

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:
«Кластерна модель розвитку туризму в Сумській області»

Студентки 2 курсу 8 групи
освітнього ступеня «магістр»
спеціальності 242 «Туризм»
спеціалізації «Міжнародний
туристичний бізнес»

(підпис)

Герман Ольги
Геннадіївни

Науковий керівник
к.е.н., доц.

(підпис)

Хлопак Сергій
Васильович

Гарант освітньої програми
д.е.н., професор

(підпис)

Ткаченко Тетяна
Іванівна

Київ 2018

Київський національний торговельно-економічний університет

Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу

Кафедра туризму та рекреації

Освітній ступінь «магістр»

Спеціальність 242 «Туризм»

Спеціалізація «Міжнародний туристичний бізнес»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____

«__» _____ 20__ р.

З А В Д А Н Н Я

на випускню кваліфікаційну роботу студентові

Грицаєнко Марині Сергіївні

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Формування системи безпеки подорожей екологічного туризму в дестинаціях України»

Затверджена наказом ректора від «18» грудня 2017 р. № 4329

2. Термін здачі студентом закінченої роботи – 01.11.2018 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи – дослідження теоретико-методологічних засад формування системи безпеки подорожей екологічного туризму України, а також розробка та обґрунтування пропозицій щодо її удосконалення.

Об'єкт дослідження – процес формування системи безпеки подорожей в екологічному туризмі.

Предмет дослідження – теоретичні, методологічні та практичні аспекти розвитку системи безпеки екологічних подорожей в дестинаціях України.

4. Перелік графічного матеріалу:

Рис. «Види екологічного туризму», рис. «Система безпеки екологічних подорожей», табл. «Структура та динаміка екологічних подорожей в Україні у 2015-2017 рр.», табл. «Структура національного природно-заповідного фонду», табл. «Показники розвитку найпопулярніших екотуристичних дестинацій України», рис. «Етапи реалізації стратегії розвитку безпеки екологічного

туризму в Україні».

5. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1	Хлопак С.В.	21.12.2017	21.12.2017
2	Хлопак С.В.	21.12.2017	21.12.2017
3	Хлопак С.В.	21.12.2017	21.12.2017

6. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом):

Вступ

Розділ 1. Теоретичні засади формування безпеки екологічних подорожей.

- 1.1. Поняття та види екологічного туризму.
- 1.2. Засоби гарантування безпеки екологічних подорожей.
- 1.3. Світовий досвід підтримки безпечності екотурів.

Висновки до розділу 1.

Розділ 2. Аналіз системи безпеки подорожей екологічного туризму в
дестинаціях України.

- 2.1. Сучасний стан розвитку екотуризму в Україні.
- 2.2. Державне регулювання безпеки екологічних подорожей.
- 2.3. Використання міжнародних стандартів для гарантування безпеки
екотурів в Україні.

Висновки до розділу 2.

Розділ 3. Шляхи удосконалення системи безпеки екологічних подорожей в
дестинаціях України.

- 3.1. Обґрунтування стратегії розвитку системи безпеки екологічного
туризму в Україні.
- 3.2. Імплементация міжнародних стандартів в сфері екотуризму ISO/TC 228
до системи національного законодавства.
- 3.3. Оцінка ефективності заходів з удосконалення системи безпеки
екологічних подорожей.

Висновки до розділу 3.

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

Додатки

7. Календарний план виконання роботи:

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2017-20.12.2017 р.	
2	Оформлення і затвердження Завдання на випускну кваліфікаційну роботу	21.12.2017-15.01.2018 р.	
3	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	20.11.2017 - 11.05.2018 р.	
4	Написання та оформлення наукової статті	до 01.06.2018 р.	
5	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	12.05.2018-31.08.2018 р.	
6	Написання та попередній захист 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	01.09.2018-14.10.2018 р.	
7	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи за структурою, представлення роботи на кафедру та попередній захист у комісіях	15.10.2018-22.10.2018 р.	
8	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту випускної кваліфікаційної роботи	23.10.2018-31.10.2018 р.	
9	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедру, отримання направлення на зовнішнє рецензування	01.11.2018 р.	
10	Захист випускної кваліфікаційної роботи у екзаменаційній комісії	згідно з розкладом	

8. Дата видачі завдання «21» грудня 2017 р.

9. Науковий керівник

випускної кваліфікаційної роботи

(підпис)

С.В. Хлопак

10. Керівник проектної групи

(гарант освітньої програми)

(підпис)

Т.І. Ткаченко

11. Завдання прийняв до виконання студент

М.С. Грицаєнко

[illegible]

13. Висновок про випускню кваліфікаційну роботу

« » 20 p.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ.....	10
1.1. Поняття та переваги кластерного розвитку регіональної економіки.....	10
1.2. Характеристика процесу формування туристичних кластерів.....	19
1.3. Світовий досвід використання кластерної моделі розвитку туризму.....	31
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....	41
РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕДУМОВ ВИКОРИСТАННЯ КЛАСТЕРНОЇ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	43
2.1. Сучасний стан та тенденції розвитку ринку туристичних послуг Сумської області.....	43
2.2. Ресурсний потенціал туристичних дестинацій області.....	52
2.3. Порівняльний аналіз регіональних кластерних ініціатив.....	65
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....	76
РОЗДІЛ 3 ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ КЛАСТЕРІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	78
3.1. Обґрунтування стратегії розвитку туризму в області на основі кластерної моделі.....	78
3.2. Формування конкурентоспроможності туристичних кластерів регіону.....	86
3.3. Прогнозна оцінка ефективності кластерної моделі розвитку туризму в Сумській області.....	97
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3.....	107
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	108
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	114
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасне середовище розвитку туристичної сфери вимагає нових підходів до ведення бізнесу. Туристичні підприємства функціонують не лише в умовах жорсткої конкуренції один з одним, а й генеруються в об'єднання задля досягнення спільної мети. Світовий досвід довів ефективність кластерної кооперації не лише для підприємств промисловості, а й для підприємств туристичної галузі. Кластеризація покликана підвищити рівень інтенсивності розвитку туристичної галузі. В економічному сенсі «кластер» виступає в якості галузевого, територіального та добровільного об'єднання підприємницьких структур, які тісно співпрацюють із науковими (освітніми) установами, громадськими організаціями та органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоздатності власної продукції і сприяння економічному розвитку регіону. Виходячи з наведеного вище дослідження особливостей формування туристичних кластерів є високо актуальною темою.

Рівень дослідженості теми. Теоретичні, методологічні та праксеологічні засади формування туристичних кластерів досліджували вітчизняні та зарубіжні науковці, до співтовариства яких відносяться: Асаул А. Н., Босовська М.В., Гарбера О.Є., Дроздов Г.Д., Іванова Л.О., Пуцентайло П.Р., Хейг П. Х., Чувуріна К.В., Чудновский А.Д., Ячменьова В.М., [1-11] та ін. При цьому, в зазначених працях відсутній комплексний підхід до розгляду проблематики розвитку туристичних кластерів. Крім того, зважаючи на обсяги та глибину досліджень вказаних вчених, потребують подальшого розвитку комплексні теоретичні та методологічні питання, присвячені конструктивному науковому переосмисленню особливостей розвитку інструментів просування туристичних кластерів України на міжнародних ринках.

Мета роботи – дослідження організаційно-економічних передумов та обґрунтування стратегії формування кластерної моделі розвитку туризму в Сумській області.

Досягнення мети роботи передбачає вирішення таких **завдань**:

- визначити поняття та переваги кластерного розвитку регіональної економіки;
- навести характеристику процесу формування туристичних кластерів;
- охарактеризувати світовий досвід використання кластерної моделі розвитку туризму;
- охарактеризувати сучасний стан та тенденції розвитку ринку туристичних послуг Сумської області;
- розглянути ресурсний потенціал туристичних DESTINATION області;
- здійснити порівняльний аналіз регіональних кластерних ініціатив;
- навести обґрунтування стратегії розвитку туризму в області на основі клас-терної моделі;
- визначити напрямки формування конкурентоспроможності туристичних кластерів регіону;
- дати прогностичну оцінку ефективності кластерної моделі розвитку туризму в Сумській області.

Об'єкт дослідження – процес створення та розвитку туристичних кластерів в економіці регіону.

Предмет дослідження – теоретичні, методологічні та практичні аспекти впровадження кластерної моделі розвитку туризму в Сумській області.

Методи дослідження базуються на використанні методів індукції, дедукції, аналізу та синтезу. Також були застосовані методи експертних оцінок, економіко-статистичні та методи графічних порівнянь.

В процесі виконання роботи було використано нормативно-правові акти України, монографії, підручники, періодичні видання та джерела Інтернет. В процесі оцінки практичних аспектів маркетингової діяльності використано дані фінансової та управлінської звітності підприємства, а також результати особистих досліджень ринку туристичних послуг та кластерних ініціатив у Сумській області.

Практичне значення проведення дослідження полягає у тому, що його перша частина випускної роботи містить обґрунтування та узагальнення особливостей формування кластерної моделі розвитку туристичних регіонів, результати якого можуть бути використані в подальших теоретичних дослідженнях у сфері туристичної політики. Результати дослідження у другій частині роботи та розроблені пропозиції третій частині можуть бути використані у подальшому розвитку кластерних ініціатив в межах Сумської області.

Наукова новизна дослідження вивляється у систематизації та уточненні підходів до визначення змісту та особливостей формування кластерної моделі розвитку туристичної сфери на регіональному рівні.

Апробація результатів дослідження. За матеріалами дослідження та здобутими його науковими результатами було підготовлено та опубліковано наукову статтю на тему: «Особливості формування туристичних кластерів». – К.: «Збірник наукових праць студентів КНТЕУ», 2018 р.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, десяти підрозділів, висновків та списку використаної літератури (96 найменувань) та додатків. Загальний обсяг роботи становить 109 сторінок друкованого тексту.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ

1.1. Поняття та переваги кластерного розвитку регіональної економіки

Останніми роками зростає інтерес фахівців до сутності економічних кластерів викликала нова інтерпретація кластерної концепції М. Портера. Вважається, що М. Портеру вдалося поєднати теорію міжнародної конкуренції і стратегічні дослідження, пов'язані з пошуком кластерів, диференційована економічна діяльність яких викликає інтерес і прагнення до співпраці у фірм з інших країн. Цей зв'язок дозволяє розширити поняття класичного кластера далеко за межі територіально локалізованого промислового комплексу [55]. У сучасному тлумаченні кластерний підхід ґрунтується на усвідомленні того, що промислові комплекси двох або декількох країн можуть отримати важливу конкурентну перевагу в умовах глобальної економіки шляхом створення міжнародної кластерної структури. Розширення поняття класичного економічного кластера до міжнародних масштабів викликане становленням постіндустріальної економіки, глобалізацією та інформатизацією суспільного життя, появою цілого ряду міжнародних економічних організацій, які регулюють правила міжнародної торгівлі, тощо [15].

Аналіз низки наукових робіт [7] дозволяє сформулювати авторське визначення поняття регіонального кластеру. Регіональний кластер - це форма міжнародного економічного співробітництва, об'єднання групи незалежних господарюючих суб'єктів (малих, середніх і великих підприємств різної форми власності та інституційного супроводу), зосереджених на території двох або більше країн, які діють з метою створення спільного конкурентоспроможного продукту шляхом інтенсивної взаємодії, спільного використання ресурсів, обміну знаннями та досвідом, передачі технологій та поширення інформації серед учасників кластера, що у кінцевому підсумку сприятиме підвищенню

рівня міжнародної конкурентоспроможності країн-учасниць та їхньому соціально-економічному розвитку.

Множина підходів до трактування терміну «регіональний кластер» у сучасній економічній літературі висвітлена в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Деякі підходи до дефініції регіонального кластера

Автор	Визначення
Крайник О., та ін. [41]	Транснаціональний кластер - це просунута форма промислового комплексу, в діяльності якого беруть активну участь компанії, уряд, освітні та наукові установи, а також професійні та громадські організації (асоціації) двох або більше країн.
Онишко С.В. [49]	Міжнародні кластери являють собою: 1) мережеві об'єднання постачальників, виробників і покупців-резидентів різних держав, географічно зосереджених у транскордонному регіоні (транскордонний кластер); 2) міжнародні мережі національних кластерів (транснаціональний кластер), які співпрацюють і конкурують, пов'язані в технологічні ланцюги і взаємодоповнюють один одного, співпрацюють з транскордонними установами (в т.ч. науковими, освітніми, інфраструктурами бізнесу), органами державного і міждержавного управління, а також міжнародними організаціями з метою підвищення конкурентоспроможності суб'єктів кластера та національної економіки.
Охріменко А.Г. [52]	Регіональний кластер - стійка взаємодія широкого кола взаємопов'язаних, взаємозалежних і взаємодоповнюючих стейкхолдерів, локалізованих на територіях двох і/або більше країн, що функціонують в суміжних галузях і володіють схожим рівнем розвитку навичок і технологій, займаються спільним створенням товарів та/або послуг, що забезпечує синергетичний ефект у розвитку відповідних територій та дифузії інновацій між ними.
Гесць В. [13]	Регіональний кластер - це форма міжнародного економічного співробітництва, об'єднання групи незалежних господарюючих суб'єктів (малих, середніх і великих підприємств різної форми власності та інституційного супроводу), зосереджених на території двох або більше країн, які діють з метою створення спільного конкурентоспроможного продукту шляхом інтенсивної взаємодії, спільного використання ресурсів, обміну знаннями та досвідом, передачі технологій та поширення інформації серед учасників кластера, що в кінцевому підсумку сприятиме підвищенню рівня міжнародної конкурентоспроможності країн-учасниць та їхньому соціально-економічному

Основні характеристики регіонального кластеру (МК) наступні:

- 1) Географічна близькість учасників регіональних кластерів не розглядається як джерело конкурентних переваг. Особлива увага приділена взаємодії на основі спільності технологічних і органі-заційних характеристик, а не територіальної приналежності й регіонального потенціалу.
- 2) Суб'єкти кластера є резидентами різних держав. Вони пов'язані в технологічні ланцюги і взаємодоповнюють один одного, а також співпрацюють і конкурують одночасно. Вибір розташування учасників регіональних кластерів пов'язаний із наявністю вузлів інформаційних потоків і налагоджених каналів зв'язку.
- 3) Регіональний кластер заснований на використанні переважно міжнародної спеціалізації та кооперації виробництва.
- 4) Мережева природа регіональних кластерів виражається у відкритості кордонів системи з можливістю зміни складу учасників, збереженні динамізму внутрішньої структури і високого ступеня зв'язаності членів кластера, швидкій адаптації до постійно мінливих умов зовнішнього середовища, наявності емерджентних властивостей системи і здатності до самоорганізації.
- 5) Регіональний кластер відрізняється наявністю розвинутої інфраструктури, що забезпечує трансфер знань і технологій. У рамках міжнародної економічної інтеграції формуються бракуючі ланки ланцюжка створення вартості, загальні стандарти виробництва, управління поставками, активно розвиваються міжнародні кластерні бренди.
- 6) Відносини між учасниками регіональним кластером можуть як регламентуватися міжнародними двосторонніми та багатосторонніми договорами, так і бути нерегламентованими.
- 7) Регіональний кластер функціонує на основі корпоративних і міжнаціональних суспільних цінностей, які формують клімат взаємної довіри. регіонального кластеру має колективну стратегію, яка об'єднує усі підприємства-учасники кластера [24].

Перераховані вище характеристики регіонального кластеру великою мірою взаємопов'язані і обумовлюють його особливості (рис. 1.1).

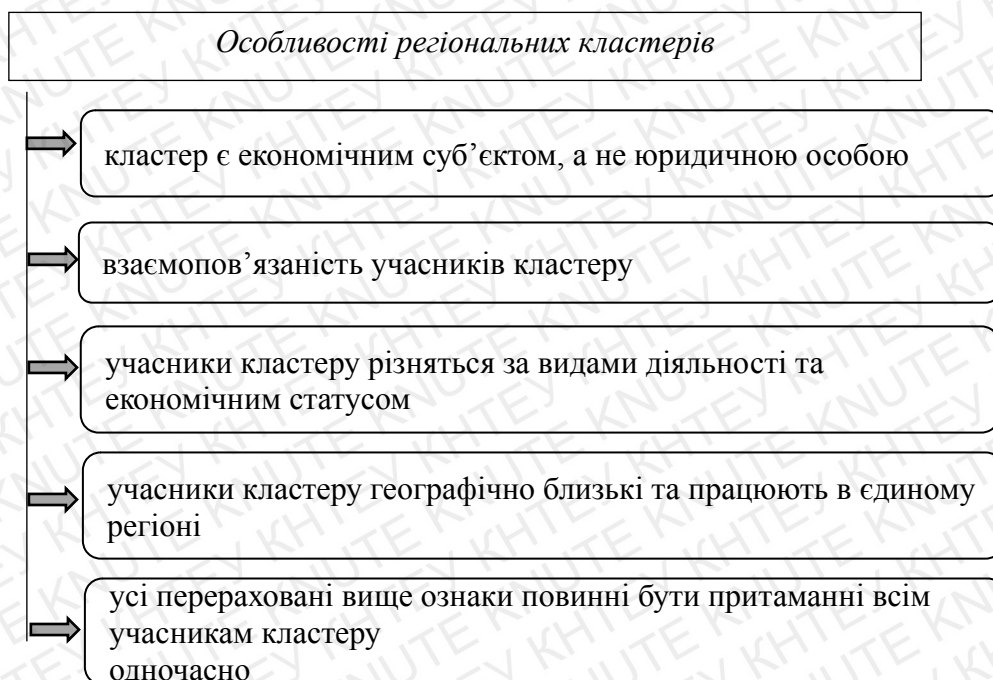


Рис. 1.1. Особливості регіональних кластерних утворень [42]

Аналізуючи кластерні структури за ознакою територіального поділу (рис. 2), відзначимо, що міжнародні кластери об'єднують підгрупи транскордонних, транснаціональних і глобальних кластерів, як це показано на рис. 1.2.

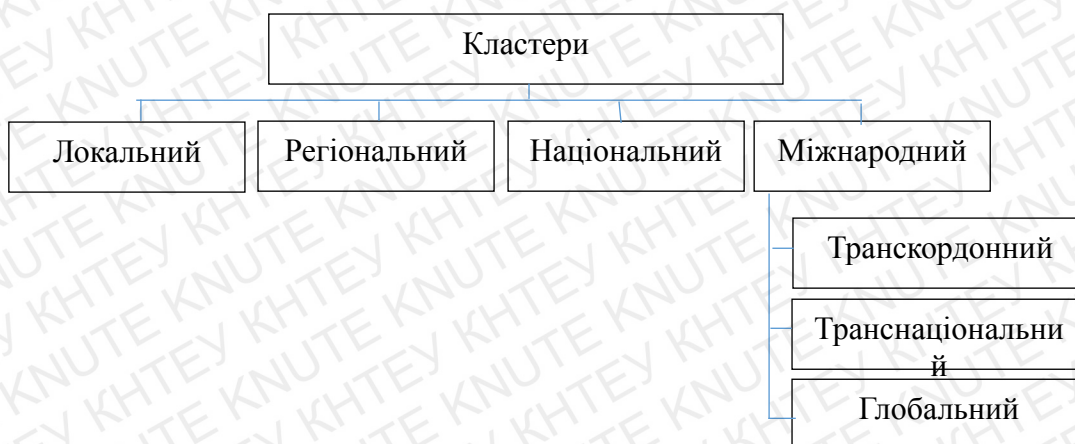


Рис. 1.3. Класифікація кластерів [39]

Як ми бачимо з рис. 1.3, міжнародні кластери - наймасштабніші бізнесові структури і об'єднують підприємства кількох країн. Це можуть бути економічно розвинені країни світу, а також країни, що розвиваються.

Слід акцентувати увагу на тій обставині, що в глобалізованому світі досить складно ідентифікувати ринкових гравців за національною приналежністю. В даному випадку основний сумнів криється в неможливості однозначного визначення національності того чи іншого бренду, адже суб'єкти міжнародного бізнесу (ТНК, холдинги, концерни) зосереджують капітал більш ніж однієї країни. Як правило, це група країн, - від двох до двадцяти.

При формуванні підходів до класифікації кластерів використовують широкий діапазон ознак, за якими кластери об'єднуються в однорідні групи. Для цілей даного дослідження першочергово слід виділити класифікацію кластерів за видом економічної діяльності, згідно з якою кластери можна узагальнено розділити на промислові, кластери у сфері послуг (фінансових, туристичних, освітніх, медичних, транспортно-логістичних, торговельних тощо), сільськогосподарські та будівельні. Така класифікація є дещо умовною, адже кластер може функціонувати одночасно у декількох видах економічної діяльності (наприклад, агропромисловий, промислово-будівельний тощо). Проте визначальним критерієм для віднесення кластера до того чи іншого виду економічної діяльності є кінцева мета його діяльності (виробництво сільськогосподарської чи промислової продукції, надання послуг).

