — з аграрним потенціалом та гастрономічними традиціями. Геоелементально цей сектор забезпечує диверсифікацію місцевих економік, стимулює розвиток солідарного та гастрономічного туризму, сприяє формуванню брендів територій і підсилює соціальну згуртованість громад.

В Україні існує низка цифрових платформ та онлайн-каталогів, які допомагають знайти інформацію про крафтових виробників та їхню продукцію. Ці ресурси є відмінними інструментами для підтримки місцевого бізнесу та розвитку солідарного туризму: платформу «Неймовірна крафтова торбина» онлайн видання AgroPortal.ua, маркетплейс крафтових та фермерських продуктів з усієї України «Товариство Крафту», інтернет-магазин та благодійний фонд «Це Крафт». З метою підтримки розвитку місцевих крафтових виробників в регіонах намагаються створити каталоги крафтових виробників. Вдалим прикладом є Сумська область та Івано-Франківська. Каталог Крафтових виробників Сумщини 2025 розроблено Агенцією регіонального розвитку Сумської області за підтримки Швейцарії у межах Швейцарсько-українського проекту «Згуртованість та регіональний розвиток України», UCORD, що втілюється через Швейцарську агенцію розвитку та співробітництва компанією NIRAS Sweden AB - <https://www.4business.com.ua/kraft-katalog>. В каталогу представлено 51 бренд [12].

Департамент інвестиційної політики, проєктів, міжнародних зв'язків, туризму та промоції міста Івано-Франківської міської ради на власному сайті представив каталог крафтових виробників - представлена інформація про 16 виробників [13].

Онлайн видання AgroPortal.ua, за підтримки Посольства королівства Нідерландів в Україні, запустило платформу «Неймовірна крафтова торбина», де об'єднуються українські виробники крафтової продукції [14]. Ресурс відкритий також для партнерів, які бажають підтримати розвиток

крафтарів. В таблиці 3 узагальнено крафтових виробників в розрізі регіонів України.

На порталі згадується майже 25 виробників за областями, хоча в тексті зазначено «52 українські виробники», можна зробити висновок, що на сторінці конкретизовані не всі виробники (або подано їх уривками). Неможливість чітко зробити аналітичний опис даної сторінки обумовлено тим, що для деяких виробників регіон уточнений як громада чи село (вони були зараховані по областям), деякі виробники мають подвійне зазначення (Запоріжжя → Львів і зараховані як «Запорізька / Львівська»).

Маркетплейс крафтових та фермерських продуктів з усієї України «Товариство Крафту» - <https://tovarystvo-kraftu.com/>. Представлено близько 70 брендів крафтових виробників, нажалі в рубриці «По регіонам» представлена продукція всіх виробників, без зазначення конкретного бренду.

У березні 2020 р. було створено суспільно-соціальний бізнес-проект «Це Крафт» (<https://itscraft.com.ua>), що включає магазин крафтової продукції та благодійний фонд. Ініціаторами його створення на Херсонщині стали три ентузіасти — Павло Ярмій, Олексій Чірков та Вікторія Кулакова, які вирішили підтримати ремісників та крафтовиків України в той період, коли Україну торкнулася епідемія COVID-19. Спочатку травня 2020 року проєкт працював в Новій Каховці. З початком військових дій у травні 2022 р. вимушено переїхали з окупованої території до Черкаської області (м. Умань), втративши при цьому до 70% своїх постачальників.

Статистика соціального підприємства "Це Крафт" [15]:

- Динаміка кількості виробників на сайті:
 - на кінець 2024 р. — 150 брендів;
 - на кінець 2023 р. — 138 брендів;
 - на кінець 2022 р. — 74 брендів;
 - на травень 2022 р. — 15 брендів (релокація з Нової Каховки через окупацію, відновлення в Умані);
 - на кінець 2021 р. — 51 брендів

Таблиця 3 - Розподіл крафтових виробників по регіонах України

Область	Кількість виробників
Дніпропетровська	4 (Маломиколаївка, Дніпропетровщина; пасіка Дніпропетровська; бренди на Дніпропетровщині)
Сумська	1 (село Залізняк, Сумська область)
Одеська	2 (село Трояндове, Одеська область; виноробня «Chateau Pinot», Одещина)
Хмельницька	3 (кооператив «Ягідний рай», ТМ «Мармарос», інше)
Вінницька	1 (фермерка Катерина Олійник, Вінницька область)
Полтавська	2 (садиба Country house, Полтавщина; ТМ «Найдороще сало в Україні», Полтавщина)
Львівська	4 (фермерка Юлія Малекс, Львівщина; СФГ «Галицька сорока», Львівщина; ФГ «Костів», Львівщина; сімейна ферма Львівщина)
Запорізька / Львівська	1 (виробництво Divo Maslo — Запоріжжя → Львів)
Чернігівська	2 (зелена ферма «Копиця сіна», Чернігівська; СФГ «Сонячна земля», Чернігівська)
Київська	5 (виробники зі Київщини: чай, шоколад, батончики, тощо)
Волинська	1 (фермерка Олеся Костюшко, Волинська область)
Буковина / Чернівецька	1 (пасіка Mellifera — Чернівецька/Хмельницька)
Кіровоградська	1 (бренд «Літо цілий рік», Кіровоградщина)
Житомирська	1 (сироварня Надія Призюк, Житомирщина)
Івано-Франківська	2 (сироварня «Будз баран», Івано-Франківська; бренд Gregit.UA, Івано-Франківщина)

Джерело: таблиця укладена авторами на основі [14]

2. На січень 2025 р. в асортименті нашого магазину налічується 4700 різних товарів, їх кількість та асортимент постійно зростає за рахунок додавання нових брендів.

3. На червень 2025 р. із крафтовиків-постачальників – 16% соціальні підприємства.

4. За період роботи БФ «Це Крафт» надано 19 грантів на суму 415 500 грн та видано 2 збірки творів на основі теми історії і легенд України.

«ЦЕ КРАФТ» – соціальне підприємство за складеною моделлю «підприємство + благодійний фонд», де 50% прибутку підприємства ідуть на благодійні проекти та інші 50% ідуть на організаційний розвиток. Соціальну складову впроваджує Благодійна організація «Благодійний фонд «Це Крафт» - посилення комерційної спроможності ремісників та крафтовиків (онлайн-магазин і маркетплейс для продажу і просування виробів мікровиробників та ремісників), посилення організаційної спроможності ремісників та крафтовиків (програми фінансові підтримки, просування на публічних заходах, консалтинг, тренінги, розвиток партнерства між майстрами), культурно-освітні спецпроекти (організація літературних конкурсів та видавництва художньої літератури, підтримка художників через артрезиденції і виставки-продажі) [15].

Соціальний вплив 2020 - 12. 2023 рр. проекту ілюструється такими цифрами: 125 виробників на платформі, щомісяця додаються нові крафтьєри; 6 підприємств отримало поворотні гранти на суму 130 000 грн.; 5 осіб отримали мінігранти на виготовлення прототипів творчих виробів; 72 художники прийняли участь у благодійному мистецькому проекті на підтримку окупованих територій.

Таким чином бізнес-проект «Це Крафт» сприяє культурному та економічному розвитку митців через програми підтримки, сприяємо розвитку мікропідприємств у сфері агропереробки та креативних індустрій за допомогою консультацій, просування, стимуляції продажів та організацію партнерських заходів.

На сайті проекту є вкладка «Виробники за регіонами» де виробники регіонів України - Захід

України, Південь України, Північ України, Схід України, Центр України - пропонують свою оригінальну продукцію.