Класифікація форм кластеризації регіональної економіки наведено на рис. 1.4. У процесі визначення форм кластеризації економіки варто відмітити, що у економічній літературі дане питання розкрито на недостатньому рівні. Більшість досліджень акцентують увагу на класифікації форм кластерів, однак недостатньо уваги приділено визначенню моделей кластеризації, зокрема опису практичної їх реалізації на прикладі досвіду різних країн. В зв'язку з цим спробуємо сформулювати класифікацію форм кластеризації економіки виходячи з основних детермінант створення кластерів (рис. 1.4).



Рис. 1.4. Класифікація форм кластеризації регіональної економіки [42, 44, 51, 60, 67, 70, 76]

За географічною ознакою можливими є регіональна, міжрегіональна та міжнародна форми кластеризації. Регіональна форма передбачає утворення кластерів у географічних межах лише одного регіону.

Сутність кластерного підходу полягає в тому, що це є нова управлінська технологія, яка дозволяє підвищити конкурентоспроможність окремого регіону, галузі або обох разом. Тобто, застосовуючи кластерний підхід, ми підвищуємо ефективність функціонування та конкурентоспроможність підприємств регіону (оскільки кластер обмежений географічно) шляхом координації та об'єднання

зусиль (у тому числі і в просуванні наперед визначеного спільного продукту, в нашому випадку туристичного) не лише безпосередніх виробників продукту, а й допоміжних підприємств, які опосередковано пов'язані з виробництвом кінцевого продукту кластера. Крім того, ефективність функціонування підприємств за рахунок впровадження інноваційних підходів та новітніх, наукомістких технологій [10, с.56].

Кластер повинен також забезпечити залучення реальних організаційно-економічних, соціальних, фінансових, ринкових, інформаційних, правових механізмів і технологій управління; розробку, обґрунтування програм і бізнес-планів розвитку рекреаційних підприємств.

Об'єднання в кластери дає змогу залучати фінансові ресурси в нові виробництва завдяки об'єднанню спільних фінансових можливостей підприємств того чи іншого кластера; залученню інвестицій через спільну участь в інвестиційних програмах; участі в конкурсах проектів, що фінансуватимуться як гранти; об'єднанню спільних фінансових можливостей підприємств для забезпечення гарантій на отримання кредитних ресурсів. При цьому забезпечується обмін інформацією, а також можливість виходу на зовнішні ринки [4].

Перевагами використання кластерної моделі взаємодії є:

- можливість спільного використання об'єднаних капіталів та прискорення інновацій;
- можливість спільного використання ресурсів (відповідно, їх більш повне використання та менша питома вартість);
- встановлення ефективної спеціалізації підприємств;
- узгоджений поділ ринку та уникнення непродуктивної конкуренції;
- отримання ефекту масштабу та подолання недоліків, які пов'язані з малими розмірами підприємств;
- зниження та поділ ризиків;
- підвищення стійкості окремих підприємств та мережі в цілому;

- встановлення довгострокових зв'язків за відтворювальним ланцюгом, включаючи зв'язки між виробником та споживачем [1].

Варто також розглянути вплив кластерів на регіональну економіку. Порівняльну характеристику впливу кластерів на національну та регіональну економіку наведено нижче (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Порівняльна характеристика впливу кластерів на національну та регіональну економіку [42, 67]

Вплив на національну економіку	Впливу на регіональну економіку
1. Розробка програми щодо формування кластерів в регіонах	1. Сприяння розвитку партнерства в регіоні
2. Сприяння розвитку міжнародної співпраці в рамках кластерних ініціатив	2. Визначення пріоритетних напрямків щодо створення регіонального кластеру
3. Створення умов для залучення іноземних інвестицій	3. Проведення інформаційної компанії серед потенційних учасників та зацікавлених осіб у формуванні кластеру
4. Забезпечення контролю за дотриманням чинного законодавства, особливо в галузі забезпечення якості продукції, екології, цільового та раціонального використання земельних ресурсів	4. Забезпечення ефективної методичної, інформаційно-консультаційної та освітньої підтримки реалізації кластерної політики
5. Визначення джерел фінансування кластерів	5. Формування умов для ефективного організаційного розвитку кластерів
6. Сприяння розвитку міжнародної співпраці в рамках кластерних ініціатив	6. Забезпечення ефективної підтримки проектів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності учасників кластера
7. Розробка методики визначення потенційних кластерів, їх ефективності	7. Розробка регіональних програм підтримки кластерних ініціатив
8. Проведення аудиту наявного ресурсного потенціалу у всіх адміністративно-територіальних одиницях області з метою виявлення територій, де є передумови для створення кластерів	8. Запровадження комплексного моніторингу розвитку економічної ситуації в регіоні з метою виявлення потенційних учасників кластеру

Україна має значний потенціал для кластеризації економіки в регіонах як в напрямку розробки нових технологій, так і в традиційних напрямках. Тому розвиток кластерів сприяє забезпеченню організаційно-правової, фінансово-економічної та інституційної підтримки бізнесу у регіонах. Вплив регіональних кластерів на економіку регіонів також сприятиме інноваційному її розвитку, підвищенню конкурентоздатності регіонів на внутрішньому та зовнішньому ринку, залученню інвестицій.

Нині сформовано ряд кластерів, що успішно функціонують, однак проведені дослідження дозволяють зробити висновок, що значна кількість інноваційно-активних підприємств в регіонах нашої країни дозволяє забезпечити формування нових моделей господарювання, таких як кластер. У доповнення важливо зазначити, що нині є ряд проблем, що заважають активному соціально-економічному розвитку регіонів, а саме нестабільний фінансовий стан, дефіцит інвестиційних ресурсів та недостатня активність територіальних громад, змушує шукати нові шляхи господарювання підприємств, що сприятимуть налагодженню партнерських зв'язків, активізуватимуть спільноту у вирішенні регіональних проблеми. Це в свою чергу, змушує державні органи влади шукати нові шляхи активізації формування кластерів в регіонах країни.

Отже, кластер - це галузево-територіальне добровільне об'єднання підприємств із науковими установами й органами місцевої влади для підвищення конкурентоспроможності власної продукції та економічного зростання регіону. Світова практика свідчить про високу економічну результативність діяльності значної кількості різноманітних кластерів, підтверджуючи їхні конкурентні переваги порівняно із традиційними формами організації бізнесу. Залежно від мети створення кластери можуть мати внутрішню орієнтацію (наприклад, спрямовані на активізацію підприємницької діяльності в галузі чи регіоні, вирішення проблем зайнятості) або експортоорієнтовану спрямованість.

1.2. Характеристика процесу формування туристичних кластерів

Туристичні кластери є об'єднаннями туристичних і споріднених підприємств, які зазвичай взаємодіють із науковими та освітніми установами, органами місцевої влади для підвищення конкурентоспроможності туристичних послуг. У межах туристичних кластерів можливим є таке поєднання різних підприємств, які в одних ситуаціях конкурують між собою, а в інших - співпрацюють для вироблення певних спільних рішень, розроблення спільних ініціатив, хоча це здебільшого залежить від структури кластеру [5]. Основними детермінантами формування туристичних кластерів є такі: близькість до ринків, забезпечення спеціалістами у галузі туризму, доступність специфічних рекреаційно-туристичних ресурсів, економія за рахунок масштабу виробництва туристичного продукту [2].

Враховуючи особливості туристичної галузі, можна виділити основні характеристики туристичних кластерів (рис. 1.5).



Рис. 1.5. Основні характеристики туристичних кластерів [34]

1. Наявність конкурентоспроможних підприємств. Ключовою умовою для розвитку туристичних кластерів є наявність на ринку конкурентоспроможних підприємств. У якості індикаторів конкурентоздатності розглядаються наступні позиції: високий рівень виробництва компанії та

секторів, які формують кластер; високий рівень експорту продукції та послуг; високі економічні показники діяльності компаній.

2. Наявність у регіоні конкурентних переваг для розвитку туристичного кластеру. Сприятливе географічне положення, доступність рекреаційно-туристичних ресурсів, наявність спеціалізовано освічених людських ресурсів, спеціалізовані навчальні заклади та освітні програми з туризму. В якості індикатору конкурентних переваг території може розглядатися високий рівень залучення інвестицій на рівні підприємств та секторів, які входять до кластеру.

3. Географічна концентрація та близькість. Ключові учасники, які знаходяться у географічній близькості один до одного володіють можливостями до активної взаємодії. Географічний масштаб може варіювати від типу та особливостей кластеру та охоплювати один або кілька регіонів країни.

4. Склад учасників. Кластер може складатися з учасників, які пропонують кінцевий туристичний продукт або продукцію, яка може стати допоміжною для надання туристичних послуг. Важливою умовою функціонування рекреаційно-туристичного кластеру є наявність групи спеціалізованих навчальних закладів, які випускають кваліфікованих фахівців у галузі туризму та рекреації.

5. Наявність зв'язків та взаємодії між учасниками кластеру. Одним із ключових факторів успіху для розвитку кластерів є наявність робочих зв'язків та координації зусиль між учасниками кластеру. Ці зв'язки можуть мати різну природу включаючи формалізовані зв'язки між учасниками та партнерські зв'язки між організаціями кластеру та ВНЗ регіону [2].

Разом із такою особливою ознакою кластера, як територіальна локалізація підприємств, залучених в індустрію туризму, розроблені додаткові ознаки, наявність яких свідчить про існування туристичного кластеру на визначеній території [39]:

- присутність на території туристичних організацій, що реалізують конкурентоспроможні туристичні продукти, створюючи основу для розвитку суміжних з туризмом галузей, залучення місцевого населення в туристичну діяльність;
- наявність державних і некомерційних інститутів підтримки туристичної діяльності в регіоні;
- наявність унікальних туристичних ресурсів;
- існування на території необхідної інфраструктури.

Запропоновані ознаки дозволяють визначити наявність або відсутність можливості створення туристичного кластеру на певній території. Однак, слід доповнити даний список дуже важливим положенням - наявність стійкого споживчого попиту на туристичний продукт. Організація та діяльність кластеру у сфері туризму є надзвичайно актуальною, адже кластер може бути одним з основних елементів організаційно-економічного механізму регулювання діяльності територіальних рекреаційних систем та мати великий вплив на підвищення ефективності управління туристичною і курортно-рекреаційною сферою. Саме кластер може найкращим чином сприяти об'єднанню однорідних туристичних підприємств та супутніх фірм і організацій, що виробляють і реалізують туристичні послуги, та створити гідну конкуренцію подібним туристичним продуктам на міжнародному ринку. Концентрація зусиль на створенні різноманітних туристичних продуктів здатна зацікавити туристів (внутрішніх або іноземних).

Основними із елементів кластеру є постачальники спеціалізованих туристичних послуг. При цьому якість надання послуг повинна відповідати вимогам ринку. Основа туристичного продукту - послуги постачальників, і без цих підприємств існування кластеру неможливо. Суть діяльності обслуговуючих туризм галузей полягає в наданні туристам супутніх послуг. Ці підприємства і організації функціонують на ринку товарів і послуг незалежно від туризму, але їх залучення до складу кластера створить більш привабливі умови для розвитку та збільшення обсягів обороту. Основний туристичний

продукт може бути реалізований і без участі місцевих організацій, але це спричинить збільшення витрат. Сталий розвиток обслуговуючих галузей та їх активна взаємодія з туристичними організаціями - це запорука успішного функціонування всього кластеру [81].

Кластер функціонує тільки в певному середовищі, а саме в сприятливих умовах (політичних, соціокультурних, економічних, природних), які являють собою сукупність зовнішніх факторів, що забезпечують конкурентоспроможність туристичних послуг. Сприятливі умови - це комплексне поняття і включає такі елементи, як ресурси (природні, людські), науково-дослідний потенціал, інвестиційний клімат, характер конкуренції, унікальність виробленої продукції і послуг, потреби місцевих споживачів, кваліфікація постачальників, наявність пов'язаних галузей. При формуванні туристичного кластеру необхідно ідентифікувати його географічні межі і враховувати кліматичні чинники, які відносяться до природних умов. Географічні межі багато в чому створюють транспортні комунікації (стан автомобільних доріг, розвиток малої авіації, водного транспорту), які з'єднують між собою основні центри тяжіння туристів. Географічні межі кластеру залежать і від специфіки туристичних ресурсів, історичних особливостей розвитку території, включаючи кліматичні умови і рельєф місцевості [52].

Основними перевагами кластерної моделі організації туристичної діяльності національних підприємств є: використання ефекту масштабу (коли економічна ефективність спільної діяльності об'єднаних у туристичний кластер підприємств є вищою порівняно з відокремленою діяльністю), розширення доступу до інновацій (досягається за рахунок зустрічних міжорганізаційних потоків ідей та інформації), формування локального галузевого ринку праці (дозволяє здійснювати обмін співробітниками, їх стажування, підвищення кваліфікації), зменшення собівартості послуг за рахунок спільного використання туристичних ресурсів та туристичної інфраструктури, розширення кола конкуруючих між собою постачальників та споживачів туристичних послуг, розвитку кооперування, договірної спеціалізації.

Туристичні кластери можуть об'єднувати як незначну, так і велику кількість підприємств туристичного та споріднених і допоміжних секторів економіки. Вони можуть формуватися як з великих, так і з малих фірм у найрізноманітніших поєднаннях і відносинах. Наприклад, кластери в Італії об'єднують переважно малі та середні підприємства, в Шотландії (базова модель ЄС) – ядро кластера формують потужні підприємства, інколи іноземного походження. Туристичні кластери об'єднують значно більше коло учасників, включаючи різноманітні інститути підтримки, виробничі та комерційні структури, а також регіональні і національні уряди (в особі туристичної адміністрації, департаментів туризму) (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Особливості кластерної моделі об'єднання підприємств туристичного бізнесу [52]

Некластерні об'єднання підприємств туристичного бізнесу	Кластерна модель об'єднання підприємств туристичного бізнесу
Об'єднуючим є пільговий доступ до туристичних ресурсів	Об'єднуючим є пільговий доступ до туристичних, фінансових, людських та інших ресурсів
Членство обмежене	Членство є відкритим для всіх бажаючих
Ґрунтуються на контрактних відносинах	Ґрунтуються на соціальних цінностях, які заохочують довіру між членами і сприяють розвитку взаємодовіри
Засновані на кооперації	Потребують як кооперації, так і конкуренції
Здійснюють розрізнені спільні заходи	Реалізують спільні комплексні програми

Кластерна модель організації туристичної діяльності відрізняється відсутністю централізованого впливу, дотриманням умов рівноправності, створенням умов для зростання ринкової конкуренції серед виробників туристичних послуг тощо. Окрім того, діяльність туристичних кластерів спрямована на забезпечення:

- інноваційності, адаптивності до умов зовнішніх ринків туристичних послуг, що постійно змінюються, взаємної діагностики підприємств кластера;

- максимального використання інформаційних і комунікаційних технологій (реклама в Інтернеті, електронна торгівля туристичними послугами);
- підвищення рівня кваліфікації та інтелектуального потенціалу працівників.

Основними перевагами кластерної моделі організації туристичного бізнесу в регіоні є [70]:

- використання ефекту масштабу, за якого економічна ефективність спільної діяльності об'єднаних у туристичний кластер підприємств є вищою порівняно з відокремленою діяльністю. Водночас з'являється можливість сформувати «критичну масу», необхідну для вирішення різноманітних організаційно-управлінських питань;
- розширення доступу до інновацій, що досягається за рахунок зустрічних міжфірмових потоків ідей та інформації;
- формування локального галузевого ринку праці, що уможливорює обмін працівниками, їх стажування, підвищення кваліфікації;
- зменшення собівартості послуг за рахунок спільного використання туристичних ресурсів і туристичної інфраструктури, розширення кола постачальників і споживачів туристичних послуг, що конкурують між собою, розвитку кооперування, договірної спеціалізації.

Цілеспрямований розвиток і впровадження кластерної моделі в туризмі, її ефективне використання потребує відповідного законодавчого, глибокого наукового, нормативного і методичного забезпечення. Саме кластерна модель організації діяльності підприємств може бути інтегруючим елементом для галузей та інституцій, які об'єднують свої зусилля для того, щоб отримати синергетичний ефект від співпраці.

Особливу увагу доцільно звернути на створення туристичних кластерів, які є специфічними організаційними формами об'єднання державних, наукових, освітніх, громадських та приватних структур, що здійснюють свою діяльність у туристичній сфері та розташовані на суміжних територіях.

Туристичні кластери як управлінські структури сприяють переходу від прямого втручання органів державної влади до опосередкованого.

Туристичний кластер – це ключова організаційна основа, яка поєднує підприємства туристичної та інших суміжних галузей у єдину систему, що дасть змогу реалізувати пріоритетні завдання, які стоять перед підприємствами, установами, організаціями, та сприятиме посиленню конкурентних переваг цього регіону [3].

Границі туристичного кластеру досить складно підпорядкувати стандартним системам галузевої класифікації. Туристичний кластер повинен складатись із комбінації галузей, що створюють туристичний продукт і умови для підвищення його конкурентоспроможності. Границі туристичного кластеру можуть змінюватись у зв'язку з появою нових підприємств і галузей, зі зміною умов ринку, державного регулювання.

Кластер дає можливість об'єднати зусилля всіх суб'єктів туристичної діяльності, державних органів влади, туристів тощо, таким чином підвищуючи ефективність територіального напрямку.

Переваги кластеризації у туристичній сфері формує Д. І. Басюк, зокрема вчений вказує на [39]:

- ефективне використання туристично-рекреаційних ресурсів, удосконалення й підвищення конкурентоспроможності регіонального туристичного продукту;
- підвищення інвестиційної привабливості регіону, сприяння інноваційним інвестиційним проектам у галузі туризму;
- координацію зусиль влади, бізнесу та громадських організацій з метою розвитку туристичної інфраструктури;
- спільне використання кадрового потенціалу, реалізація програм підготовки та підвищення кваліфікації персоналу;
- зниження собівартості туристичних послуг за рахунок преференцій для учасників кластера;

- спільне використання ресурсів, узгодження стратегії і тактики бізнес-діяльності;
- реалізацію спільних маркетингових та рекламних заходів, участь у туристичних виставках та ярмарках, розробку та просування туристичного бренду регіонів;
- розширення можливостей для розвитку інноваційних форм і напрямів туристичної діяльності.

Доцільність формування кластера в туристичній сфері ґрунтується на показниках діяльності туристичних, готельних і санаторно-курортних закладів, трудових і фінансових ресурсів, що призводить до підвищення рівня обґрунтованості прийняття управлінських рішень: оптимізації витрат, скорочення ризику, що дає змогу повною мірою використовувати ресурсний потенціал та можливості на ринку туристичних послуг. Тобто ефективність від кластера пропонуємо визначати комплексно, оскільки вона може проявлятися в різних сферах діяльності (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Доцільність формування кластера в туризмі [44]

Сфера прояву кластера	Економічна ефективність застосування кластера
Економічна	Забезпечення належного рівня конкурентоспроможності, застосування оптимального маркетингового ціноутворення на туристичні послуги
Туристична	Розробка нових видів туристичних продуктів
Управлінська	Підвищення ефективності прийняття управлінських рішень на основі отриманих теоретичних і практичних навичок
Продовження табл. 1.4	
Екологічна	Дотримання вимог законодавства, зменшення впливу на навколишнє середовище
Правова	Формування нормативно-правових актів, які б відповідали поставленим вимогам економіки, суспільства, звичаям тощо
Соціальна	Задоволення суспільства умовами праці, формування сприятливого психологічного клімату в колективі
Податкова	Зменшення рівня податків для підприємств, які реалізують інвестиційні проекти

Туристичний кластер здебільшого розглядають як систему інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств,

постачальників базових та додаткових послуг із приводу створення спільного туристичного продукту [42]. На нашу думку, така дефініція є звужена, оскільки абсолютно не відображає можливості участі у такій формі інших управлінських секторів - державного, громадського, науково-освітнього. З управлінської точки зору, розгляд туристичного кластера як форми соціального діалогу є надзвичайно цінним, оскільки дає змогу оптимізувати процес реалізації механізму державного управління на регіональному рівні.

Формування туристичного кластера - не стихійний, а систематизований, чітко впорядкований процес, який вимагає змістовного методологічного підґрунтя з метою ефективної його організації. До механізму формування туристичного кластера як управлінського інституту повинні належати такі основні блоки:

1. Визначення ініціативної групи - реальних учасників кластера. Формування туристичного кластера повинне розпочинатись з ініціативи конкретних суб'єктів, розташованих на територіях, що є територіально суміжними. Такі суб'єкти формують ініціативну групу. Це можуть бути місцеві органи державної влади (управління культури і туризму місцевої державної адміністрації (далі - МДА) та їх територіальні представництва в районах), органи місцевого самоврядування (спеціалізовані відділи чи інші структурні підрозділи міських, селищних, сільських рад), провідні суб'єкти туристичної діяльності (потужні туристичні оператори чи туристичні агенти), спеціалізовані громадські та міжнародні організації, які фінансують такі проекти, наукові та освітні установи, які проводять науково-дослідну роботу та обґрунтовують економічну ефективність таких форм співпраці.