Від особливостей конкретного регіону залежить виробництво того чи іншого товару/продукції. Наприклад, в одному регіоні можливо доступ до унікальних місцевих ресурсів або технологій виробництва, в іншому регіоні вони будуть недоступні. Однак одночасно можливі проблеми з поставками матеріалів і компонентів через віддаленість від основних центрів виробництва, а також складнощі з пошуком у віддалених регіонах кваліфікованої робочої сили. Переваги виробництва продукції по регіонах формуються за рахунок таких факторів - доступ до місцевих ресурсів; зменшення витрат на доставку; скорочення часу на доставку товарів споживачеві та ін. Крім того, виробництво товарів по регіонах в Україні сприяє створенню місцевих робочих місць та підвищенню економічного розвитку у регіоні.

На основі аналізу сайту бізнес-проекту «Це Крафт» представлені типові переважні крафтові продукти за регіонами (табл.4).

Хоча представлене узагальнення не може вважатись стовідсотково достовірним, воно ілюструє геоелементні особливості українського крафтового виробництва.

Локації зосередження крафтових виробників часто становляться туристичними атракціями, або навпаки в місцях створення туристичних локацій логічно з'являються підприємці, що хочуть створювати унікальні або традиційні крафтові вироби (послуги) і сприяти розвитку туризму в громадах і одночасно отримувати доходи. Багато туристичних активностей, які і раніше пропонувались галуззю, сьогодні можна зберегти і розвинути, але додавши соціальну складову при популяризації туризму.

Активності солідарного туризму охоплюють широкий спектр дій, які поєднують подорожі з підтримкою місцевих громад, відновленням країни та соціальною взаємодією. Основні види активностей солідарного туризму пов'язані з крафтовим виробництвом узагальнені авторами і представлено в таблиці 5.

Таблиця 4 – Типові крафтові продукти регіонів України (за сайтом бізнес-проекту «Це Крафт»)

Північ України	Південь України	Центр України	Захід України
1. Ароматне та смачне плодове вино (в асортименті). 2. Вироби з шоколаду (білий, молочний, чорний) з корисними та смачними добавками (горіхи, курага, родзинки, кокос тощо). 3. Вироби, виготовлені з дерева: — незвичайні лежанки та будиночки для котів; — виконані в оригінальному дизайні дерев'яні світильники, призначені для вітальні, дитячої/дорослої спальні, бібліотеки, робочого кабінету; — ключиці з дерева та ін. 4. Оригінальні листівки на всі урочистості. 5. Аксесуари та прикраси.	1. Тверді сири різних сортів місцевого виробництва. 2. Херсонська кава в зернах/мелена — екологічно чистий продукт. 3. Керамічний посуд (чашки), виготовлені з місцевої сировини. 4. Гідролати рослинні (чебрецю, петрушки, соняшнику та ін.) — це побічний продукт при виробництві ефірних олій. Використовуються в косметології, ароматерапії, медицині та в кулінарії. 5. Різні косметичні засоби догляду за тілом, виготовлені з урахуванням органічного сировини, цілющої глини, морепродуктів	1. Вино різних сортів. 2. Сири тверді козячі різних сортів. 3. Оригінальні подарункові набори, що включають вино, сир, в'ялені томати та ін., які можуть використовуватися як подарунок на свята. 4. Декоративні вироби для оздоблення інтер'єру (посуд, фігурки та інший декор). 5. Варення фруктові різних сортів. 6. Печиво, пастили та багато іншого.	1. Сири різних сортів місцевого виробництва. 2. Вино різних сортів. 3. Мед і продукти бджільництва. 4. Настоянки та наливки на ягодах, травах, меду. 5. Сушені фрукти, ягоди, трав'яні чаї з Карпат. 6. Карпатські трав'яні чаї та збори. 7. Косметичні продукти (мило, креми на основі трав і меду). 8. Крафтове пиво.

Джерело: таблиця укладена авторами на основі [15]

Таблиця 5 – Основні види активностей солідарного туризму пов'язані з крафтовим виробництвом

Напрямок	Активність	Зміст
Участь у майстер-класах та освітніх заходах Ці активності не тільки розважають, але й сприяють збереженню культурної спадщини та забезпечують дохід майстрам.	Крафтові майстер-класи	Навчання гончарству, вишивці, ткацтву, різьбярству, сироварінню, виноробству тощо. Туристи отримують нові навички та підтримують майстрів фінансово
	Кулінарні майстер-класи, дегустації	Вивчення рецептів традиційної регіональної кухні, що сприяє збереженню гастрономічної спадщини
	Лекції та екскурсії	Участь в освітніх програмах про історію регіону, його видатних особистостей, культурні особливості та виклики сьогодення
Купівля місцевої продукції та послуг Свідоме споживання є формою солідарності, що стимулює місцеву економіку	Придбання крафтових виробів	Купівля сувенірів, одягу, предметів побуту, продуктів харчування безпосередньо у місцевих виробників на ярмарках, у майстернях або невеликих крамницях
	Використання місцевих послуг	Проживання в приватних садибах або невеликих готелях, харчування в локальних кафе та ресторанах, користування послугами місцевих гідів та транспорту
Соціальна взаємодія та культурний обмін Ці активності спрямовані на подолання ізоляції та зміцнення соціальних зв'язків	Спілкування з місцевими жителями	Обмін досвідом, історіями, що допомагає туристам краще зрозуміти контекст та потреби громади, а місцевим жителям – відчуття підтримки
	Відвідування культурних подій	Участь у місцевих фестивалях, концертах, виставках, що сприяє відродженню культурного життя регіону.
	Психологічна підтримка	Неформальна взаємодія з ВПО та постраждалими людьми, що сприяє їхній соціалізації та інтеграції
Участь у фандрейзингових заходах Туристи можуть долучатися до збору коштів на конкретні потреби громади або окремих крафтових бізнесів	Благодійні аукціони	Купівля унікальних крафтових виробів, кошти від продажу яких йдуть на благодійність
	Донорство	Організація або участь у зборі коштів для підтримки конкретного проєкту (наприклад, закупівля нового обладнання для майстерні, відновлення виробництва)

Джерело: таблиця розроблена авторами

Представлені активності роблять солідарний туризм потужним інструментом для відбудови України, поєднуючи приємне з корисним та перетворюючи кожну подорож на акт підтримки та солідарності. Вони можуть бути адаптовані до різних регіонів України, зокрема з урахуванням місцевого крафтового бізнесу.

Відносно безпечними для внутрішнього туризму на сьогодні в Україні вважаються західні та деякі центральні області, розташовані далеко від лінії фронту та кордонів з агресором.

До цих областей, на нашу думку, належать: Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська, Чернівецька, Тернопільська, Волинська та Рівненська, Хмельницька, Вінницька, Черкаська.

Узагальнюючи регіональні особливості крафтового виробництва і активності солідарного туризму пропонуємо визначення перспективних регіонів, які потребують подальшої популяризації та розробки стратегічних заходів щодо включення в загальнонаціональну стратегію відновлення туризму (табл.6).

Таким чином, вважаємо що солідарний туризм в Україні під час війни та в післявоєнний період є важливим елементом підтримки економіки та морального відновлення, особливо в тих регіонах, де війна залишила значні сліди. Але для його сталого розвитку необхідні зусилля з боку держави, бізнесу та громадянського суспільства для забезпечення безпеки, підвищення інфраструктурних можливостей і ефективного залучення ресурсів.

Таблиця 6 – Геоелекономічний потенціал розвитку солідарного туризму в Україні

Регіон	Області	Крафтові виробництва	Перспективні активності солідарного туризму для розвитку в регіоні
Північна Україна	Житомирська	М'ясні вироби, Шоколад та кондитерські вироби, Безалкогольні напої Сироваріння	Крафтові майстер-класи Лекції та екскурсії Придбання крафтових виробів Психологічна підтримка
Центральна Україна	Черкаська, Вінницька	Сироваріння Мед та продукти бджільництва Крафтові солодощі (шоколад) Натуральні солодощі (джеми, варення)	Крафтові майстер-класи Лекції та екскурсії Придбання крафтових виробів Використання місцевих послуг
Західна Україна	Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська, Чернівецька, Тернопільська, Волинська та Рівненська, Хмельницька	Сироваріння, Виноробство, Мед і продукти бджільництва. Настоянки та наливки на ягодах, травах, меду. Карпатські трав'яні чаї та збори. Косметичні продукти (мило, креми на основі трав і меду).	Крафтові майстер-класи Кулінарні майстер-класи, дегустації Придбання крафтових виробів Спілкування з місцевими жителями Відвідування культурних подій