2. Проведення комплексного маркетингового дослідження на відповідній території, яка охоплює реальних та потенційних учасників кластера. Таке дослідження, проведене ініціативною групою, повинне визначити стан розвитку туристичної галузі через моніторинг базових показників та прогнози на довгострокову перспективу, виділення основних проблем розвитку туризму

та шляхів їх подолання, зокрема таких, які б могли бути реалізованими учасниками кластера.

3. Формулювання основної мети туристичного кластера. Традиційно це підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту регіону. При цьому туристичний продукт регіону - це сукупність усіх видів товарів і послуг, які пропонуються у регіоні для споживачів і розроблені на основі регіональних історико-культурних, природничих та інших ресурсів території.

4. Формулювання цілей туристичного кластера. Цілями в рамках визначеної мети можуть бути: перетворення території на провідний туристичний центр; ефективне використання, збереження та нарощування туристично-рекреаційного потенціалу регіону; ініціювання та координація проектів розвитку туризму, зокрема з залучення інвестиційного капіталу; промоція туристичного продукту регіону; підвищення кваліфікації фахівців туристичної галузі, що здійснюють підприємницьку та трудову (як наймані працівники) діяльність на відповідній території; отримання прибутку від діяльності в туристичній галузі; співпраця з закордонними партнерами в туристичній галузі.

5. Побудова структури туристичного кластера (рис. 1.6). Це надзвичайно важливий етап, оскільки тут визначаються концептуальні основи взаємодії учасників та забезпечення їх діяльності. Така структура, розроблена ініціативною групою та конкретизована під певну ситуацію, може бути представлена ширшому загалу - потенційним учасникам кластера.

Туристичний продукт



Типову структуру туристичного кластера в регіоні формують такі складові, як ядро, учасники, механізм управління, сектори. Сектори кластера відображають функціональний розподіл його учасників за наступними групами: управлінські (здебільшого це органи державної влади), виробничі (суб'єкти туристичної діяльності та органи державної влади як суб'єкти підприємництва), обслуговуючі (суб'єкти підприємництва суміжних галузей, які формують мезооточення), забезпечуючі (здійснюють фінансування функціонування кластера), допоміжні (засоби масової інформації, поліграфічні фірми тощо). Між цими секторами повинні існувати тісні мережеві зв'язки, що мають координуватись через секретаріат ради туристичного кластера як постійно діючий орган у його структурі з основними управлінськими повноваженнями. Особливу увагу потрібно звернути на складову матеріально-технічного забезпечення, оскільки від ефективності її організації суттєво

залежить залучення коштів місцевих органів державної влади, що відображає принцип адиціоналізму (з досвіду регіональної політики країн ЄС).

6. Розроблення статуту туристичного кластера. Такий документ повинен бути розроблений із урахуванням усіх специфічних умов підприємницької діяльності на відповідній території та передбачати широке коло можливостей щодо сфери діяльності.

7. Державна реєстрація туристичного кластера. Окремі суб'єкти, зокрема учасники ініціативної групи, декларують свою участь у кластері через офіційне його оформлення (реєстрацію). Створення туристичного кластера повинне бути затверджене рішенням обласної ради та при потребі відповідними територіальними органами виконавчої влади і органами місцевого самоврядування.

Отже, туристичний кластер - це система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг, спрямованих на створення спільного туристичного продукту. До туристичних кластерів належать групи підприємств, сконцентрованих географічно в межах регіону, які спільно використовують туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність. У структурі туристичного кластеру доцільно виділяти чотири основних сектори: сектор виробництва туристичних послуг; сервісний сектор; допоміжний сектор; сектор забезпечення життєдіяльності туристичного кластеру. Кластерний підхід може забезпечити підвищення економічної ефективності, рівня конкурентоспроможності регіону через розвиток інфраструктури, формування нових туристичних продуктів, забезпечення рівня екологізації території та відродження природного потенціалу, закріплення стійких ринкових позицій тощо.

1.3. Світовий досвід використання кластерної моделі розвитку туризму

Сьогодні підхід до розвитку туризму та рекреації заснований на кластерах знаходить все більшого застосування у зарубіжних країнах. Практика кластеризації сфери туризму та рекреації виникла у другій половині XX ст., і у 1980-1990-ті рр. розповсюдилась у Північній Америці, Європі та нових промислових країнах [14].

Домінуючою формою кластеризації є тематичні кластери - штучні об'єднання, сформовані на однорідних сегментах ринку туризму та рекреації, що охоплюють певну продуктову нішу (наприклад, спортивну, культурно - пізнавальну, розважальну та ін.) [47]. Наукові дослідження доводять, що тематичні кластери формують такі ланцюги додаткової вартості та системи накопичення вартості, що дозволяють туристу отримати відповідні враження та туристичний досвід.

Серед найбільш відомих тематичних кластерів туризму та рекреації США можна виділити кластер винного туризму Долини Напа, штат Каліфорнія (Napa Valley), що містить близько 220 виноградників (загальною площею 13000 га.) та 250 підприємств винної індустрії міст Калістога, Оуквілл, Рутерфорд, Сант-Хелена та Юнтвілл. Найбільш відомими виробниками кластеру є Мамм-Напа-Веллі (виробляє вина у кращих класичних традиціях), Рутерфорд-Хілл-Вайнери (використовує унікальну технологію виробництва вин) та Клос-Пегас (власник унікальної колекції марочних вин).

Варто відмітити, що у процесі виокремлення туристичних кластерів за рівнем економічного розвитку доцільним є використання з цією метою різних похідних від вартісних показників формування туристичних продуктів (частка у валовому регіональному продукті, питома вага у ВВП). Варіація розмірів туристичних кластерів може бути надзвичайно великою: є достатньо багато кластерів, у яких загальна кількість працівників близько 500 осіб, а є мегакластери, котрі об'єднують більше 30 тисяч робочих місць (рис. 1.5). Як

видно з рис. 1.7, найпоширеніші невеликі за розміром туристичні кластери, трудові ресурси яких не перевищують 5000 осіб. Очевидно, що і кількість компаній у них мінікластерах мала - не більше 100 учасників.

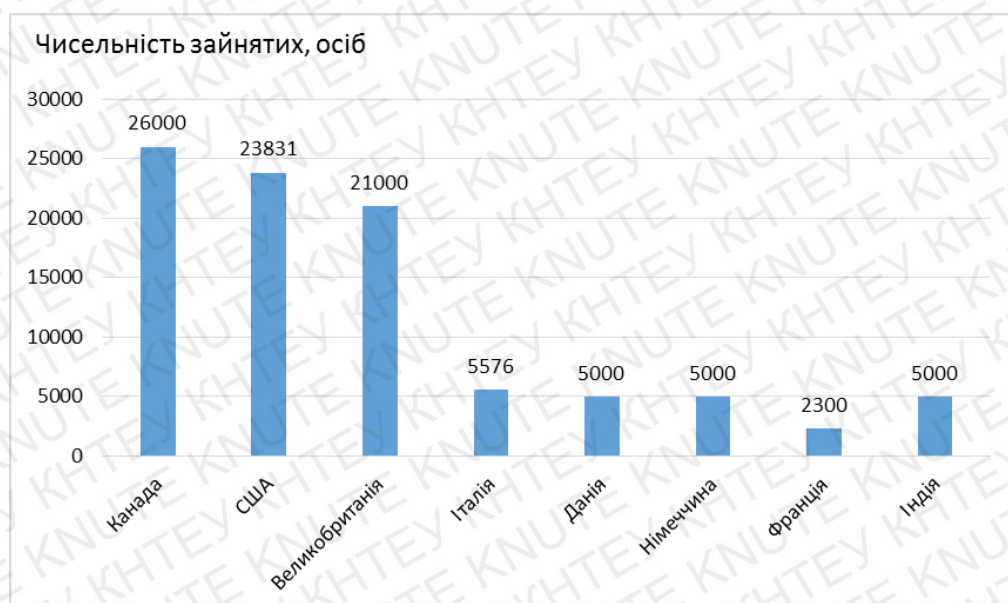


Рис. 1.7. Розміри туристичних кластерів у країнах із кластеризованою економікою (середня зайнятість у кластері, осіб) [89]

Спостерігається дуже значна диференціація типових туристичних кластерів за розміром у різних країн (рис. 1.7). Мініатюризація кластерних структур поширена у Франції, Італії, Німеччині, Індії. Середня кількість зайнятих у кластерах тут у 5 - 10 разів менша, ніж у Канаді, США, Великобританії, котрі тяжіють до формування мегаструктур.

В Європі високим рівнем кластеризації у сфері туризму особливо виділяються Італія, Франція та країни Балтійського регіону. Особливо слід зазначити розвиток туристичного кластера в Італії. Дана країна - загальноновизнана країна сучасного туризму, де розташовано 60% світової культурної спадщини, і цей важливий чинник сприяє залученню близько 80 млн. туристів на рік. Туризм займає в Італії четверте місце серед провідних галузей економіки після текстильної промисловості, виробництва одягу та взуття (10,6% ВВП), металообробної, автомобілебудівної індустрії та виробництва транспортних засобів (10,1%). Нині Італія страждає від

конкуренції в галузі туризму з боку країн, що проводять більш агресивну політику і володіють кращою взаємодією державних і приватних організацій. Це насамперед Іспанія, яка вийшла за обсягом доходів від туризму на перше місце у світі, випередивши Францію [89].

Відповідальний туризм - це нова форма кластеру розміщення туристів, останнім часом розроблена в Італії в деяких селах і долинах, особливо центрально-північній, яка спрямована на залучення спільноти в усіх його організованих формах - державних і приватних. Ця оригінальна форма туристичної гостинності включає в себе ту частину населення села або долини, яка доступна до відвідування та володіє набором відповідних туристичних атракцій. Центрально-північний район саме багатий на традиції, гастрономію, традиційну майстерність та старі ремесла. Це сприяє розвитку та забезпечує необхідний прийом, гостинність даної території, пропонуючи досвід, знання і свідчення матеріальної культури місця. Метою даного кластера є сприяння розвитку сільських садиб у контексті сталого розвитку галузі туризму в даному районі та отримання при цьому синергічного ефекту від їхньої діяльності. Метою кластера є прихильне ставлення до туриста з можливістю взяти його «за руку» в його відпочинку та створити йому атмосферу свята і відкриттів у своєму селі чи у своїй долині. У центрі кластеру - досвід, життя і щоденна робота тих, хто проживає в селі або в долині. Багато фермерів, скотарів, ремісників та підприємців у Валь-ді-Раббі живуть у балансі традицій і сучасності, минулого і майбутнього; досвіду, який сприяє стійкому розвитку економіки району та приносить користь всьому співтовариству, створюючи навколо них згоду, солідарність і конкретну підтримку [19]. Також розвиток туристичних кластерів в Італії відзначається високим науковим рівнем. Це дало змогу в комбінації із системною державною підтримкою створити високоефективні кластери, які активно використовують багаті природні ресурси. Заслужовують на увагу такі кластери [16]:

- туристична система «Тразименське озеро» в Умбрії (об'єднує поряд із туристичними підприємствами, закладами розміщення та харчування також

торговельні структури, підприємства з виробництва товарів, специфічних для даної місцевості (вина, оливкової олії);

- «Салінунтінські терми» (Сицилія);
- «Адріатичне море і берег»;
- «Міста мистецтв, культури та бізнесу» (Емілія - Романія).

Одним із найбільш успішних прикладів розвитку туристичного кластера є туризм у Хорватії. Тут учасники кластера представлені Міністерством туризму Хорватії, готельними комплексами, туроператорами, ресторанами, концесіонерами, транспортними організаціями, власниками магазинів, музеями, освітніми установами, супутніми галузями. Робочі групи кластера створені за такими сферами, як: маркетинг і брендінг, розробка продукту, кадрові питання, інфраструктура, законодавче і регулятивне середовище. Стратегією розвитку кластера туризму в Хорватії є стратегія диверсифікації економіки. Шляхом диверсифікації індустрія надає унікальну і високоякісну цінність хорватському співтовариству (населенню Хорватії) і відвідувачам Хорватії через високу якість продукції, а також конкурентні переваги продуктів індустрії [18].

Росія також може продемонструвати багато створених та успішно діючих туристичних кластерів на своїй території. Одним із таких прикладів є Республіка Карелія. Основу туристичного кластера регіону становлять різноманітність і виразність природи республіки, багаті культурні традиції корінних народів, а також географічна близькість до туристичних ринків Західної Європи. Ефективному розвитку кластера перешкоджає низький рівень розвитку ключової інфраструктури республіки, відсутність виразного брендінгу і міжнародного маркетингу туристичних послуг регіону, а також низький рівень сервісних послуг [2].

Яскравим прикладом розвитку та діяльності туристичних кластерів є Польща, де існує близько 11-ти туристичних кластерів [20]. До них належать: «Сонце регіону» (воєводство Святиокриське) - метою діяльності є впровадження сучасних технологій у туристичному секторі, надання підтримки процесу інформатизації туристичним підприємствам; Північно-східний туристичний

кластер «Кристал Європи» - спеціалізується на виробництві екологічно чистих продуктів (координатор кластера Парк науково-технологічний «Польща - Схід» у Сувалках); «Міський - Краків» - кластер утворено за ініціативи влади міста; Підкарпатський медично-туристичний кластер (дільниці Тарнова, Жешув) - у кластері активно бере участь 35 підприємств із дільниці Південно-Східної Польщі, загалом працюють у сфері медичної туристики. Якщо проаналізувати карту створення туристичних кластерів Польщі, то спостерігається тенденція створення туристичних кластерів по всій країні, і кожен наступний кластер має свої специфіку і різновид діяльності, чим збільшує пропозицію і, відповідно, породжує попит на туристичний продукт.

Транскордонне співробітництво є однією з форм сприяння розвитку кластерної моделі та надзвичайно актуальним і необхідним процесом у поглибленні економічних, соціальних, особливо науково-технічних, відносин між територіальними громадами. Бещадський транскордонний туристичний кластер - до нього входять Бещадський повіт, Самбірський район, Турківський район. До вищезгаданого кластера входять 50 суб'єктів господарської діяльності, домінують агротуристичні господарства. Мета кластера - підготовка фірмових туристичних продуктів в області освітньо-пізнавальної туристики та комплексного туристичного обслуговування.

Також на даний час проводиться підготовка та розроблення ще одного транскордонного туристичного кластера між Східною Польщею та Західною Україною із залученням експертів з обох сторін кордону. Даний проект сприяє сталому розвитку туристичного потенціалу на основі природних умов. Сталий розвиток - це такий розвиток суспільства, який задовольняє потреби сучасності, не ставлячи під загрозу здатність наступних поколінь задовольняти свої. Сталий розвиток має не лише екологічний складник, але й економічний та соціальний [21]. Даний проект буде носити назву Східний велосипедний шлях «Грін Вело». Унікальність даного туристичного продукту полягає у розбудові туристичної інфраструктури Східної Польщі з можливістю відкриття велопропуску на кордоні Польщі та України та продовження прокладання

велошляху на території України. Проектом закладена довжина велосипедного шляху 1 982 км. Побудова даного шляху передбачає розвиток супутньої інфраструктури. 90% велошляху проходить через сільську місцевість. Продукт привабливий для любителів природи та активного відпочинку у сільській місцевості. Даний туристичний продукт стимулюватиме економічний розвиток передусім сільської місцевості. Проект планується відкрити в 2016 р. Над розвитком бренду «Грін Вело» працює висококваліфікована команда спеціалістів, які планують до 2020 р. зробити продукт упізнаваним [82].

Показовим є досвід США, як країни, у якій вперше був застосований кластерний підхід до розвитку підприємств сфери рекреації та туризму. Що об'єктивно можна вважати наслідком успіхів об'єднання компаній «Кремнієвої Долина» - північної частини консолідованого метрополітенського статистичного ареалу Сан-Франциско (у штаті Каліфорнія). У рамках ареалу вперше реалізувався кластерний підхід до розвитку високотехнологічних компаній, внаслідок чого до кінця 1990-х р. венчурні інвестиції збільшилися з 2 млрд. дол. до 68,8 млрд. дол. [7]. Сьогодні кластерний підхід активно застосовується у США і до розвитку сфери туризму та рекреації.

Домінуючою формою кластеризації є тематичні кластери - штучні об'єднання, сформовані на однорідних сегментах ринку туризму та рекреації, що охоплюють певну продуктову нішу (наприклад, спортивну, культурно - пізнавальну, розважальну та ін.) [1]. Наукові дослідження доводять, що тематичні кластери формують такі ланцюги додаткової вартості та системи накопичення вартості, що дозволяють туристу отримати відповідні враження та туристичний досвід.

Серед найбільш відомих тематичних кластерів туризму та рекреації США можна виділити кластер винного тризму Долини Напа, штат Колифорнія (Napa Valley), що містить близько 220 виноградників (загальною площею 13000 га.) та 250 підприємств винної індустрії міст Калистога, Оуквілл, Рутерфорд, Сант-Хелена та Юнтвілл. Найбільш відомими виробниками кластеру є Мамм-Напа-Веллі (виробляє вина у кращих класичних традиціях), Рутерфорд-Хілл-Вайнери

(використовує унікальну технологію виробництва вина) та Клос-Пегас (власник унікальної колекції марочних вин). Передумовою формування тематичного кластеру стали [22]: 1) досвід успішної кооперації виробників вина «Каберне-совиньон», «Мерло», «Каберне фран», «Мальбек», «Пті вердо». Наприклад, починаючи з 1960-х р. був наявний обмін методами вирощування винограду та ведення спільної маркетингової діяльності; 2) туристсько-рекреаційні ресурси (мікроклімат, наявність потужних гейзерів, скалистий рельєф, природний об'єкт «кам'яний ліс» а ін.); 3) розвиток підприємств туристичної індустрії, що пропонують унікальні анімаційні послуги (екскурсії на повітряному шарі від Юнтвілла, тури Гргич-Хіллз протяжністю 64 км. на «Винному поїзді», щорічні аукціони вина «Долини Напа»); 4) історичні та соціально-культурні ресурси (тривала історія розвитку винної індустрії, що бере початок у XVIII сторіччі, гастрономічні традиції).

Цінним є досвід кластерного розвитку туризму та рекреації Австралії, що, також, орієнтований на тематичні кластери. Це можна розглянути на прикладі кластеру «тропічного туризму» Квінсленд, де туризм забезпечує близько 24% валового регіонального продукту. Передумовами формування окресленого кластеру стали [1]: 1) спільні зусилля місцевої індустрії туризму та регіонального бюро з розвитку регіону на внутрішньому та міжнародному ринку подорожей; 2) щільна співпраця туристичних підприємств міста Брісбен Логан-Сіті, Редланд-Сіті, Іпсуич, Тувумбу, Голд- Кост, Саншайн-Кост; 3) географічна близькість туристичних підприємств (що забезпечувало низькі витрати, що не входять у основні витрати на виробництво та обіг або непрямі витрати пов'язані з організацією справи, веденням переговорів, пошуком постачальників, оформленням контрактів, забезпеченням юридичного захисту; пошуком інформації); 4) наявність аеропорту, розрахованого на прийом іноземних та внутрішніх пасажирів; 5) наявність туристсько-рекреаційних ресурсів занесених у перелік всесвітньої природної та культурної спадщини (великого бар'єрного рифу, тропічних лісів та ін.).

В результаті кластерного розвитку «тропічного туризму» Квінсленд безпосередньо генерує 8,8 млрд. дол. США у економіку держави, а з урахуванням додаткових внесків 14,9 млрд. дол. США (або 4,5% від загального доходу держави) та надає робочі місця 118898 чол. (це 5,7% від всіх робочих місць у штаті). Квінсленд забезпечує Австралії 25,4% від всіх податкових надходжень до бюджету (зокрема, 24,9% від туристичної інфраструктури кластеру «тропічного туризму») [43]. Окреслені передумови сформували специфічну структурну модель кластеру, яка наведена на рис. 3. Така структурна модель формується широким колом партнерів, серед яких відсутні промислові виробники. Квінсленд, це штучне об'єднання підприємств сфери рекреації та туризму, що ведуть спільну роботу та пов'язані з ними організації, установи обслуговують ці підприємства. Так, кластерний розвиток підприємств сфери рекреації та туризму Квінсленда, дає змогу координувати і направляти дії різних елементів системи з різними інтересами в єдину ефективну сукупність, на основі цього зміни в одній ланці управління викликають зміни в інших. Що у кінцевому випадку інтегрує швидкий розвиток всіх учасників кластеру «тропічного туризму».