Джерело: таблиця розроблена авторами

Висновки. Крафтовий бізнес в Україні виступає одним із ключових чинників розвитку солідарного туризму, формуючи основу для поєднання соціальної взаємодії, економічної децентралізації та збереження культурної ідентичності регіонів. У сучасних умовах воєнного та післявоєнного періоду крафтове виробництво не лише підтримує локальні громади, а й сприяє підвищенню їх самозайнятості, формуванню сталих моделей розвитку територій і розширенню туристичної привабливості України.

Геоелементний аналіз засвідчив, що регіональні особливості крафтового виробництва визначають напрями формування мережових туристичних ініціатив, гастрономічних маршрутів, екоферм і дегустаційних турів. У західних регіонах крафтарство тісно пов'язане з природними ресурсами та етнокультурними традиціями, у центральних — з аграрним потенціалом і локальними гастрономічними брендами, а в північних — із відродженням малих виробництв і фермерських господарств. Така територіальна диференціація створює нові точки економічного зростання та сприяє міжрегіональній кооперації.

Солідарний туризм, інтегрований із крафтовим бізнесом, має значний соціально-економічний ефект: він стимулює внутрішній попит, забезпечує збереження традиційних ремесел, формує позитивний імідж українських територій і сприяє залученню інвестицій у місцеву інфраструктуру. Важливо, що кожна подорож у межах такого туризму перетворюється на акт підтримки громади, відбудови країни та культурної дипломатії.

Перспективи подальших досліджень пов'язуємо з оцінкою потенціалу крафтових брендів у формуванні соціальної згуртованості, підтримці локальних громад та розвитку сталого туризму, а також розробкою практичних рекомендацій щодо використання крафтового бізнесу як інструменту активізації солідарного туризму в Україні.

Список літератури

1. Прилуцький А.С., Стойка В.О. Солідарний та волонтерський туризм як перспективні види внутрішнього туризму в Україні в сучасних умовах. *Успіхи і досягнення у науці*. № 9(9) (2024): DOI: [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2024-9\(9\)-1263-1275](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2024-9(9)-1263-1275)
2. Василенко, А. І., & Пацюк, В. С. (2024). Волонтерський та солідарний туризм в Україні, їх специфіка та значення. *Освітні й наукові виміри географії та туризму*: матер. III Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. з міжнар. участю. Полтава: ПНПУ ім. В.Г. Короленка, с. 140–144.
3. Пацюк, В., Шука, Г., & Василенко, А. (2024). Волонтерський туризм: Теоретичний дискурс. *Географічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*, 4(4). <https://doi.org/10.32782/geochasvnu.2024.4.117>
4. Пацюк, В., Василенко, А., & Святецький, В. (2024). Волонтерський туризм: концептуальні засади. *Географія та туризм*: Матеріали VII Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конференції Харків. нац. пед. ун-ту ім. Г.С. Сковороди Харків, С. 447–452.
5. Потапенко, В., & Двігун, А. (2022). Аналіз українського волонтерства на основі методології нових соціальних рухів. Сайт Національного інституту стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/analiz-ukrayinskoho-volonterstva-na-osnovi-metodolohiyi-novykh-sotsialnykh>
6. Смирнов, І., & Любіцева, О. (2022). Волонтерський туризм як напрямок альтернативного туризму в умовах російської агресії проти України. *Міждисциплінарні інтеграційні процеси у системі географічної, туризмологічної та екологічної науки*: Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., Тернопіль: ТНПУ ім. В. Гнатюка. С. 45–46.
7. Каднічанський, Д. А., Халілова, О. М. (2023). Волонтерський туризм у мотивах туристичних подорожей. Сучасний контекст. *Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації*: тези доповідей X Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 6–7 квітня, Київ: Вид. центр КНУКиМ, С. 167–169.
8. Солідарний туризм. Колотуха О.В. *Спортивний туризм та активна рекреація: географія, систематизація, практика* (словник-довідник). URL: <https://geohub.org.ua/node/5887>
9. Що таке солідарний туризм і як розвивають галузь під час війни. Медіа-портал Укрінформ - актуальні новини України та світу. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/3720542-so-take-solidarniy-turizm-i-ak-rozvivaut-galuz-pid-cas-vijni.html> (дата звернення 10.10.24).
10. Усвідомлення важливості солідарного та волонтерського туризму. Сайт асоціації в'їзних туристичних операторів України. URL: <https://url.li/msrpkf> (дата звернення 12.10.24)
11. Крафтовий бізнес в Україні: які є перспективи для підприємців. Київстар Бізнес Хаб — це корпоративний блог для бізнесу від Київстар. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/kraftoviy-biznes-v-ukrayini-yaki-ye-perspektivy-dlya-pidpryemciv> (дата звернення 12.10.24).
12. Каталог Крафтових виробників Сумщини 2025. Сайт ГО «Бізнес асоціація "4BUSINESS"». URL: <https://www.4business.com.ua/kraft-katalog>. (дата звернення 15.10.24)
13. Крафтові виробники. Офіційний сайт Департаменту інвестиційної політики, проєктів, міжнародних зв'язків, туризму та промоції міста Івано-Франківської міської ради. URL: <https://invest-if.com/biznes-ta-investiciji/industriyi/kraftovi-virobniki> (дата звернення 15.10.24)
14. Неймовірна крафтова торбина. Онлайн-видання AgroPortal.ua. URL: <https://agroportal.ua/project/neymovima-kraftova-korzina> (дата звернення 13.10.24)
15. Інтернет-магазин і благодійний фонд "Це крафт". URL: <https://itscraft.com.ua> (дата звернення 16.10.24)

References (transliterated)

- 1.. Prylutskiy, A. S., & Stoika, V. O. (2024). *Solidarniy ta volonterskiy turizm yak perspektivni vydy vnutrishnoho turizmu v Ukraini v suchasnykh umovakh* [Solidarity and volunteer tourism as promising types of domestic tourism in Ukraine under current conditions]. *Uspikhy i dosiahnennia u nauki, i nauki*, 9(9). [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2024-9\(9\)-1263-1275](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2024-9(9)-1263-1275)
2. Vasylenko, A. I., & Patsiuk, V. S. (2024). *Volonterskiy ta solidarniy turizm v Ukraini, yikh spetsyfika ta znachennia* [Volunteer and solidarity tourism in Ukraine, their specifics and significance]. In *Osvitni y naukovy vymiry heohrafii ta turizmu* (pp. 140–144). Poltava: PNPU im. V. H. Korolenka.
3. Patsiuk, V., Shchuka, H., & Vasylenko, A. (2024). *Volonterskiy turizm: Teoretychnyi dyskurs* [Volunteer tourism: Theoretical discourse]. *Heohrafichnyi Chasopys Volynskoho Natsionalnoho Universytetu imeni Lesi Ukrainky*, 4(4). <https://doi.org/10.32782/geochasvnu.2024.4.117>
4. Patsiuk, V., Vasylenko, A., & Sviatetskiy, V. (2024). *Volonterskiy turizm: Kontseptualni zasady* [Volunteer tourism: Conceptual foundations]. *Heohrafiia ta turizm: Materialy VII All-Ukrainian Scientific and Practical Internet Conference* (pp. 447–452). Kharkiv: H. S. Skovoroda KhNPU.
5. Potapenko, V., & Dvighun, A. (2022). *Analiz ukraïnskoho volonterstva na osnovi metodolohii novykh sotsialnykh rukhiv* [Analysis of Ukrainian volunteering based on the methodology of new social movements]. *National Institute for Strategic Studies*. <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/analiz-ukrayinskoho-volonterstva-na-osnovi-metodolohiyi-novykh-sotsialnykh>
6. Smirnov, I., & Liubitseva, O. (2022). *Volonterskiy turizm yak napriamok alternatyvnoho turizmu v umovakh rosiiskoi ahresii proty Ukrainy* [Volunteer tourism as a form of alternative tourism under Russian aggression]. *Mizhdystyplinarni intehtatsiini protsesy u systemi heohrafichnoi, turyzmolohichnoi ta ekolohichnoi nauky* (pp. 45–46). Ternopil: Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University.
7. Kadnichanskyi, D. A., & Khalilova, O. M. (2023). *Volonterskiy turizm u motyvakh turystychnykh podorozhei. Suchasnyi kontekst* [Volunteer tourism in the motives of tourist trips: Modern context].