Як і у досвіді Долини Напа штат Каліфорнія (Napa Valley), у Квінсленді співпраця з органами місцевого самоврядування здійснюється на умовах ДПП. При цьому специфічною рисою такої співпраці є використання моделі ДПП за якої основним інвестором виступає приватний бізнес, а права на реалізацію проектів (з розвитку туризму) передаються на основі договорів концесії (державні органи виступають у ролі гаранта доходності таких інвестицій та за потреби надають податкові преференції концесіонерам).

Досвід кластерного розвитку сфери туризму та рекреації, також, спостерігається і в ряді інших країн, серед яких можна виділити Ватикан, м. Рим (кластер релігійного туризму), м. Єрусалим, Ізраїль (кластер релігійного туризму), м. Анталія, Туреччина (кластер культурно-пізнавального туризму) та ін.

Відповідно до вищенаведеного, більшість існуючих на сьогодні кластерів сфери туризму та рекреації є тематичними, що на нашу думку пов'язане із специфікою ядра кластеру тобто специфіки наявних туристсько- рекреаційних ресурсів, що можуть використовуватися для задоволення лише окремих (а не всіх) потреб населення у відпочинку та оздоровленні.

Проте, на нашу думку, чинником, що забезпечує успіх кластерів сфери рекреації та туризму є їх властивість щодо сприяння системному розвитку або синергетичній взаємодії всіх учасників окресленого штучного об'єднання (які на основі взаємозв'язку здатні забезпечити високу ефективність функціонування). При цьому основний принцип системного розвитку полягає в тому, що максимально ефективне функціонування кожного із елементів системи сприятиме максимально ефективному функціонуванню системи як цілого.

Отже, дослідження зарубіжного досвіду кластеризації туристичної сфери дозволяє зробити наступні висновки:

- 1) основою кластеризації економіки є кластер. У сфері туризму та рекреації кластери прив'язані до джерел туристсько-рекреаційних ресурсів, що використовуються для задоволення потреб населення у відпочинку та оздоровленні. Тому, тлумачення категорії «кластер», у визначеній площині, доцільно звести до штучного, сконцентрованого за географічною ознакою об'єднання незалежних учасників партнерства навколо ядра - «джерела ресурсів». Незалежними учасниками партнерства є підприємства або їх взаємопов'язані комплекси, що ведуть спільну роботу або обслуговують окремі сегменти галузі та пов'язані з ними організації та установи;

- 2) більшість існуючих на сьогодні кластерів сфери туризму та рекреації є тематичними, що пов'язане із специфікою ядра кластеру тобто наявними туристсько-рекреаційними ресурсами, що можуть використовуватися для задоволення лише окремих (а не всіх) потреб населення у відпочинку та оздоровленні. Так, можна виділити значну кількість прикладів успішного тематичного кластерного розвитку сфери туризму та рекреації, серед яких

Ватикан, м. Рим (кластер релігійного туризму), м. Єрусалим, Ізраїль (кластер релігійного туризму), м. Анталія, Туреччина (кластер культурно-пізнавального туризму), штат Квінсленд, Австралія (кластер тропічного туризму) та ін.

Висновки до розділу 1

1) В результаті проведеного дослідження наукових підходів до розуміння змісту та особливостей формування кластерів було запропоновано удосконалене визначення даного поняття як системи взаємопов'язаних вертикальними та горизонтальними зв'язками суб'єктів господарювання (включаючи виробничі підприємства, підприємства сервісної та комунікаційно-транспортної інфраструктури, фінансові установи, науково-дослідні заклади та органи управління), які мають різний ступінь юридичної самостійності, спеціалізації, географічної концентрації та функціонують на засадах поділу праці, інноваційно-технологічної спрямованості і кооперування, що дозволяє їм отримувати додаткові соціально-економічні вигоди. На сьогодні в науковій літературі існують численні підходи до класифікації форм та видів кластерів. Вибір критерію класифікації залежить від мети аналізу діяльності кластерних утворень та підходів до реалізації політики їх формування.

2) Доцільність використання кластера в туристичній сфері ґрунтується на показниках використання діяльності туристичних, готельних та санаторно-курортних закладів, трудових і фінансових ресурсів та призводить до підвищення рівня обґрунтованості прийняття управлінських рішень: оптимізації витрат, скорочення ризику, що дозволяє повною мірою використовувати ресурсний потенціал та можливості на ринку туристичних послуг. Туристичний кластер розглядають як систему інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг із приводу створення «основного продукту» кластера - туристичного продукту. До туристичних кластерів належать групи підприємств, сконцентрованих географічно в межах регіону, які

спільно застосовують спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці та інші функціональні структури господарства.

3) Більшість існуючих на сьогодні кластерів сфери світового туризму та рекреації є тематичними, що пов'язане із специфікою ядра кластеру тобто наявними туристсько-рекреаційними ресурсами, що можуть використовуватися для задоволення лише окремих (а не всіх) потреб населення у відпочинку та оздоровленні. Чинником, що забезпечує успіх кластерів сфери рекреації та туризму є специфічна властивість кластерів щодо сприяння системному розвитку або синергетичній взаємодії всіх учасників окресленого штучного утворення. У процесі формування туристичних кластерів схожі та взаємопов'язані підприємства і організації взаємодоповнюють і кооперуються для створення відносин взаємної довіри, взаємообміну ідеями й інформацією, спільної координації дій. Саме високий ступінь довіри дає змогу знизити вартість операцій, що здійснюються між партнерами. Навіть, якщо туристичні компанії раніше не працювали разом, але мали інформацію одна про одну і здійснювали неформальні зв'язки у рамках регіону, то це вже створює базу для формування довіри. Підприємства туристичного бізнесу, об'єднавшись у туристичний кластер у межах регіону, отримують змогу ефективніше відстоювати свої інтереси на рівні місцевих органів влади, а також брати участь у великих інвестиційних програмах. Механізм формування туристичних кластерів традиційно містить дві складові: створення ініціативної групи з формування кластеру, до якої мають входити як представники головних підприємств потенційного туристичного кластеру, так і фахівці, що мають досвід запровадження кластерної моделі в інших регіонах чи галузях (наприклад, спеціалісти агенцій регіонального розвитку, експерти різноманітних програм та ініціатив); офіційне визнання і реєстрація кластеру органами державної та місцевої влади.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕДУМОВ ВИКОРИСТАННЯ КЛАСТЕРНОЇ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ

2.1. Сучасний стан та тенденції розвитку ринку туристичних послуг Сумської області

На сьогодні однією з основних проблем є розвиток сфери послуг, а саме туризму. Туризм характеризується високими темпами розвитку, зростанням його ролі в економіці окремих регіонів України. Розглядаючи сучасні природньо-кліматичні умови Сумської області, можна з впевненістю сказати, що цей регіон має всі передумови для розвитку туризму. Отже, головною проблемою наразі постає питання про організацію діяльності та створення програм для розвитку туризму в Сумській області.

Спочатку пропонуємо розглянути показники чисельності суб'єктів господарювання, які функціонують на ринку туристичних послуг Сумської області.



Рис. 2.1. Динаміка кількості суб'єктів туристичної діяльності, що функціонують на ринку туристичних послуг Сумської області, од.

*побудовано за даними [74]

Як свідчать дані рис. 2.1, у 2011 році кількість суб'єктів туристичної діяльності, що функціонують на ринку туристичних послуг Сумської області, складала 74 од. У 2015 році відбулося скорочення кількості суб'єктів до 53 од., або на 28,4%. Основним чинником скорочення чисельності підприємств туристичної галузі у наведеному періоді є наслідки фінансової кризи та військово-політичного конфлікту на Сході України, що негативно вплинуло на розвиток туризму по всій країні. У 2016 році кількість суб'єктів туристичної діяльності, що функціонують на ринку туристичних послуг Сумської області, зростає на 4 од. або на 7,5% і склала 57 од. У 2017 році кількість суб'єктів туристичної діяльності становила 58 од.

Надалі розглянемо показники динаміки кількості туристів, які були обслужені туристичними підприємствами на території Сумської області (рис. 2.2)



Рис. 2.2. Динаміка кількості туристів, які були обслужені туристичними підприємствами на території Сумської області, осіб.

*побудовано за даними [74]

Як свідчать дані рис. 2.2, у 2011 році кількість туристів, які були обслужені туристичними підприємствами на території Сумської області,

складала 13597 осіб. У 2015 році відбулося скорочення кількості туристів до 7567 од., або на 44,3%. Основним чинником скорочення чисельності обслужених туристів туристичними підприємствами Сумської області було зниження попиту на туристичні послуги у наведеному періоді. У 2016 році кількість туристів, що були обслужені туристичними підприємствами на території Сумської області, зростає на 1252 особи, або на 16,5% і складала 8819 осіб. У 2017 році кількість туристів збільшилась на 2366 і становила 11185 осіб. Однак, варто відмітити, що у 2017 році не було досягнуто навіть показників докризового рівня обслуговування чисельності туристів (2011 рік). Це свідчить про те, наскільки значним було падіння ринку туристичних послуг у Сумській області у 2015 році.

Також варто розглянути динаміку загального туристичного потоку у Сумській області (табл. 2.1)

Таблиця 2.1

**Динаміка та структура туристичних потоків у Сумській області у
2011-2017 роках , осіб**

Рік	Кількість туристів, чол.	Динаміка відносно попереднього року, %	Іноземні туристи, осіб	Внутрішні туристи, осіб
2011	45172	-	17613	27559
2015	23254	-48,5	6137	17117
2016	25172	8,2	6796	18376
2017	28347	12,6	8793	19554

*побудовано за даними [74]

Як свідчать дані табл. 2.1, у 2011 році загальна чисельність сукупного туристичного потоку сумської області складала 45172 особи, в тому числі 17613 осіб становили іноземні туристи та 27559 складали внутрішні туристи. У структурі туристичного потоку у 2011 році переважала частка внутрішніх туристів – 61%, на іноземних туристів припадало 39% (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Динаміка структури туристичного потоку у Сумській області у 2011-2017 роках, %

*побудовано за даними [74]

У 2015 році відбулося скорочення обсягу туристичного потоку до 23254 осіб., або на 48,5%. Основним чинником скорочення чисельності туристичного потоку у Сумській області було зниження попиту на туристичні послуги у наведеному періоді. Попит знизився через фінансово-економічну кризу. Зокрема, також спостерігалось зниження активності громадян в плані готовності до переміщення та здійснення подорожей по території України. У 2016 році обсяг туристичного потоку збільшився на 1918 осіб або на 8,2% і склав 25172 особи. У 2017 році обсяг туристичного потоку зріс на 3175 осіб або на 12,6% і становив 28347 осіб. Варто зазначити, що у 2017 році не було досягнуто показників докризового рівня обсягу туристичного потоку (2011 рік).

Також помітним є те, що у 2015-2017 рр. частка іноземних громадян в структурі туристичного потоку скоротилася. Це було зумовлено зниженням рівня туристичної привабливості України в цілому та підвищення рівня безпеки для життя іноземних туристів внаслідок погіршення соціально-економічної, політичної та криміногенної ситуації.

За наведеними у табл. 2.1 показниками можна побачити нестабільну динаміку чисельності туристів взагалі та негативні зрушення останніми роками зокрема. У структурі туристичних потоків переважають внутрішні туристи, а доля іноземців – завжди менша за 1 %. Розглянемо також показники активності роботи засобів розміщення на території Сумської області. На рис. 2.4 наведено динаміку кількості обслужених туристів у колективних засобах розміщення у 2011-2017 рр.



Рис. 2.4. Кількість обслужених туристів у колективних засобах розміщення у 2011-2017 рр., тис.осіб

*побудовано за даними [69]

Як свідчать статистичні дані, наведені на рис. 2.4, у 2011 році колективними засобами розміщення було обслужено 71 тис. осіб, в тому числі 56,3 тис. осіб були обслужені у готелях та аналогічних засобах розміщення, 14,9 тис.осіб були обслужені у спеціалізованих засобах розміщення. У 2012 - 2013 роках чисельність обслуговування туристів колективними засобами розміщення продовжувала скорочуватися. Однак, пік скорочення припадає на 2015 рік – у цьому періоді колективними засобами розміщення було обслужено

53,2 тис. осіб, в тому числі 40,4 тис. осіб були обслужені у готелях та аналогічних засобах розміщення, 12,8 тис. осіб були обслужені у спеціалізованих засобах розміщення. Варто помітити також той факт, що кількість осіб, обслужених колективними засобами розміщення Сумської області, зросла у 2016 році до 62,7 тис. осіб, однак у 2017 році знов скоротилася до 58,1 тис. осіб. Це є тривожним сигналом для перспектив розвитку туристичного ринку області.

Важливою сферою туризму є дитячий туризм. Тому варто розглянути динаміку кількості дітей, які були обслужені у сфері дитячого туризму Сумської області у 2011-2017 рр (рис. 2.5).



Рис. 2.5. Кількість дітей, які були обслужені у сфері дитячого туризму Сумської області у 2011-2017 рр., тис. осіб

*побудовано за даними [69]

Як свідчать статистичні дані, наведені на рис. 2.5, у 2011 році туристичним комплексом Сумської області було обслужено 54,1 тис. дітей, в тому числі 10,9 тис. дітей були обслужені у закладах оздоровлення.

Упродовж 2012-2013 роках чисельність обслуговування дітей дещо зросла – у 2013 році було обслужено 75,3 тис. дітей, в тому числі 11,6 тис. дітей

було обслужено в закладах оздоровлення. У 2014-2015 роках чисельність обслужених дітей скоротилася до 46,5 тис.осіб відповідно, тобто майже вдвоє. Причиною скорочення чисельності туристичного потоку в сфері дитячого туризму було скорочення державних програм оздоровлення дітей та молоді, що передбачно програмою МВФ, яка повністю нівелює необхідність врахування соціального фактора розвитку країни, потреб населення. У 2016-2017 рр. чисельність обслужених дітей незначно зросла до 49,9 тис.грн, проте так і не досягла докризового рівня.

Сумська область має всі природно-екологічні, кліматичні та інші умови для розвитку “зеленого” туризму [69]. Проте оцінки шансів області щодо розвитку “зеленого” туризму респондентами, які відвідували Сумщину, є неоднозначними: 61% опитаних вважають їх низькими, 24% – середніми, 15% – високими. Низькі оцінки можуть бути зумовлені впливом різних факторів: поганою обізнаністю щодо потенціалу “зеленого” туризму Сумщини; нерозвинутістю інфраструктури туристичних послуг; складною фінансово-економічною ситуацією в країні; потужною конкуренцією, яку становлять інші, більш відомі та “розкручені” місця в Україні, а також традиційні туристичні регіони (Туреччина, Єгипет, Західна Європа тощо).

Серед мотивів, які впливають на вибір місця та виду відпочинку, переважають моральні й естетичні, тобто враховується культурний і духовний розвиток. У цьому плані на Сумщині проводиться досить багато різного роду тематичних заходів [69]: козацькі свята, фестивалі та конкурси народних пісень і музики, літературно-мистецькі фестивалі, фольклорні фестивалі, ярмарки та ін.

Таблиця 2.2

Загальні відповіді респондентів щодо додаткових послуг сільських домогосподарств, (%)

<i>Послуги</i>	<i>Бажаючі скористатися</i>
Харчування	17
Проживання та супутній сервіс	16,5
Рибальство	14,5
Екскурсії до заповідних місць області	11
Кінні прогулянки	11
Збирання ягід, грибів, лікувальних трав	10
Оренда велосипедів, човнів	9
Заняття народними ремеслами	5,5
Полювання	5
Заняття землеробством	2
Догляд за худобою	1

*побудовано за даними [69]

Найбільш реальною ринковою можливістю розвитку тут “зеленого” туризму є готовність населення Сумщини та сусідніх областей до споживання запропонованих послуг, а також зростання популярності екологічного туризму в світі (у тому числі в Україні).

Ефективну діяльність у сфері надання екологічно орієнтованих туристичних послуг забезпечують хороша екологічна ситуація, що склалася в Сумській області, відповідна ресурсна база, розуміння бізнесменами того, що “екологічність” – це фактор їх конкурентоспроможності тощо. Проте найбільша ринкова загроза по-лягає в постійній зміні “правил гри” для бізнесу. Респондентами зазначено також, що в регіоні існує велика проблема з кваліфікованими сертифікованими екскурсоводами, що також стримує розвиток туризму в цілому. Найслабкіший бік туристичної діяльності – відсутність ефективної реклами послуг.

Для стимулювання розвитку ринку туристичних послуг важливо враховувати світовий досвід щодо застосування механізмів державної та регіональної підтримки. До них, зокрема, належать: податкові канікули та пільги; надання дешевих кредитів; інформаційна підтримка; зниження мита;

прямі субсидії або надання гарантій на інвестиції з метою залучення іноземних інвесторів; участь у проектах ЄС TACIS щодо підтримки “зеленого” туризму [10]; надання в оренду (продаж) на пільгових умовах ресурсної бази, об’єктів інфраструктури; створення позитивного іміджу та просування привабливих для іноземців видів туризму; державно- приватне партнерство у сфері туризму (спільна власність, спільне управління, маркетингове управління і т. д. [3]); тощо.

Цю ситуацію можна пояснити низкою проблем: попри на високий курортний потенціал області, реальна питома вага територій рекреаційного призначення залишається дуже малою; необхідне новітнє розроблення державної програми розвитку курортів; фінансування розвитку галузі на державному та регіональному рівнях недостатнє; не створено сприятливих умов для залучення інвестицій; гострою залишається необхідність визначення території та ділянок під будівництво туристичної інфраструктури; потребують ремонту дороги по основних туристичних маршрутах, є необхідність забезпечення автомобільних доріг туристичною, сервісною та інформаційною структурою.

Отже, у даному питанні було розглянуто особливості розвитку ринку туристичних послуг в Сумській області. У 2015 році відбулося скорочення обсягу туристичного потоку до 23254 осіб, або на 48,5%. Основним чинником скорочення чисельності туристичного потоку у Сумській області було зниження попиту на туристичні послуги у наведеному періоді. Попит знизився через фінансово-економічну кризу. Зокрема, також спостерігалось зниження активності громадян в плані готовності до переміщення та здійснення подорожей по території України. У 2016 році обсяг туристичного потоку збільшився на 1918 осіб або на 8,2% і склав 25172 особи. У 2017 році обсяг туристичного потоку зріс на 3175 осіб або на 12,6% і становив 28347 осіб. Варто зазначати, що у 2017 році не було досягнуто показників докризового рівня обсягу туристичного потоку (2011 рік). У 2011 році колективними засобами розміщення було обслужено 71 тис. осіб, в тому числі 56,3 тис. осіб

були обслужені у готелях та аналогічних засобах розміщення, 14,9 тис. осіб були обслужені у спеціалізованих засобах розміщення. У 2012-2013 роках чисельність обслуговування туристів колективними засобами розміщення продовжувала скорочуватися. Однак, пік скорочення припадає на 2015 рік – у цьому періоді колективними засобами розміщення було обслужено 53,2 тис. осіб, в тому числі 40,4 тис. осіб були обслужені у готелях та аналогічних засобах розміщення, 12,8 тис. осіб були обслужені у спеціалізованих засобах розміщення. Варто помітити також той факт, що кількість осіб, обслужених колективними засобами розміщення Сумської області, зросла у 2016 році до 62,7 тис. осіб, однак у 2017 році знов скоротилася до 58,1 тис. осіб. Це є тривожним сигналом для перспектив розвитку туристичного ринку області.

Отже, можна зробити висновок, що для активізації потоку туристів до Сумської області, необхідно виконати наступні дії: збільшити рекреаційну територію, шляхом Державних програм чи іноземних проектів; переглянути сучасне фінансування для розвитку туризму; створити сприятливі умови для залучення інвестицій; розпочати будівництво нової туристичної інфраструктури; активізувати розвиток дитячого та молодіжного туризму, а також створити необхідні умови для розвитку сільського туризму; забезпечити ремонт туристичних маршрутів.

2.2. Ресурсний потенціал туристичних дестинацій області

Огляд ресурсного потенціалу туристичних дестинацій Сумської області пропонуємо почати з історико-культурних та природно-ландшафтних ресурсів області.

На Сумщині 168 територій та об'єктів природно-заповідного фонду, в т.ч. відділ Українського степового заповідника «Михайлівська цілина».

М'який клімат і мальовничі ландшафти сприяють розвитку рекреації і туризму. В лісостеповій зоні Сумщини діє кліматичний курорт «Баси»,

розташований на території великого хвойно-листяного лісового масиву, що простягнувся уздовж р. Псел. В області є 22 готелі.

В області 8 державних музеїв і заповідників. Краєзнавчий музей заснований у 1920 р. як історико-художній, основу експозиції склали приватні зібрання. Його засновником і директором був український художник і поет Н. Онацький. Серед експонатів музею – унікальні візантійські вазы V ст., слов'янські старожитності (зброя, сільськогосподарське, ремісниче знаряддя, посуд, жіночі прикраси тощо). Музей розташований у приміщенні колишнього земства.