- In Hospitality, Service, Tourism: Experience, Problems, Innovations (pp. 167–169). Kyiv: KNUKiM Publishing Center.
8. Kolotukha, O. V. (2024). *Solidarnyi turizm* [Solidarity tourism]. *Sportyvnyi turizm ta aktyvna rekreatsiia: heohrafiia, systematyzatsiia, praktyka* (Slovnyk-dovidnyk). Retrieved from. <https://geohub.org.ua/node/5887>.
 9. *Shcho take solidarnyi turizm i yak rozvyvaiut haluz pid chas viiny* [What is solidarity tourism and how the industry develops during the war]. (2024). *Ukrinform*. <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/3720542-so-take-solidarnij-turizm-i-ak-rozvivaut-galuz-pid-cas-vijni.html>
 10. *Usvidomlennia vazhlyvosti solidarnoho ta volonterskoho turizmu* [Awareness of the importance of solidarity and volunteer tourism]. (2024). *Association of Inbound Tour Operators of Ukraine*. <https://surl.li/msrpkf>(<https://surl.li/msrpkf>)
 11. *Kraftovy biznes v Ukraini: yaki ye perspektyvy dlia pidpriemstiv* [Craft business in Ukraine: Prospects for entrepreneurs]. (2024). *Kyivstar Business Hub*. <https://hub.kyivstar.ua/articles/kraftovyj-biznes-v-ukrayini-yaki-ye-perspektyvy-dlya-pidpriyemcziv>.
 12. *Katalog Kraftovykh Vyrobniv Sumshchyny 2025* [Catalog of Craft Producers of Sumy Region 2025]. (2024). *Business Association "4Business"*. (<https://www.4business.com.ua/kraft-katalog>)
 13. *Kraftovi vyrobnyky* [Craft producers]. (2024). *Department of Investment Policy, Projects, International Relations, Tourism and Promotion of Ivano-Frankivsk City Council*. <https://invest-if.com/biznes-ta-investiciyi/industriyi/kraftovi-virobniki>.
 14. *Neimovirna kraftova torbyna* [Incredible Craft Bag]. (2024). *AgroPortal.ua*. <https://agroportal.ua/project/neimovirna-kraftova-korzina>
 15. *Internet-mahazyn i blahodiinyi fond "Tse Kraft"* [Online store and charitable foundation "It's Craft"]. (2024). <https://itscraft.com.ua>

Надійшла (received) 18.12.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Дроботова Марина Володимирівна (Drobotova Maryna) – кандидат економічних наук, доцент, Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи, м. Черкаси, Україна; ORCID: : <https://orcid.org/0000-0003-2676-0588>; тел.: (093) 418-75-43; e-mail: marinadrobotova2@vu.cdu.edu.ua.

Музичка Андрій Романович (Muzychka Andrii) – аспірант, Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, спеціальність 051 Економіка, кафедра туризму і готельно-ресторанної справи; м. Черкаси, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-2854-2708>; тел.: (098) 222-52-50, e-mail: muzychka.andrii423@vu.cdu.edu.ua