У флігелі колишньої садиби Линтварьових у передмісті Сум, де жив А.П. Чехов під час відвідування маєтку в 1888-1889 рр., діє будинок-музей письменника, що є відділом краєзнавчого музею.

Сумський художній музей ім. Н. Онацького, як і краєзнавчий, виділився з історико-художнього музею в 1939 р. Музейний фонд налічує понад 15 тис експонатів, серед яких - твори українського і зарубіжного образотворчого мистецтва: полотна В. Боровиковського, О. Кіпренського, І. Айвазовського, Т. Шевченка, М. Пимоненка та ін. Музей розташований у приміщенні колишнього казначейства (пам'ятка архітектури початку XX ст.).

На державному обліку в області перебуває 7885 пам'яток історії, культури, містобудування і архітектури. 473 пам'ятки архітектури області внесено до Державного реєстру національних культурних надбань.

До складу Сумської області увійшли землі історичної Чернігівщини (на північному сході - Глухів, Кролевець, Путивль), Полтавщини (на заході - Ромни) і Слобожанщини. Місто Суми засноване в 1655 р. на місці поселення, що відноситься до періоду Київської Русі. Дослідники ідентифікують його з літописним Липецьком. Фортеця при впадінні р. Сумки у Псел була споруджена українськими переселенцями з містечка Ставище Білоцерківського полку на чолі з Герасимом Кондратьєвим. З 1658 по 1765 р. фортеця - центр Сумського полку. Наприкінці XVIII ст. вона втратила своє оборонне значення і припинила існування як військовий об'єкт.

У місті збереглися архітектурні пам'ятки XVIII ст.: Воскресенська церква у стилі українського бароко (1702 р.), де розміщується відділ декоративно-прикладного мистецтва художнього музею, і Спасо-Преображенський собор (1788 р.). XIX ст. представлене Іллінською церквою і Петро-павлівським храмом.

Місто Охтирка засноване 1641 р. на правому березі р. Ворскли як прикордонна фортеця Речі Посполитої. В 1647 р. у відповідності з до межовим актом вона була передана польським урядом Московській державі. Згодом на лівому березі р. Охтирка українськими переселенцями південніше від старої фортеці була споруджена нова, що стала центром Охтирського полку (1655-1765). Наприкінці XVIII ст., втративши своє оборонне значення, фортеця припинила своє існування як військовий об'єкт.

Лише дзвіниця (XVII ст.), з ансамблю Троїцького монастиря збереглась, що є унікальною пам'яткою культової архітектури оборонного типу. В місті збереглися також храми XVIII ст. - Покровський собор (висловлюється припущення, що автором проекту є Б. Растреллі), Воздвиженська і Введенська церкви. У XIX ст. споруджена Михайлівська, а на початку XX ст. – Георгіївська церква. В місті діє краєзнавчий музей.

Сприятливі кліматичні умови, мальовничі пейзажі, числені водойми, джерела питної води з цінними лікувальними і смаковими якостями, лісові масиви, значна кількість туристичних об'єктів є складовими рекреаційних ресурсів Сумщини.

Надалі пропонуємо розглянути туристичні ресурси області у сфері розвитку лікувально-оздоровчого, дитячого та сільського (зеленого туризму).

Динаміку кількості колективних засобів розміщення Сумської області наведено у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Динаміка кількості колективних засобів розміщення у Сумській області у 2011-2017 рр.

Роки	Кількість колективних засобів	Кількість місць, од
------	-------------------------------	---------------------

	розміщування, од			усього	у тому числі у		
	усього	у тому числі			усього	у тому числі у	
		готелів та аналогічних засобів розміщення	спеціалізованих засобів розміщування			готелів та аналогічних засобів розміщення	спеціалізованих засобах розміщування
2011	72	48	24	4103	1419	2684	
2012	69	47	22	4039	1611	2428	
2013	68	50	18	3602	1473	2129	
2014	60	41	19	3591	1452	2139	
2015	55	34	21	3456	1218	2238	
2016	57	37	20	3264	1345	1919	
2017	52	35	17	2911	1204	1707	

*побудовано за даними [69]

Як свідчать дані табл. 2.1, упродовж 2011-2017 рр. можна було спостерігати динаміку скорочення кількості колективних засобів розміщення у Сумській області, а також спеціалізованих закладів розміщення зокрема. Так, у 2017 році кількість колективних засобів розміщення скоротилася до 52 од. проти 72 од. у 2011 році. Кількість місць у колективних засобах розміщення скоротилася у 2017 році до 1707 од. проти 2684 од. у 2011 році.

Динаміку кількості засобів розміщення для дитячого туризму у Сумській області наведено у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Динаміка кількості засобів розміщення для дитячого туризму у Сумській області у 2011-2017 рр.

Роки	Кількість закладів, од	У них місць, од
------	------------------------	-----------------

	усього	у тому числі заклади оздоровлення	усього	у тому числі у закладах оздоровлення
2011	750	25	5275	5215
2012	736	25	5151	5055
2013	1010	25	5050	4890
2014	732	27	5290	5290
2015	689	24	4722	4722
2016	731	24	4600	4600
2017	729	25	4825	4825

*побудовано за даними [69]

Як свідчать дані табл. 2.4, упродовж 2011-2017 рр. можна було спостерігати динаміку скорочення кількості засобів розміщення дитячого туризму у Сумській області. Так, у 2017 році кількість засобів розміщення дитячого туризму скоротилася до 729 од. проти 750 од. у 2011 році. Кількість місць у засобах розміщення дитячого туризму скоротилася у 2017 році до 4825 од. проти 5215 од. у 2011 році.

Санаторно-курортна оздоровча інфраструктура Сумської області, що може використовуватися з метою лікувального туризму, представлена 17 закладами (станом на 2017 рік), у т.ч. 4 - санаторії (3 з них дитячі), 3 - санаторії-профілакторії, 10 баз відпочинку. Протягом 2000-2017 рр. кількість санаторно-курортних закладів в області скоротилася на 76,5% (Додаток Д), а кількість місць (ліжок) у них - 71,8%. До 2014 р. в області діяли такі типи лікувально-оздоровчих заходів як будинки та пансіонати відпочинку, які згодом були закриті через відсутність попиту та деякі інші причини.

Динаміку кількості санаторно-курортних закладів у Сумській області наведено на рис. 2.6.



Рис. 2.6. Динаміка кількості санаторно-курортних закладів у Сумській області, од.

*побудовано за даними [69]

Як свідчать дані рис. 2.6, упродовж 2011-2017 рр. можна було спостерігати постійне скорочення кількості санаторно-курортних закладів у Сумській області. Так, у 2017 році кількість санаторно-курортних закладів у Сумській області скоротилася до 17 од. проти 24 од. у 2011 році, а кількість баз відпочинку скоротилася до 10 од. проти 16 од. у 2011 році.

Динаміку кількості місць в санаторно-курортних закладах у Сумській області наведено на рис. 2.7.

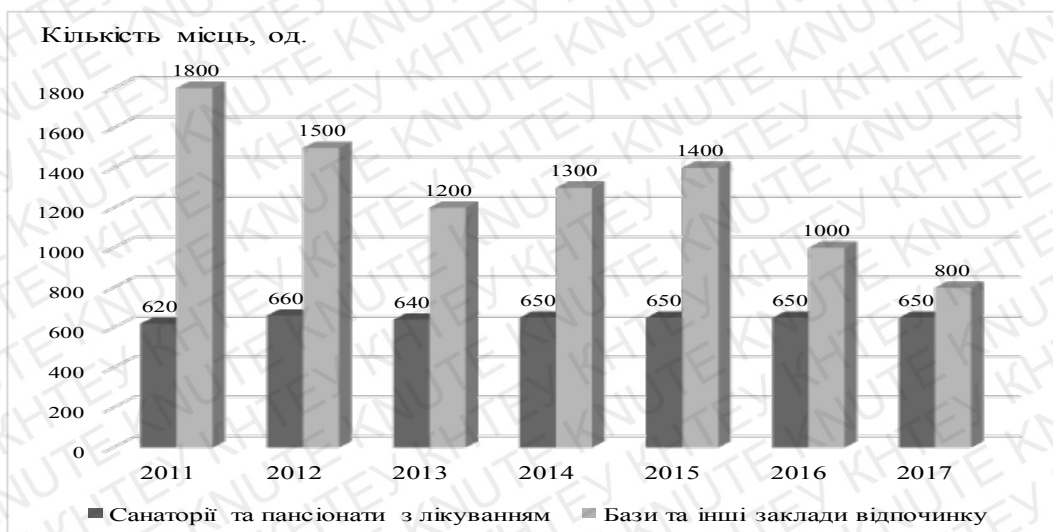


Рис. 2.7. Динаміка кількості місць в санаторно-курортних закладах у Сумській області, од.

*побудовано за даними [69]

Як свідчать дані рис. 2.7, упродовж 2011-2017 рр. можна було спостерігати постійне скорочення кількості місць в санаторно-курортних закладах у Сумській області. Так, у 2017 році кількість місць в санаторно-курортних закладах у Сумській області скоротилася до 1450 од. проти 2420 од. у 2011 році.

Територіально в Сумській області санаторно-курортні заклади розміщені нерівномірно і сконцентровані лише в 4 районах - Сумському, Шосткинському, Охтирському та Лебединському.

За існуючими класифікаціями курортів, їх поділяють на грязеві, кліматичні та бальнеологічні, де лікують природними мінеральними водами. Окремі санаторії можуть сумішувати різні лікувальні профілі, як, наприклад, санаторій «Токарі», який знаходиться у Лебединському районі Сумської області, де для лікування використовуються природні мінеральні води, місцеві торфові грязі та різноманітні лікувальні процедури [38]. Тобто цей санаторій одночасно відноситься до бальнеологічного, кліматичного і грязьового типу курортів. Він спеціалізується на оздоровленні та лікуванні осіб, що постраждали від аварії на Чорнобильській АЕС, дітей та дорослих, ветеранів війни та праці, інвалідів та інших людей, що потребують оздоровлення. Для бальнеопроцедур використовується джерело мінеральної води хлоридно-натрієвого складу типу «Миргородської» (вода «Токарівська»), що видобувається з глибини більше 1000 м. Ця вода дозволяє лікувати захворювання кишково-шлункового тракту, хвороби нирок та печінки.

До бальнеологічного та кліматичного типів можна віднести популярний не лише в Україні, а й за кордоном «Буймерівка Сосновий & SPA-курорт 1936», який знаходиться в Сумській області за 6 км від м. Охтирка, на березі р. Ворскла [38]. Цей заклад відкрився у 2005 р. і надає відвідувачам туристичні та лікувальні послуги. Збудований за міжнародними стандартами RCI, курорт пропонує різні види відпочинку: пляжний, SPA-оздоровлення, заняття спортом,

риболовлю, прогулянки на конях, екологічний туризм, збір грибів і ягід, корпоративний відпочинок та конференц-туризм.

Взагалі саме наявність лікувальних мінеральних вод чи не найбільше може сприяти розвитку лікувально-оздоровчого туризму. Наприклад, на північ від м. Суми розташоване урочище Вакалівщина, в околицях якого знаходяться 2 джерела мінеральних вод. Г оловне з них - джерело «Вакалівське», вода якого має підвищений вміст заліза, а територія навколо джерела оголошена гідрологічним заказником. Мінеральні води такого типу використовуються при лікуванні захворювань шлунково-кишкового тракту, ниркових хвороб, ішемічних хворобах серця, загального варіабельного імунodefіциту, залізодефіцитній анемії, хворобах печінки та ін. Одним із напрямків санаторнокурортного господарства Сумщини може бути створення лікувального санаторію на базі колишнього панського маєтку в с. Кияниця. На місці маєтку (палац, садибні споруди і парк, які є пам'ятками архітектури і садово-паркового мистецтва ХІХ ст.) у даний час знаходиться занедбана база відпочинку. Вакалівські джерела знаходяться поруч із с. Кияниця, що дає можливість створити тут бальнео-кліматичний лікувально-оздоровчий центр.

Крім залізистих мінеральних вод, у Сумській області з метою лікувально-оздоровчого туризму можуть використовуватися й джерела інших типів мінеральних вод, перш за все, гідрокарбонатних та сульфатно-гідрокарбонатних (табл. 2.5) [38].

Таблиця 2.5

Мінеральні води Сумської області

Назва	Мінералізація, г/л	Опис якісного складу
„Галатея”	0,50-0,80	Гідрокарбонатні, сульфатно-гідрокарбонатні, хлоридно-гідрокарбонатні складного катіонного складу
„Глухівська”	0,50-1,00	Гідрокарбонатні, сульфатно-гідрокарбонатні, хлоридно-гідрокарбонатні складного катіонного складу
„Іволжанська”	0,20-0,90	Гідро-карбонатні магнійово-кальційові, натрійово-кальційові

„Конотопська”	0,40-0,80	Гідрокарбонатні, сульфатно-гідрокарбонатні, хлоридно-гідрокарбонатні складного катіонного складу
„Кролевецька”	0,40-0,70	Гідро-карбонатні магнійово-кальційові, натрійово-кальційові
„Оазис”	0,50-0,80	Гідрокарбонатні, сульфатно-гідрокарбонатні, хлоридно-гідрокарбонатні складного катіонного складу
„Тростянецька”	0,40-1,00	Сульфатно-гідрокарбонатні складного катіонного складу
„Сумська джерельна”	0,30-0,60	Гідрокарбонатні, хлоридно-гідрокарбонатні кальційові, магнійово-кальційові, натрійово-кальційові

*побудовано за даними [37]

Окрему категорію складають дитячі санаторії, які можуть обслуговувати туристів цієї вікової категорії. У Сумській області знаходиться 3 заклади цього типу: дитячий багатoproфільний санаторій «Лебединський», дитячий протитуберкульозний (м. Суми) та Шосткинський обласний дитячий протитуберкульозний санаторій. Поєднання медикаментозного лікування із оздоровчими можливостями наявних лісових рекреаційних ресурсів, сприяє розвитку даних закладів як пунктів лікувально-оздоровчого туризму. Крім того, у м. Суми розташований державний позашкільний заклад санаторного типу «Ровесник», який щороку оздоровлює дітей-сиріт, дітей учасників АТО, талановитих дітей.

У 2013 р. на базі Сумського державного університету відкрито лікувально-профілактичний заклад санаторного типу - санаторій-профілакторій СумДУ. Він розташований на території колишньої садиби Параскеви Штеричевої. Головний будинок (нині приміщення санаторію) є пам'яткою архітектури XIX - початку XX ст. національного значення, що був зведений за проектом архітектора Олександра Паліцина у 1810-х роках та реконструйований Карлом Шольцем у 1890-х роках. У санаторії-профілакторії надаються лікувально-оздоровчі та діагностичні послуги лікувально-оздоровчі та діагностичні послуги: електролікування (електрофорез, гальванізація,

ампліпульс, діадинамометрія, дорсонвальтерапія, КВЧ- та УВЧ-хвилева терапія); електросвітлолікування (ультразвукова терапія, фонофорез, магнітотерапія, лазеротерапія, інгаляторій з ароматерапією, фітотерапія); масаж (у т. ч. апаратний); лікувальна фізкультура, механотерапія тощо. Обладнання діагностичного відділення на сучасному діагностичному комплексі «Кардіо+» забезпечує: електрокардіографію, спірографію, реографію, фонографію, електроенцефалографію, велоергометрію [37].

Спеціалізованим лікувально-оздоровчим закладом є санаторій «Лижна база обласного управління фізичного виховання і спорту» (с. Токарі Сумського району), що працює у системі підготовки спортсменів-біатлоністів. Також Сумська область має значні ресурси для розвитку сільського туризму. Розглянемо їх детальніше.

Сумщина - типова серед областей України, але це прадавня українська земля, де на кожному кроці - подих історії, церкви та монастирі зберігають легенди, а мальовничі пейзажі з блакитними озерами та цілющими дубовими, березовими лісами дарують відчуття спокою і гармонії. Кожен, хто схоче відвідати Сумську область знайде щось для себе.

Проникнутися духом старовини можливо, відвідавши місця, де були розташовані давні літописні міста, такі як м. Вир (1096р., Білопіль), м. Зартий (с. Миколаївка Буринського району), м. Глухів: одне з найдавніших міст України, м. В'яхань (с. Городище Недригайлівського району), м. Попаш (с.Засулля Недригайлівського району), м. Путивль (1185р.). Знайдені на місцях розкопок археологічні цінності можна побачити в місцевих та Сумському краєзнавчих музеях.

Багата історико-культурна спадщина Сумщини [38]; не перелічити всіх історико-архітектурних та культових споруд, які прикрашають сільські ландшафти. Викликає інтерес Благовіщенська церква 1744 - 1750 рр. (Тростянець) та старовинний парк, що колись прилягав до панської садиби, а нині з'єднався з чудовим куточком природи - урочищем Нескучне. Від Ромен минулих років збереглися численні архітектурні ансамблі - Святодухівський

собор, Вознесенська церква. Охтирський край прикрашають Покровський собор (1753-1763 рр.), Введенська церква (1774-1784 рр.), дзвіниця Троїцького монастиря (XVIII-XIX ст.), споруди жіночої та чоловічої гімназій (поч. XX ст.).

До наших днів збереглися залишки північного валу (XII-XIII ст.), що колись захищав давній Путивль. Про багату історію міста розповідають і численні архітектурні пам'ятники: Молчанський монастир (XIV-XIX ст.), Спасо-Преображенський собор (XVIII ст.), церков Миколи Козацького (поч. XVIII ст.), споруджена на кошти козаків.

Про багату історію Глухова розповідають архітектурні пам'ятники, занесені до державного реєстру національного культурного надбання України: Миколаївська церква (XVIII ст.), Трьоханастасіївська церква (1896), Спасо-Преображенська церква та Київська брама міської фортеці. В 1994р. в Глухові створено Державний історико-культурний заповідник.

Надзвичайно красивими є ліси, парки Сумщини. У селі Воздвиженське (Ямпільський район) парк, заснований наприкінці XIX ст., з 1972 р. оголошено пам'ятником садово-паркового мистецтва. “Урочище Великий Бор” (с. Собич Шосткінського району) оголошено заказником і включено до природнозаповідного фонду України. На околицях Ромен розташувались дві пам'ятки садово-паркового мистецтва, що включені до природно-заповідних фондів - “Півний ліс” та “Огнівщина”, які було створено наприкінці минулого століття.

Казковий світ лісу та лебединих озер Тростянецького району був джерелом натхнення багатьох російських митців. Поблизу с.

Катеринівка (Лебединський район) знаходиться один з найбільших заповідників України “Михайлівська цілина”. Прекрасний архітектурно-парковий ансамбль, заснований в другій половині XIX ст. знаходиться поблизу с. Кияниця Сумського району.[6]

Не можна назвати жодного села Сумщини, з яким не було б пов'язана якась історична подія, де б не було якимось архітектурної чи природної пам'ятки. Запашині луки, хвойні ліса, голубі річки, повні риби - це саме той

агротуристичний ресурс, яким не можна нехтувати; який повинно зберегти та донести до міського мешканця. Бо відомо, що важливою складовою сільського туристичного продукту є “атракції місцевості” [6, с.31], а саме: цікаві архітектурні об’єкти, пам’ятники історії та культури, музеї, національні парки чи заповідники, монастирські та садибні комплекси, археологічні пам’ятки, природні об’єкти тощо. В багатьох українських селах досі збережені традиції релігійно-обрядових святкувань, які вже давно забуті місцевими мешканцями. Деінде можна знайти майстрів давніх народних ремесел. Все це може бути цікавим для майбутнього туриста. Тобто унікальність історико-культурної території визначається наявністю і поєднанням меморіальних архітектурних, археологічних об’єктів, інженерних споруд, історичної забудови, традицій народних промислів і господарської діяльності, фольклору й обрядової національної культури, природних визначних пам’яток та історичних форм природокористування, що є винятковою історичною і культурною цінністю народу нашої країни, а також світової культурної спадщини.

Таким чином, ми бачимо, що селянину Сумщини є що запропонувати агротуристу не тільки з міст України, а і іноземному туристу. Не слід забувати що Сумщина - прикордонна область, яка знаходиться в зоні інтенсивних транскордонних економічних зв’язків. Через Сумську область проходять автомагістралі до Росії, Білорусії, до Києва. У лютому 2004 р. було створено єврорегіон “Ярославна” [4], в рамках якого вирішуються спільні трансграничні проблеми, такі як: розвиток інфраструктури, прикордонної торгівлі, спільне використання сільськогосподарської техніки та т.ін. Усі вищезгадані фактори сприяють розвитку ділових та туристичних подорожей. Тому для багатьох сел, що розташовані неподалік магістралей, перспективним є розвиток автотуристичних кемпінгів, прив’язаних до сільської місцевості, де туристи зможуть отримувати не тільки тимчасове проживання (ночівлю), а і екологічно чисті продукти домашнього приготування.

Отже, у Сумській області існують усі передумови розвитку туризму. Туристичний потенціал області можна розглядати як передумови для розвитку

економічної діяльності у ринковому середовищі з використанням природного та культурного потенціалу регіону. Справа розвитку туризму у Сумській області має реальну регіональну та державну перспективу і сприяє поліпшенню соціально-економічної ситуації області. На території області сьогодні налується значна кількість пам'яток історії та архітектури, велика кількість музеїв, ландшафтів природно-заповідного фонду. Особливу роль у формуванні туристичних ресурсів займають засоби колективного розміщення, лікувально-оздоровчі заклади та засоби розміщення для дитячого туризму. Розвиток зеленого туризму спонукає до покращення благоустрою сільських садиб, вулиць, а також стимулює розвиток соціальної інфраструктури. Звичайно, на перших порах приймання і обслуговування відпочиваючих відбувається на базі існуючого житлового фонду. Але з надходженням коштів від цієї діяльності ті, хто нею займається, починають робити вкладення у поліпшення комунального облаштування житла, вулиць. При цьому зацікавлені селяни більше переймаються проблемами збереження сільських ландшафтів та чистоти довкілля.

2.3. Порівняльний аналіз регіональних кластерних ініціатив

На сьогодні в регіонах України, зокрема в Сумській області, вже створено низку кластерів, проте практично всі з них мають суто декларативне спрямування та їх діяльність є абсолютно невідчутною для соціально-економічного розвитку території. Це спричинено незадовільною участю у таких структурах місцевих органів державної влади, яка не підкріплена цільовим фінансуванням, а також відсутністю мотивації решти учасників. Наголошуємо на важливості комерційного спрямування функціонування туристичного кластера, адже це основна умова мотивації учасників та усунення декларативного аспекту його існування. Також важливо, щоб кластер не був об'єктом зайвих витрат для місцевих органів державної влади та інших

учасників, а суми коштів, вкладених у його функціонування, повинні бути окупними.

Спеціалізація туристичного кластера не повинна обмежуватись діяльністю за окремим видом туризму, як це часто спостерігається у сільському туризмі. Результативність кластера має бути підтверджена його продуктом. Так, у розрізі основних складових механізму державного управління туристичної галузі продуктом діяльності туристичного кластера в регіоні можуть бути:

- у межах об'єкту управління: розробка нового туристичного продукту (туристичний маршрут; об'єкт туристичної інфраструктури (заклади проживання, харчування тощо, транспортні засоби переміщення туристів тощо); фестивалі); пропозиції з удосконалення використання потенціалу туристичного продукту; розроблення бізнес-проектів та їх реалізація тощо;

- в організаційному забезпеченні: створення відповідних організаційних структур міжрегіонального, транскордонного, регіонального та субрегіонального рівнів як міжкоординаційних інституцій поєднання зусиль учасників соціального діалогу в реалізації механізму державного управління туристичної галузі; проведення нарад, засідань, зборів, конференцій, круглих столів тощо за участі засобів масової інформації; моніторинг ефективності діяльності органів державної влади, що здійснюють управління туристичної галузі на відповідному рівні; оцінка субординаційних, реординаційних і координаційних зв'язків відповідних організаційних структур в управлінні туристичної галузі тощо;

- в інформаційному забезпеченні: формування інформаційної бази певних туристично-рекреаційних ресурсів території, суб'єктів туристичної діяльності, інших даних, що визначають конкурентоспроможність туристичної галузі, зокрема проведення соціологічних досліджень (збір первинної інформації), обробка статистичної інформації (аналіз вторинної інформації);

- пропозиції заходів формування і вдосконалення інформаційного простору території в контексті просування туристичного продукту; методичні рекомендації оцінки, підвищення туристично-рекреаційного потенціалу

території; методичні рекомендації збору статистичних даних, що відображають результати діяльності в туристичній галузі відповідної території; показники оцінки діяльності в туристичній галузі, методики їх формування та використання; послуги програмного забезпечення тощо;

- у кадровому забезпеченні: проекти освітніх стандартів підготовки фахівців з державного управління туристичної галузі; пропозиції підвищення кваліфікації державних службовців, посадових осіб, що здійснюють управління туристичної галузі відповідної території; семінари підвищення кваліфікації фахівців туристичної галузі тощо;

- у науково-методичному забезпеченні: науково-методичне обґрунтування заходів у межах механізму державного управління туристичної галузі на визначеній території (методики, прогнози, проекти тощо); наукова література за тематикою, що стосується туризму (монографії, словники, збірники статей, матеріали конференцій тощо);

- у матеріально-технічному забезпеченні: пропозиції з пошуку джерел фінансування проектів, заходів з державного управління; моніторинг ефективності використання фінансових ресурсів, виділених на управлінські цілі тощо;

- у межах програмно-нормативних методів: 1) проекти законів, концепцій, стратегій, програм тощо; пропозиції (методичні рекомендації) удосконалення чинної нормативно-правової бази; моніторинг (економічна оцінка) виконання прийнятих нормативно-правових документів, зокрема коротко- і середньострокових програм розвитку та цілеспрямованості їх фінансування; 2) пропозиції (методичні рекомендації) стандартизації, сертифікації туристичних послуг, ліцензування суб'єктів туристичної діяльності тощо;

- у межах фінансово-економічних методів: 1) прогнози показників туристичної галузі, зокрема щодо діяльності суб'єктів підприємництва, обсягів туристичних потоків (внутрішніх, зовнішніх) тощо; 2) методичні рекомендації оцінки інвестиційного клімату території, терміну окупності інвестиційних капіталовкладень; пропозиції удосконалення діяльності суб'єктів

підприємництва на території курортнополісів; пропозиції заходів залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури; 3) пропозиції з удосконалення податкового регулювання в туристичній галузі, зокрема переліку податків, їх ставок, податкових пільг тощо; 4) пропозиції з фінансування розвитку туристичної галузі визначеної території в частині виділення фінансових ресурсів з бюджету відповідного рівня; 5) методичні рекомендації ціноутворення на туристичний продукт, використання цінових стратегій тощо;

- у межах науково-технічних методів: 1) пропозиції удосконалення інноваційної діяльності суб'єктів туристичної діяльності та використання нових підходів у державному управлінні туристичної галузі; методичні рекомендації оцінки інноваційності туристичної галузі з погляду її конкурентоспроможності на світовому ринку туристичних послуг; 2) прогнози потреби туристичної галузі у професійних кадрах; проекти освітніх стандартів підготовки фахівців туристичної галузі різних кваліфікаційних рівнів тощо;

- у межах соціальних методів: 1) пропозиції удосконалення соціального регулювання стосовно окремих верств населення; пропозиції розбудови туристичної інфраструктури з елементами, необхідними для соціально-незахищених верств населення; 2) пропозиції заходів щодо національних меншин території, спрямованих на стимулювання туристичних потоків між відповідними країнами тощо;

- у межах психологічних методів: 1) методичні рекомендації оцінки туристичної привабливості території для туристів (зокрема іноземних); розроблення макетів промоційних друкованих матеріалів (довідників, карт, брошур, буклетів, календарів), іншої продукції; 2) пропозиції створення нових комунікаційних каналів поширення інформації про туристично-рекреаційний потенціал території; пропозиції удосконалення топології організації комунікаційних каналів як інструментів поширення інформації про туристично-рекреаційний потенціал території тощо;

- у межах екологічних методів: 1) проекти зонування території відповідно до основного функціонального призначення (рекреаційна, промислова тощо); методичні рекомендації територіально-просторового планування з метою ефективного розміщення об'єктів туристично-рекреаційного призначення; 2) методичні рекомендації оцінки туристичного навантаження (ємкості) відповідної території тощо;

- у межах зовнішньоекономічних методів: 1) пропозиції удосконалення митного регулювання, порядку переміщення туристів через державний кордон; методичні рекомендації встановлення митних ставок на переміщення вантажів, матеріальних цінностей туристів; 2) методичні рекомендації оцінки ефективності різних форм транскордонного співробітництва, зокрема проектів з цільовим фінансуванням; 3) методичні рекомендації оцінки, моніторинг участі у міжнародних програмах тощо.

В умовах наявності тільки якісної інформації для оцінювання регіональних кластерних ініціатив у Сумській області варто скористатися інтуїтивно-логічним аналізом, на основі якого засновані методи експертних оцінок [24].

Проведемо оцінювання рівня кластиризації розвитку туристичного комплексу Сумської області, використовуючи методику оцінювання загроз і перспектив функціонування туристичного ринку. Оцінка кожної загрози здійснюється за 100-бальною шкалою, при цьому 100 балів експерти розподіляють на: «особливо небезпечні загрози», «небезпечні загрози», «майже не становлять загрози для підприємства» та графу «важко відповісти»).

В табл. 2.6 представлено зведену таблицю відповідей експертів та розподіл їх думок щодо зовнішніх та внутрішніх загроз для розвитку кластерних ініціатив на території сумської області.

Опитування здійснювалося на основі проведення анкетування працівників туристичних підприємств Сумської області, які розміщені у різних її районах. Серед опитаних переважала така структура працівників туристичних підприємств: керівники з вищою освітою та достатнім практичним досвідом –

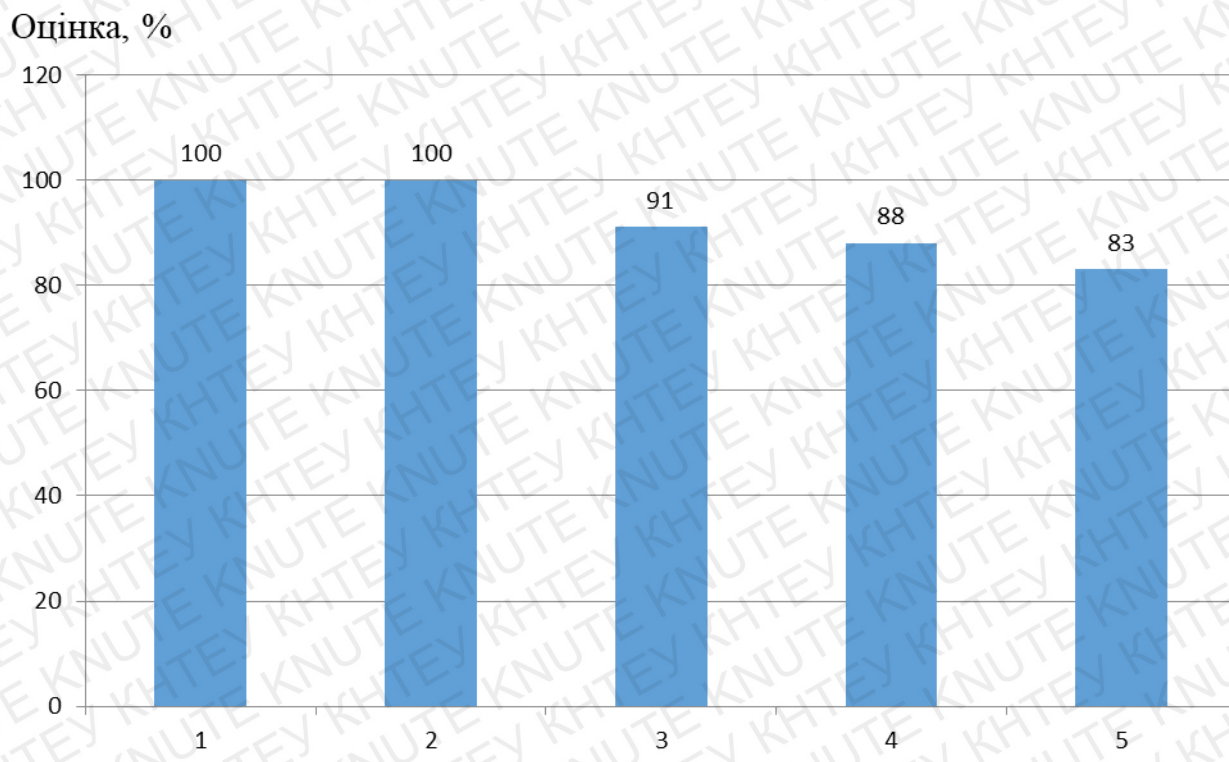
10 осіб, їх заступники та головні спеціалісти в галузі туризму – 15 осіб. Усього було опитано 25 осіб. Зразок анкети наведено у Додатку Є.

Таблиця 2.6

Результати оцінки ризиків і загроз для формування регіональних кластерних ініціатив туристичного розвитку у Сумській області, %

Ступінь загроз розвитку туристичних кластерів в Сумській області	Особливо небезпечні	Небезпечні	Майже не становлять загрози для підприємства	Важко відповісти
1	2	3	4	5
Ризики				
Зменшення чистого прибутку туристичного підприємства	65	35	-	-
Збільшення постійних витрат туристичного підприємства	28	19	41	12
Зменшення обсягу туристичних послуг	74	26	-	-
Низька ефективність управління, недосконала структура управління	62	29	3	6
Недостатність кваліфікованих кадрів, плинність кадрів	71	17	5	7
Збільшення (зменшення) витрат на управління	51	32	9	8
Зменшення витрат на придбання інформаційних ресурсів	13	16	47	24
Зменшення витрат на захист інформаційних ресурсів	19	24	39	18
Низький рівень політико-правової бази	64	32	4	-
Зростання економічних злочинів, корупція, криміналізація	51	34	15	-
Зниження рівня споживчого попиту	67	33	-	-
Незаконні дії конкурентів на ринку туристичних послуг	42	37	21	6
Зменшення доходів населення, соціальна напруженість	47	49	4	-
Високий рівень інфляції	39	30	18	13
Політична нестабільність	62	34	4	-
Міграційний приріст населення	12	25	26	37
Високий рівень забруднення навколишнього середовища	46	48	5	1
Слабкість інвестиційних процесів галузі туризму	59	32	9	-
Збільшення податкового навантаження, штрафні санкції	87	13	-	-
Невиконання обов'язків партнерами та контрагентами	24	25	36	15

Сумарний розподіл особливо небезпечних і небезпечних ризиків та загроз визначив їх пріоритети, наведені на рис. 2.7 та 2.8.



Примітка:

1. Зменшення чистого прибутку туристичного підприємства.
2. Зменшення обсягу туристичних послуг.
3. Недостатність кваліфікованих кадрів та їх плинність.
4. Низька ефективність управління, не досконала структура управління.
5. Нераціональне використання грошових коштів на управління.

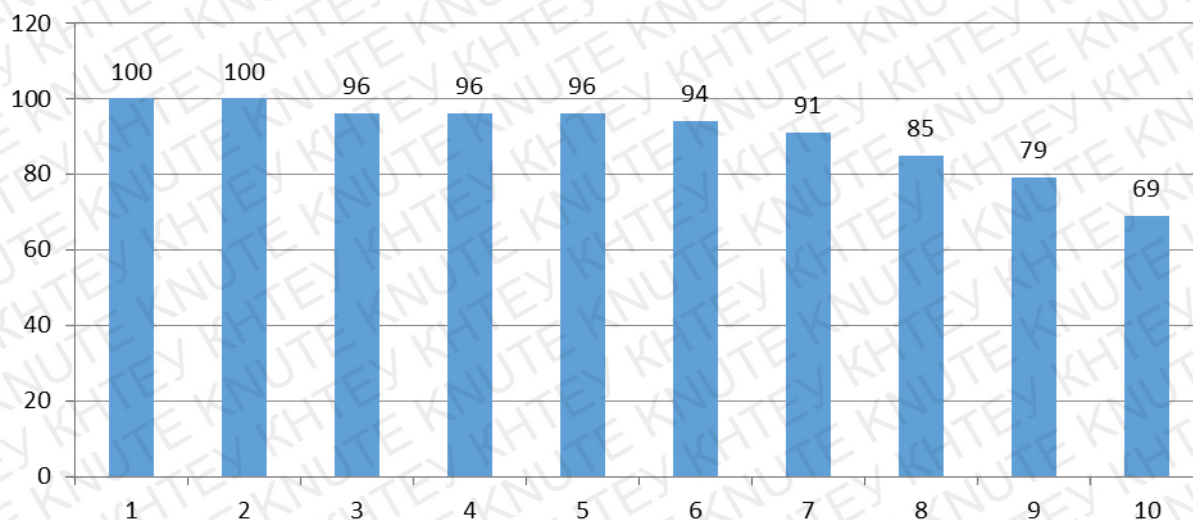
*Рис. 2.7. Розподіл абзац потенціалу ризиків для розвитку регіональних кластерних ініціатив у туристичному секторі Сумської області, %**

*Складено на основі додатку Є.

Так, особливо небезпечними для розвитку регіональних кластерних ініціатив у туристичному секторі Сумської області, на думку експертів, є ризики, що пов'язані із зменшенням чистого прибутку, та зменшенням обсягу туристичних послуг, які налічують 100% відповідей експертів. Ризик, що пов'язаний з недостатністю кваліфікованих кадрів, їх плинністю складає 91% відповідей експертів.

Ризик, що пов'язаний з низькою ефективністю управління та з недосконалою структурою управління, налічує 88% відповідей експертів. Недостатність та нераціональне використання грошових коштів на управління складає 83% відповідей експертів.

Оцінка, %



Примітка:

1. Зниження рівня споживчого попиту.
2. Збільшення податкового навантаження, штрафні санкції.
3. Низький рівень політико-правової бази.
4. Зменшення доходів населення, соціальна напруженість.
5. Політична нестабільність.
6. Високий рівень забруднення навколишнього середовища.
7. Слабкість інвестиційних процесів галузі туризму.
8. Зростання економічних злочинів, корупція, криміналізація.
9. Незаконні дії конкурентів на ринку туристичних послуг.
10. Високий рівень інфляції.

*Рис. 2.8. Розподіл сумарного потенціалу зовнішніх загроз для розвитку регіональних кластерних ініціатив у туристичному секторі Сумської області, %**

*Складено на основі додатку Є.

Стосовно зовнішніх загроз для розвитку регіональних кластерних ініціатив у туристичному секторі Сумської області, експерти особливо виділили: зниження рівня споживчого попиту та збільшення податкового навантаження, штрафні санкції – 100%; низький рівень політико-правової бази,

політичну нестабільність, зменшення доходів населення, соціальну напруженість – 96%; високий рівень забруднення навколишнього середовища – 94%; слабкість інвестиційних процесів галузі туризму – 91%; зростання економічних злочинів, корупцію, криміналізацію – 85%; загрозу незаконних дій конкурентів на ринку туристичних послуг – 79% та високий рівень інфляції – 69%.

Як зазначалось раніше, інтересом для розвитку туризму є зацікавленість суб'єкта туристичної діяльності у фінансовій стійкості та стабільності, отриманні прибутку, економічному зростанні, ресурсному, управлінському та кадровому забезпеченні, а також у правовому та інформаційному захисті суб'єкту господарювання.

Виходячи з вищенаведеного, сформуємо групу інтересів туристичних підприємств. При цьому зазначимо, що загрози, екзогенного характеру, можуть впливати на інтереси туристичного підприємства та навіть їх змінювати (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Зіставлення інтересів та загроз для розвитку регіональних кластерних ініціатив у туристичному секторі Сумської області *

Інтерес	Загроза	Наслідок
Формування ціни на турпродукт: узгодження інтересів туристичного підприємства та його клієнтів	Великий розрив у часі між моментом встановлення ціни та моментом купівлі-продажу	Неможливість зберігання турпродукту, невчасно реалізований турпродукт призводить до фінансових втрат
Збереження ціни на турпродукт	Сезонність на попит турпродукту	Необхідність сезонної диференціації цін
Лідерство на туристичному ринку послуг	Висока конкуренція	Вимушені дії, направлені на демпінг ціни на турпродукт, що зменшує прибутки туристичного підприємства
Конфіденційність інформації	Шпигунство, неправомірні дії конкурентів, конкурентна розвідка	Витік інформації, втрата лідируючих позицій на туристичному ринку послуг
Підвищення кваліфікації кадрів, високий професіоналізм	Відтік кваліфікованих кадрів за кордон через незадовільний рівень заробітної плати; висока плинність кадрів	Втрата позитивного іміджу компанії

Продовження табл. 2.7		
Висока якість туристичних послуг	Невиконання обов'язків партнерів, що призводить до судових позовів споживачів турпродукту	Збитки від штрафних санкцій, втрата іміджу суб'єкту туристичної діяльності
Збільшення прибутку від туристичної діяльності	Високий рівень інфляції	Зменшення попиту на туристичні послуги і, як наслідок, зменшення чистого доходу туристичних підприємств
Наявність власних постійних клієнтів	Недобросовісна конкуренція	Втрата постійних клієнтів
Якісна рекламна політика	Нестача інформації	Недоотримання доходу через невдало проведену рекламну компанію

Наприклад, підприємство зацікавлено в обслуговуванні якомога більшої кількості клієнтів.

Збільшення туристичних потоків є інтересом туристичного підприємства, оскільки призводить до зростання економічної вигоди від проданих турів. Політична нестабільність є загрозою та каталізатором таких негативних процесів у країні, як: зростання інфляції, зменшення рівня інвестицій, у тому числі, і в туристичний бізнес, що безпосередньо впливає на в'їзд та виїзд туристів за кордон, тобто призводить до зменшення туристичних потоків. В даному випадку інтерес туристичного підприємства може бути не досягнутий в повному обсязі.

Альтернативним рішенням та новим інтересом для туристичного суб'єкту господарювання може стати диверсифікація послуг або пошук унікальної послуги, що дасть змогу привернути увагу до його діяльності вітчизняних та іноземних споживачів турпродукту.

Серед основних проблем, які перешкоджають розвитку регіональних кластерних ініціатив у туристичній сфері Сумської області, можна виділити:

1) проблеми, що пов'язані з податковим законодавством України. Перш за все, вони стосуються сплати податку на додану вартість, земельного податку, туристичного збору. Не відпрацьовано механізм заохочувального

оподаткування інформаційно-рекламної діяльності, стимулювання інвестицій у туристичну галузь.

Оптимізація оподаткування рекреаційно-туристичної діяльності сприятиме підвищенню дохідної частини бюджетів усіх рівнів: Державного бюджету України та місцевих бюджетів [85].

2) проблеми, пов'язані з нестабільною політичною обстановкою в країні;

3) нераціональне використання культурно-історичної і культурної спадщини та довкілля;

4) забрудненість навколишнього середовища та екологічна небезпека.

Недооцінювання ролі туристичного бізнесу у наповненні бюджету може призвести до процесів регресії у галузі туризму, що негативно позначиться на перспективах кластерного розвитку туристичного регіону Сумщини, тим самим створить небезпеку для громадян (зростання бідності населення).

Таким чином, розвиток регіональних кластерних ініціатив у туристичній сфері Сумської області може бути забезпечена лише за умов визначення основних чинників небезпеки у процесі його діяльності, приросту чисельності споживачів турпродукту та інвесторів в дану галузь, збільшення кількості та якості пропонованих послуг, консолідації підприємницьких і владних структур в індустрії туризму. Розвиток регіональних туристичних кластерів на території Сумської області базується на ґрунті особливої української національної специфіки, на усвідомленому рівні відтворення національного середовища, місцевому колориті й природно-рекреаційному ресурсі, чим багата Сумська область, і що є її унікальною пропозицією. Для цього варто забезпечити пізнаванність туристичної пропозиції і планується брендування напрямку «Сумщина туристична». Пізнаваний візуальний образ туристичної Сумщини надасть споживачеві туристичного продукту розуміння іміджу якості та очікуваного рівня гостинності й комфорту, забезпечить ідентифікацію та зрозуміле розпізнавання серед інших пропозицій та забезпечить чільне місце в мережі національних туристичних брендів України та за кордоном.

Висновки до розділу 2

Таким чином, за результатами проведеного дослідження можемо зробити наступні висновки:

1) Було розглянуто особливості розвитку ринку туристичних послуг в Сумській області. У 2015 році відбулося скорочення обсягу туристичного потоку до 23254 осіб., або на 48,5%. Основним чинником скорочення чисельності туристичного потоку у Сумській області було зниження попиту на туристичні послуги у наведеному періоді. Попит знизився через фінансово-економічну кризу. Зокрема, також спостерігалось зниження активності громадян в плані готовності до переміщення та здійснення подорожей по території України. У 2016 році обсяг туристичного потоку збільшився на 1918 осіб або на 8,2% і склав 25172 особи. У 2017 році обсяг туристичного потоку зріс на 3175 осіб або на 12,6% і становив 28347 осіб. Варто зазначити, що у 2017 році не було досягнуто показників докризового рівня обсягу туристичного потоку (2011 рік). У 2011 році колективними засобами розміщення було обслужено 71 тис. осіб, в тому числі 56,3 тис. осіб були обслужені у готелях та аналогічних засобах розміщення, 14,9 тис. осіб були обслужені у спеціалізованих засобах розміщення. У 2012 -2013 роках чисельність обслуговування туристів колективними засобами розміщення продовжувала скорочуватися. Однак, пік скорочення припадає на 2015 рік – у цьому періоді колективними засобами розміщення було обслужено 53,2 тис. осіб, в тому числі 40,4 тис. осіб були обслужені у готелях та аналогічних засобах розміщення, 12,8 тис. осіб були обслужені у спеціалізованих засобах розміщення. Варто помітити також той факт, що кількість осіб, обслужених колективними засобами розміщення Сумської області, зросла у 2016 році до 62,7 тис. осіб, однак у 2017 році знов скоротилася до 58,1 тис. осіб. Це є тривожним сигналом для перспектив розвитку туристичного ринку області.

2) У Сумській області існують усі передумови розвитку туризму. Туристичний потенціал області можна розглядати як передумови для розвитку

економічної діяльності у ринковому середовищі з використанням природного та культурного потенціалу регіону. Справа розвитку туризму у Сумській області має реальну регіональну та державну перспективу і сприяє поліпшенню соціально-економічної ситуації області. На території області сьогодні налується значна кількість пам'яток історії та архітектури, велика кількість музеїв, ландшафтів природно-заповідного фонду. Особливу роль у формуванні туристичних ресурсів займають засоби колективного розміщення, лікувально-оздоровчі заклади та засоби розміщення для дитячого туризму.

3) Розвиток регіональних кластерних ініціатив у туристичній сфері Сумської області може бути забезпечена лише за умов визначення основних чинників небезпеки у процесі його діяльності, приросту чисельності споживачів турпродукту та інвесторів в дану галузь, збільшення кількості та якості пропонованих послуг, консолідації підприємницьких і владних структур в індустрії туризму. Розвиток регіональних туристичних кластерів на території Сумської області базується на ґрунті особливої української національної специфіки, на усвідомленому рівні відтворення національного середовища, місцевому колориті й природно-рекреаційному ресурсі, чим багата Сумська область, і що є її унікальною пропозицією. Для цього варто забезпечити пізнаванність туристичної пропозиції і планується брендування напрямку «Сумщина туристична». Пізнаваний візуальний образ туристичної Сумщини надасть споживачеві туристичного продукту розуміння іміджу якості та очікуваного рівня гостинності й комфорту, забезпечить ідентифікацію та зрозуміле розпізнавання серед інших пропозицій та забезпечить чільне місце в мережі національних туристичних брендів України та за кордоном.

РОЗДІЛ 3

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ КЛАСТЕРІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ

3.1. Обґрунтування стратегії розвитку туризму в області на основі кластерної моделі

У своїй багатокomпонентній основі туристичний кластер формує додатковий синергетичний та компліментарний актив завдяки: координації сумісних дій, посиленню обміну інформацією, досвідом, інноваційними технологіями, сумісному використанню обслуговуваних інфраструктурних об'єктів дестинації; підготовки та підвищення кваліфікації кадрів туристичного супроводу й обслуговування; стає можливим реальне порівняння роботи фірм-конкурентів, ефективності їхньої діяльності; наявності трудових ресурсів відповідної кваліфікації; застосування особливих режимів оподаткування, інвестування; правового регулювання, надання субвенцій. Тому процес формування стратегії розвитку Сумської області на основі кластерної моделі, на нашу думку, повинен охоплювати такі напрями (рис. 3.1):

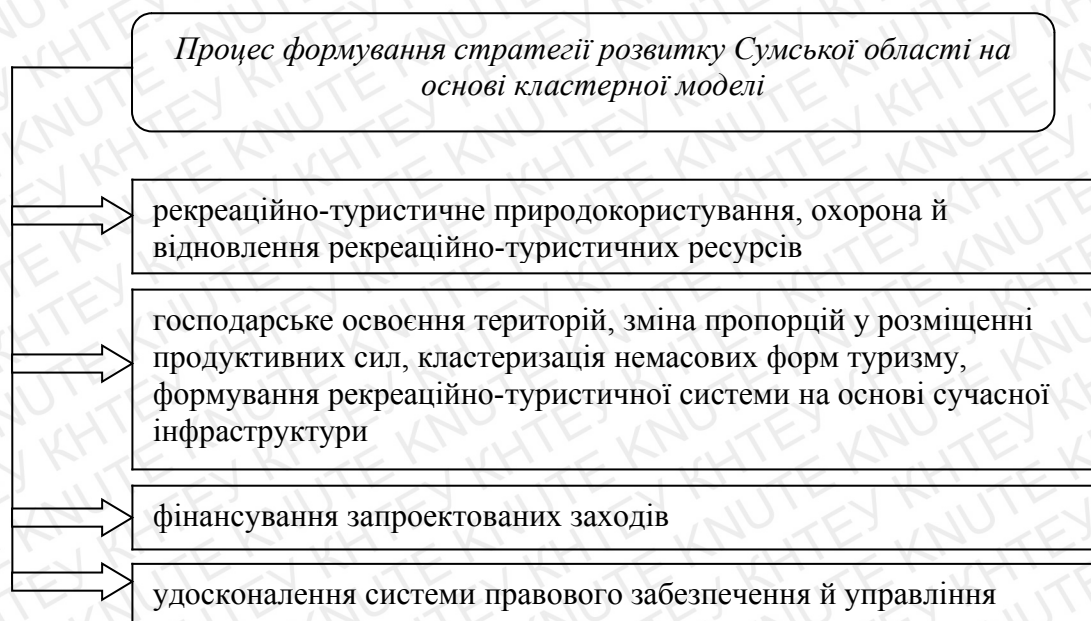


Рис. 3.1. Процес формування стратегії розвитку Сумської області на основі кластерної моделі

При цьому як напрями та завдання формування і реалізації конкурентоспроможного регіонального туристичного продукту в рамках стратегії розвитку рекреаційно-туристичних кластерів регіону варто виділити такі:

- у рамках напрямку «забезпечення умов для розвитку рекреації та туризму органами місцевого самоврядування» виокремлюють таке завдання, як: створення координаційної ради при місцевій адміністрації для виконання конституційних, координаційних функцій, а також для проведення ділових операцій і здійснення процедур ухвалення рішень у сфері рекреаційно-туристичної діяльності на території муніципального утворення;
- у рамках напрямку «регіональне управління рекреаційно-туристичною сферою»: створення нових інститутів управління рекреацією та туризмом і реструктуризація існуючих відповідно до поставлених цілей і завдань розвитку рекреації та туризму в регіоні;
- у рамках напрямку «сучасна маркетингова стратегія просування рекреаційно-туристичного продукту на внутрішньому і міжнародному ринках»: розробка календаря подій, що відбуваються на території регіону; розширення збутової мережі; сумісне просування регіонального рекреаційно-туристичного продукту та розвиток міжнародного співробітництва; формування іміджу рекреаційно-туристичного регіону;
- у рамках напрямку «формування нормативно-правової бази розвитку рекреації та туризму»: визначення нормативно-правових документів, які необхідно прийняти на регіональному рівні та вироблення рекомендацій щодо ухвалення загальнодержавних документів або зміни їх положень для цілей підвищення ефективності функціонування рекреаційно-туристичного регіону;
- у рамках напрямку «фінансове забезпечення розвитку рекреації та туризму»: пошук джерел фінансування розвитку рекреаційно-туристичної сфери та складання переліку можливих одержувачів ресурсів і структур, що ухвалення рішення про надання фінансових коштів;
- у рамках напрямку «кадрове забезпечення розвитку рекреації та

туризму»: забезпечення взаємодії між рекреаційно-туристичними підприємствами і навчальними закладами для підвищення якості освіти і повнішого обліку вимог ринку при підготовці фахівців та підприємців, організація філій навчальних закладів, курсів для мешканців рекреаційно-туристичних районів з метою забезпечення зайнятості на місцях; розробка системи взаємодії зі службами зайнятості різного рівня;

- у рамках напрямку «облік екологічних, політичних і інших ризиків»: розроблення заходів щодо зниження природних ризиків у рекреаційно-туристичній діяльності, їх компенсації; формування спеціальної програми управління природними ризиками в рекреаційно-туристичних регіонах; розроблення заходів щодо оперативного управління кризовими ситуаціями;

- у рамках напрямку «формування умов для розвитку рекреації та туризму у межах особливо охоронюваних природних територій»: ініціювання проектів щодо створення особливо охоронюваних природних територій регіонального і місцевого значення; сприяння забезпеченню інвестиційної привабливості інфраструктури на території особливо охоронюваних природних територій; розроблення норм рекреаційно-туристичних навантажень на різні види особливо охоронюваних природних територій; формування основ організації природних парків у зоні установ курортно-санаторного профілю з метою збереження рекреаційно-туристичного ресурсу [18].

На сьогодні в туристичну галузь роблять внесок головним чином держава і дрібні, середні місцеві підприємці. Комплексна система кластерної моделі розвитку туризму в Сумській області має включати в себе ряд взаємозалежних елементів, що забезпечують стабільність функціонування туристичного бізнесу.

Стратегічна орієнтація формування кластерної моделі на довгостроковий та раціональний розвиток зобов'язує приймати управлінські рішення органами державного управління з врахуванням не лише існуючої сукупності чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, але й передбачати заходи із захисту інтересів суб'єктів туристичної діяльності у перспективі.

Загалом цільовий підхід слід визначити як систему методів та методичних прийомів, що забезпечують постійну орієнтацію управлінської діяльності, планово-управлінських рішень, процес виконання цих рішень з впливом на кінцеві результати з урахуванням соціально-економічних характеристик, що постійно змінюються, внаслідок розвитку системи потреб, кількісних та якісних змін у виробничому потенціалі системи, стосовно якої застосовується цільовий підхід (Додаток Є).

Цільовий підхід до формування кластерної моделі розвитку Сумської області має бути жорстко зорієнтований на перспективу. Тому вимогами до цільового підходу є:

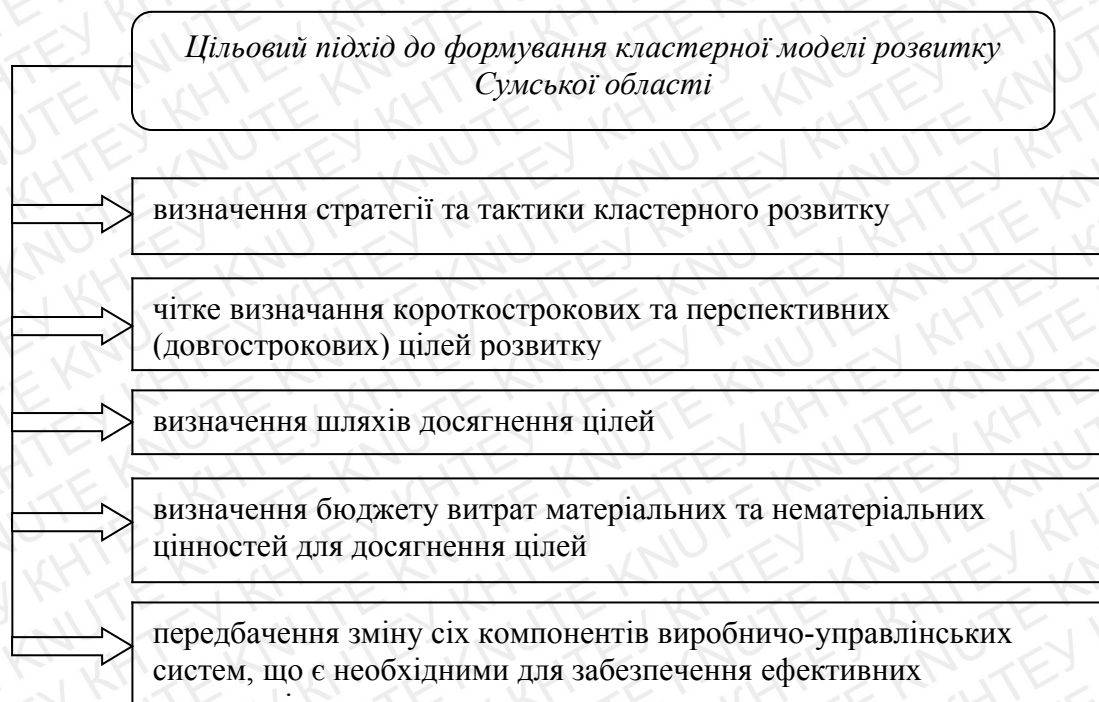


Рис. 3.2. Процес формування стратегії розвитку Сумської області на основі кластерної моделі

Крім розробки цільового підходу, необхідно приділяти достатню кількість уваги поточній діяльності. У випадку відмови від контролю проміжних цілей та діяльності з їх досягнення, може виникнути небезпека досягти набагато нижчих кінцевих результатів від запланованих. А також

отримати значно нижчий показник коефіцієнту корисної діяльності від покладених зусиль та здійснених вкладень у розвиток.

Цільовий підхід вимагає та дозволяє ретельно розібратися у складній ієрархії цілей, визначити головну мету та такі, що «працюють» на неї, тобто під цілі чи проміжні цілі (як способи їх досягнення). Також цільовий підхід дає змогу сформуванню системи пріоритетів черговості виконання цілей, тобто забезпечити керованість процесом розробки та досягнення цілей в організації. Цільовий підхід застосовується в різних сферах діяльності. Так, його застосування можна помітити у наукових дослідженнях та у процесі виробництва, під час побудови систем різного призначення та під час виконання планової функції, для вивчення характеристик реально існуючих систем тощо.

Основним питанням щодо застосування цільового підходу у формуванні кластерної моделі розвитку туризму в Сумській області є визнання ролі мети, як вихідного елемента будь-якої дії. Це, у свою чергу, викликає підвищення вимог до обґрунтування (формулювання, встановлення) та вибору цілей на будь-якому рівні управління; визначення методів взаємозв'язку та балансування цілей різних рівнів, окремих ланок; зацікавлених груп та осіб; здійснення переходу від цілей до конкретних заходів з їх реалізації.

Організаційно-виконавчий блок формування стратегії розвитку туризму в Сумській області на основі кластерної моделі передбачає підбір кадрів для реалізації цільової комплексної програми. Організаційно-виконавчий блок забезпечує поєднання проблемно-цільового та функціонального блоків цільової комплексної програми кластерної моделі розвитку регіону та передбачає формування організаційної структури, яка могла б досить компетентно вирішувати будь-які проблеми туристичних підприємств на регіональному рівні, що виникають із забезпеченням кластерної моделі розвитку.

Схему дворівневої матричної структури цільової комплексної програми кластерної моделі розвитку туристичних підприємств наведено у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

**Матрична структура цільової комплексної програми кластерної моделі
розвитку туристичних підприємств Сумської області**

Функціональна структура (завдання, заходи)Виконавча Структура (учасники, виконавці)	Функції програми							
	1	2	I				n	
			Заходи					
	...	...	1	2	...	j	m	...
1. Державні органи, міністерства і відомства України	1	...	...	...	...	...	...	...
	...	...	...	...	...	...	...	X
2. Регіональні органи	1	...	...	X	...	...	...	...
	2	...	...	...	...	X		
	...	...	...	...	...	...	...	X
3. Комерційні організації, установи, фонди	1	...	X	...	...	...	...	...
	2	...	...	...	X	X	X	
	...	...	X	...	X	...	...	...
4. Інші організації	1	...	...	X		...	...	...
	...	X	...	...	...	X	X	...

* розроблено на основі [91]

Головне завдання, що витікає із програмної проблеми забезпечення кластерної моделі розвитку туризму Сумської області, умовно поділене на n функціональних цільових завдань, які поділені у програмі на сукупність програмних функцій $(1, 2, \dots, i, \dots, n)$, реалізація яких приведе до вирішення виявленої проблеми. Для реалізації програмної функції необхідно здійснити визначені функціональні заходи $(1, 2, \dots, j, \dots, m)$.

Оскільки програмна функція ставиться у відповідності до сукупності заходів, які необхідно реалізувати певним органам, організаціям, що наведені у табл. 3.1, де кожному елементу виконавчої структури відповідають певні функціональні заходи.

Виходячи із сформованих проблем забезпечення кластерної моделі розвитку всіх підприємств Сумської області та виділених функціональних заходів сформуємо матричну структуру комплексної програми та зобразимо її у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

**Матрична структура реалізації цільової комплексної програми кластерної
моделі розвитку туристичних підприємств Сумської області**

Функціональна структура (завдання, заходи) Виконавча структура (учасники, виконавці)	Функціональна структура цільової комплексної програми кластерної моделі розвитку туристичних підприємств							
	3. Стійкість, стабільність та здатність до розвитку економіки регіону		4. Передумови для автопоезису регіону		2. Зовнішньо- економічна відкритість регіону		1. Конфлікт- ність	
	1.1		2.1		3.1	...	4.1	...
A	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Державні органи, міністерства і відомства України								
Президент України	X		X		X		X	
РНБОУ	X		X		X		X	
КМУ	X		X		X		X	
2. Регіональні органи								
Головне управління економіки	X		X		X		X	
Управління міжнародного співробітництва та європейської інтеграції	X				X		X	
Управління з питань внутрішньої політики, зв'язків з громадськими організаціями та ЗМІ	X		X		X		X	
УСБУ в Сумській області	X				X		X	
ДПА у Сумській області	X				X			
НБУ в Сумській області	X							
Управління у справах молоді та спорту			X					
Головне управління розвитку АПК	X							
Регіональний комітет по боротьбі з тіньовою економікою при РНБОУ	X				X		X	
Головне управління праці, соціальних питань та у справах захисту населення від наслідків Чорнобильської катастрофи			X					
Управління культури та туризму			X		X			
Головне управління промисловості та розвитку інфраструктури	X				X			
Головне фінансове управління	X				X		X	
Регіональні митниці					X		X	
УМВС у Сумській області							X	
Управління освіти і науки			X					
Продовження табл. 3.2								
Державне управління екологічної безпеки			X					
Управління охорони здоров'я			X					
3. Комерційні організації, установи, фонди								
Агенція регіонального розвитку	X		X		X		X	

*наведено автором на основі [91]

Вирішенню поставлених вище програмних проблем забезпечення кластерної моделі розвитку туризму Сумської області, значною мірою

сприятиме сформована матрична структура управління реалізації цільової комплексної програми кластерної моделі розвитку туристичних підприємств, основна мета якої полягає у розмежуванні повноважень та створенні інституційних засад для системної реалізації державної регіональної політики в сприянні економічного розвитку туристичних підприємств, гармонійного взаємоузгодження державних та місцевих інтересів.

При визначенні ресурсів, необхідних для реалізації цільової комплексної програми кластерної моделі розвитку туризму Сумської області, використовуються результати аналізу проблемно-цільового, функціонального та організаційно-виконавчого блоків. Фінансове забезпечення цільової комплексної програми кластерної моделі розвитку туристичних підприємств повинне будуватись і реалізовуватись в межах наступних напрямків:

- 1) створення ефективної системи керування регіональними фінансами які виділяються на розвиток туристичної сфери;
- 2) концентрація фінансових ресурсів на реалізацію стратегічних цілей розвитку підприємств туристичної сфери регіону;
- 3) удосконалення міжбюджетних відносин в регіоні.

Основні принципи повинні базуватися на фінансовій відкритості та прозорому, твердому бюджетному контролі; зниженні вартості функціонування регіональної влади; збалансованості ресурсів і зобов'язань; повноважень і відповідальності на всіх рівнях бюджетної системи регіону. Ефективне управління фінансами регіону вимагає завершення перекладу регіонального та місцевого бюджетів на казначейське виконання, введення обов'язкової публікації змістовної бюджетної звітності й забезпечення відкритості процедур розміщення регіональних і місцевих замовлень.

Суб'єкти туристської діяльності з метою покращання обслуговування туристів, втілення позитивного досвіду роботи можуть створювати свої об'єднання або асоціації, наприклад, Туристична асоціація України, які діють у відповідності з законодавством України, їх статутами, затвердженими зборами представників суб'єктів туристичної діяльності, що входять до складу

об'єднання або асоціації [42].

Отже, процес формування стратегії розвитку Сумської області на основі кластерної моделі передбачає такі напрямки розвитку: рекреаційно-туристичне природокористування, охорона й відновлення рекреаційно-туристичних ресурсів, господарське освоєння територій, зміна пропорцій у розміщенні продуктивних сил, кластеризація немасових форм туризму, формування рекреаційно-туристичної системи на основі сучасної інфраструктури, фінансування запроектованих заходів, удосконалення системи правового забезпечення й управління. На сьогодні в туристичну галузь роблять внесок головним чином держава і дрібні, середні місцеві підприємці. Комплексна система кластерної моделі розвитку туризму в Сумській області має включати в себе ряд взаємозалежних елементів, що забезпечують стабільність функціонування туристичного бізнесу. Стратегічна орієнтація формування кластерної моделі на довгостроковий та раціональний розвиток зобов'язує приймати управлінські рішення органами державного управління з врахуванням не лише існуючої сукупності чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, але й передбачати заходи із захисту інтересів суб'єктів туристичної діяльності у перспективі.

3.2. Формування конкурентоспроможності туристичних кластерів регіону

З метою формування конкурентоспроможності туристичних кластерів Сумської області, можна виділити основні напрями та завдання (рис. 3.3):

Напрямки формування конкурентоспроможності туристичних кластерів Сумської області

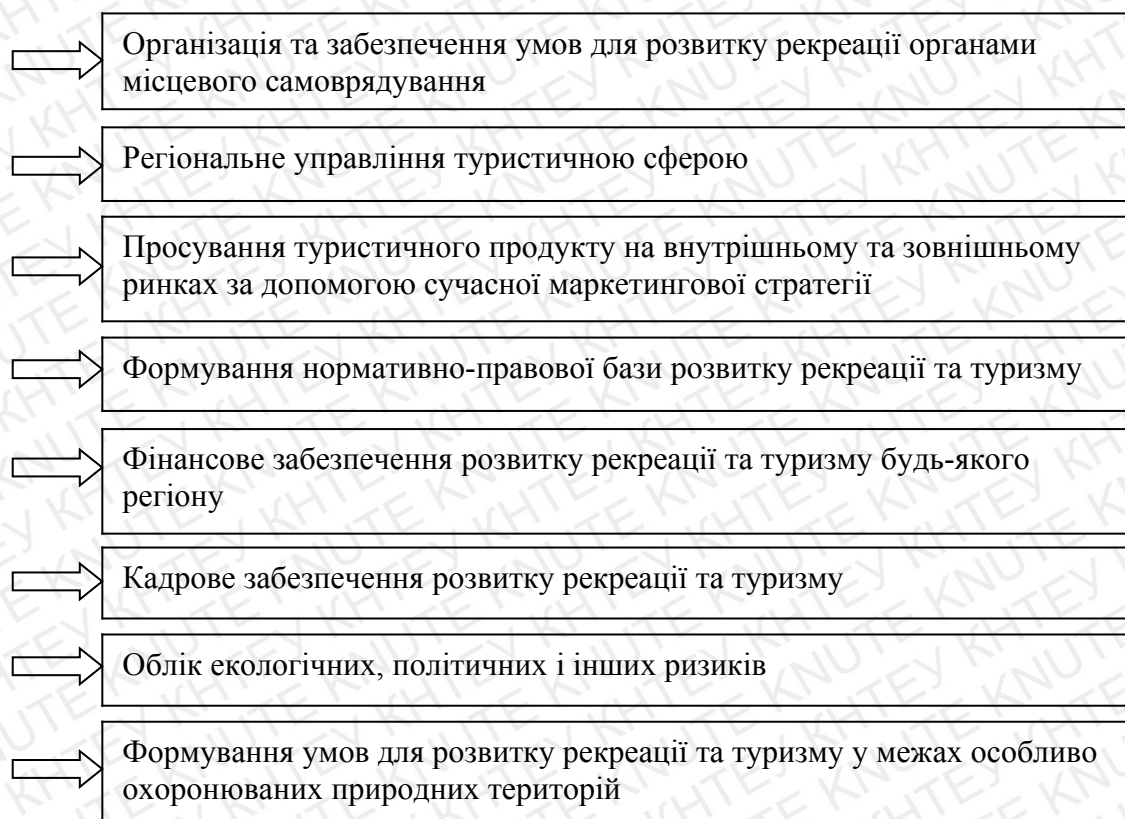


Рис. 3.3. Напрямки формування конкурентоспроможності туристичних кластерів Сумської області

*розроблено автором за даними [25, 36, 44, 56]

1) Перший напрямок «Організація та забезпечення умов для розвитку рекреації органами місцевого самоврядування». У його розрізі викреслюється завдання: створення координаційної ради при органі місцевого самоврядування.

До функціональних обов'язків цієї ради входитимуть такі функції, як: виконання координаційних та конституційних функцій; забезпечення прозорості ділових операцій у сфері туристичної діяльності; контроль за об'єктивністю при ухваленні рішень щодо рекреаційно-туристичної діяльності на території муніципального утворення.

2) Другий напрямок «Регіональне управління туристичною сферою». Згідно цього напрямку постає завдання реструктуризації існуючих інститутів управління рекреацією та туризмом, а також – створення нових.

3) Третій напрямок «Просування туристичного продукту на внутрішньому та зовнішньому ринках за допомогою сучасної маркетингової стратегії». В цьому напрямку можна окреслити цілий ряд завдань: створення календаря подій, які відбуваються на території того чи іншого регіону; розширення мережі ритейлу (збуту); підписання довгострокових партнерських контрактів з іноземними туристичними організаціями про спільне просування регіонального туристичного продукту та розвиток його на міжнародному рівні; створення іміджу регіону; рекламна підтримка; тощо.

4) Четвертий напрямок «Формування нормативно-правової бази розвитку рекреації та туризму». Завдання цього напрямку є найважливішими серед усіх інших, оскільки саме через грамотне нормативно-правове забезпечення можливо реалізувати потреби не тільки регіону, а й усієї країни. Такими завданнями є: визначення нормативно-правових документів які першочергово необхідно прийняти на рівні регіону; розробка рекомендацій щодо ухвалення (чи внесення змін) загальнодержавних документів; розробка механізмів реалізації тих положень нормативно-правових документів, які вже існують та не втілюються в життя через об'єктивні чи суб'єктивні причини. Основна ціль будь-якої норми права (що стосується рекреаційної сфери) підвищення ефективності функціонування туристичного регіону.

5) П'ятий напрямок «Фінансове забезпечення розвитку рекреації та туризму будь-якого регіону». Завданнями цього напрямку є: пошук нових джерел фінансування направлених на розвиток рекреаційно-туристичної сфери; перегляд витрат, що вже існують, їх диверсифікація; складання переліку можливих одержувачів ресурсів і структур, для отримання рішення про отримання фінансових коштів; тощо.

6) Шостим напрямом є «Кадрове забезпечення розвитку рекреації та туризму». Основним завданням є – організація більш тісної взаємодії між рекреаційно-туристичними підприємствами та профільними навчальними закладами. Метою такої діяльності є підвищення якості освіти та розширення переліку вимог ринку при підготовці фахівців та підприємців. Серед інших

завдань є такі: організація філій навчальних закладів; організація курсів для мешканців рекреаційно-туристичних районів з метою найбільшого забезпечення зайнятості на місцях; створення нових робочих місць; організація системи взаємодії зі службами зайнятості різних рівнів.

7) Сьомий напрямок «Облік екологічних, політичних і інших ризиків». Завдання напрямку направлені в першу чергу на зниження ризиків та їх впливу на розвиток рекреаційно-туристичного регіону. До таких завдань слід віднести: розробка заходів щодо зниження природних ризиків у рекреаційно-туристичній діяльності, їх компенсації; формування спеціальної програми управління природними ризиками в рекреаційно-туристичних регіонах; розробка заходів щодо оперативного управління кризовими ситуаціями.

8) Восьмий та останній напрямком є «Формування умов для розвитку рекреації та туризму у межах особливо охоронюваних природних територій». Його першочерговим завданням є ініціювання проектів щодо створення особливо охоронюваних природних територій як регіонального так і місцевого значення. До другорядних завдань слід віднести такі як: сприяння забезпеченню інвестиційної привабливості інфраструктури на території особливо охоронюваних природних територій; розроблення норм рекреаційно-туристичних навантажень на різні види особливо охоронюваних природних територій; формування основ організації природних парків у зоні установ курортно-санаторного профілю з метою збереження рекреаційно-туристичного ресурсу.

Для активізації даних процесів щодо формування кластерних структур у сфері туризму Сумської області потрібно вирішити ряд питань (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Завдання активізації процесів формування туристичних кластерів в Сумській області

Національний рівень	Регіональний рівень
1. Розробка програми щодо формування кластерів в регіонах	1. Сприяння розвитку партнерства в регіоні
2. Сприяння розвитку міжнародної співпраці в рамках кластерних ініціатив	2. Визначення пріоритетних напрямків щодо створення регіонального кластеру
3. Створення умов для залучення іноземних інвестицій	3. Проведення інформаційної компанії серед потенційних учасників та зацікавлених осіб у формуванні кластеру
4. Забезпечення контролю за дотриманням чинного законодавства, особливо в галузі забезпечення якості продукції, екології, цільового та раціонального використання земельних ресурсів	4. Забезпечення ефективної методичної, інформаційно-консультаційної та освітньої підтримки реалізації кластерної політики
5. Визначення джерел фінансування кластерів	5. Формування умов для ефективного організаційного розвитку кластерів
6. Сприяння розвитку міжнародної співпраці в рамках кластерних ініціатив	6. Забезпечення ефективної підтримки проєктів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності учасників кластера
7. Розробка методики визначення потенційних кластерів, їх ефективності	7. Розробка регіональних програм підтримки кластерних ініціатив
8. Проведення аудиту наявного ресурсного потенціалу у всіх адміністративно-територіальних одиницях області з метою виявлення територій, де є передумови для створення кластерів	8. Запровадження комплексного моніторингу розвитку економічної ситуації в регіоні з метою виявленні потенційних учасників кластеру

*розроблено автором за даними [25, 36, 44, 56]

Для формування конкурентоспроможності туристичних кластерів Сумської області варто визначити три головні напрямки дій: налагодження контактів зі споживачами, розвиток туристичної інфраструктури та контроль процесів кластиризації.

Налагодження контактів - переконання потенційних клієнтів у тому, що запропоноване місце відпочинку та існуючі там служби сервісу, пам'ятки і очікувані вигоди повністю відповідають тому, чого бажають отримати самі клієнти.

Розвиток туристичної інфраструктури - проектування нововведень, які зможуть забезпечити нові можливості для збуту туристичного продукту. Контроль процесів кластиризації - аналіз результатів діяльності по просуванню послуг на ринок і перевірку того, наскільки ці результати відображають повне і успішне використання можливостей сфери туризму.

Для посилення конкурентоспроможності кластерної моделі розвитку туризму у Сумській області варто провести ряд заходів, які наведено у табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Заходи посилення конкурентоспроможності кластерної моделі розвитку туризму у Сумській області

№	Захід	Мета проведення	Термін проведення
1	засідання в форматі «круглого столу» з туристичними операторами та з представниками активного туризму	Обговорення проблем та визначення перспективних напрямків розвитку туризму	1 кв. 2018
2	проведення туристичного форуму «Туристичний кластер Сумщини - перспективи створення та он-лайн просування»	зміна поглядів на туризм в області та формування ініціативної команди з числа громадських організацій та учасників туристичної сфери.	1 кв. 2018
3	впровадження концепції «потрійної спіралі» - синергії держави, науки і бізнесу	зростання рівня розвитку туристичної інфраструктури	2 кв. 2018
4	створення сучасної інформаційної платформи «бази знань»	збільшення уваги та потоку туристів до туристичних об'єктів Сумської області	2 кв. 2018
5	Розробка інтегрованого мобільного інформаційного додатку, промосайту та простору безпосереднього спілкування з актуальною і цікавою інформацією для туристів	збільшення уваги та потоку туристів до туристичних об'єктів Сумської області	3 кв. 2018

*побудовано автором

В цілому для зростання конкурентоспроможності Сумщини варто врахувати також наступні передумови розвитку кластерної моделі туризму в цьому регіоні:

1) Визначені найбільш пріоритетні туристичні локації, на яких, в першу чергу, буде зосереджена основна увага: Путивльщина, Глухівщина, м. Тростянець, с. Пустовійтівка, с. Могриця.

2) Формується комунікаційний простір для проведення спільних заходів з управлінням молоді та спорту, департаментом освіти та науки, управлінням культури, департаментом екології та охорони природних ресурсів.

3) Вивчаються культурні події та інші заходи, які можуть стати у список туристично привабливих для нашої області та сформувати туристичний

календарний план подій, цікавий для туристів.

4) Продовжується робота з формування загального реєстру туристичних об'єктів. Ведеться робота по наданню інформації до національного інноваційного туристичного ресурсу «Турист України». Цей напрямок потребує особливої уваги, бо на сьогодні відсутня можливість працювати з якісною фото- та відеобазами, актуальним та науково-обґрунтованим контентом, який потребує перекладу не декілька мов, адаптовано до використання у рекламно-промоційних заходах, до публікацій в мережі Інтернет.

5) Участь у національній мережі туристичних продуктів потребує наявності сформованих та якісних обласних туристичних продуктів, які мають бути конкурентоспроможними та унікальними.

У Сумській області в туристичній галузі станом на початок 2018 року зареєстровано 6 туристичних операторів та туристичних агентів – 51. Сумськими туристичними операторами приділяється недостатня увага до внутрішнього туризму та створення нових туристичних продуктів, і основною сферою їх прибутку залишається напрямок виїзного туризму. Також жоден сумський туристичний оператор станом на листопад 2017 року не зміг виконати обов'язкову законодавчу вимогу щодо наявності фінансового забезпечення туроператора. Розроблені раніше туристичних маршрутів «Сумщина слобідська», «Золоте намисто Сумщини», «Слобожанські мандрівки» та «Рекреаційна водна подорож на байдарках по р. Псел» не забезпечують достатньої уваги туристів, тому вивчається туристичний потенціал, сформована команда однодумців та вже попередньо напрацьовані проекти нових туристичних маршрутів.

Для кластерного розвитку напрямку туризму в області варто обрати напрямок поєднання активного туризму з пізнавальною складовою. Даний висновок зроблено за результатами участі у конференціях, виставкових заходах, на яких була проведена робота зі збору інформації, консультацій та ділових зустрічей з основними гравцями туристичної індустрії України.

Перспективними напрямками кластеризації туристичного розвитку

Сумщини можна виділити такі:

- активний туризм (сплави на байдарках та каяках);
- активний туризм (велосипедні маршрути);
- активний туризм (лижні траси);
- активний туризм (піші маршрути);
- активний туризм з етно-елементами;
- створення спільних туристичних маршрутів Чернігівська-Сумська-Полтавська-Харківська області;
- еко-стежки (науково-пізнавальний туризм).

Створення нових туристичних маршрутів варто здійснювати з урахуванням міжнародних норм, долученням локальних туристичних об'єктів цікавих для в'їзного туризму та наступним долучення їх у мережі національних та міжнародних туристичних маршрутів. Це дозволить збільшити, в першу чергу, туристичний потік за внутрішнім туризмом, відпрацювати рівень та якість надання послуг, сформувавши умови для активного долучення молоді до пізнання, збереження історичної спадщини та екологізації, зниження відтоку молоді за кордон.

Окрему увагу варто приділити напрямку ділового туризму на Сумщині. Це найбільш прибутковий та інвестиційно привабливий. За даними експертів, в Україні декілька областей забезпечують якісний рівень цього напрямку це Сумська, Львівська, Одеська.

Маючи значний науковий та виробничий потенціал, високий рівень вищої освіти, перспективним високоприбутковим напрямком для області є діловий туризм. Для цього потрібні:

- сформований супровідний комплекс послуг для організації ділових зустрічей та дозвілля (активний відпочинок з елементами пізнавального туризму, доступ до туристичних об'єктів в належному стані, професійний гід-супровід, етнокультурні програми, квест-зони за туристичними маршрутами,

сучасні місця для проживання та харчування, розвинута мережа агросадиб тощо);

- розвинута транспортна інфраструктура (аеропорт, знаковані та марковані туристичні маршрути, в тому числі автошляхи, санітарні зони, якісне покриття до туристичних локацій).

Розвиток ділового туризму базується на ґрунті особливої української національної специфіки, на усвідомленому рівні відтворення національного середовища, місцевому колориті й природно-рекреаційному ресурсі, чим багата Сумська область, і що є її унікальною пропозицією.

Для цього буде забезпечена пізнаванність туристичної пропозиції і планується брендування напрямку «Сумщина туристична». Пізнаваний візуальний образ туристичної Сумщини надасть споживачеві туристичного продукту розуміння іміджу якості та очікуваного рівня гостинності й комфорту, забезпечить ідентифікацію та зрозуміле розпізнавання серед інших пропозицій та забезпечить чільне місце в мережі національних туристичних брендів України та за кордоном.

Сформовані умови для досягнення поставлених завдань:

- після проведення туристичного форуму сформована ініціативна група, ведеться опрацювання статутних документів із створенням регіонального представництва Національної туристичної асоціації (ПП «Розова чайка», ПП «Престиж-Тревел», [ГО «Сумський обласний осередок характерництва та бойових мистецтв»](#), ГО «Стрілецько-практична Асоціація Сумщини», Федерація спортивного туризму в Сумській області, ГО «Спортклуб «СКІФ» м.Суми, ГО «Кластер «Посулля», ГО «Сумський обласний осередок Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні», ГО «Триторія», клуб «Відчайдухи», Ю. Швидкий та Р. Гвоздецький, фахівці з велотуризму та ін.) готується підписання угоди з Науково-дослідним центром історичного краєзнавства Сумського державного університету (доктор історичних наук Дегтярьов С.І.), готується підписання угоди з Сумський

обласний інститут післядипломної педагогічної освіти (доктор історичних наук Кудінов Д. В., Координатор краєзнавчо-освітніх програм, керівник лабораторії з питань національно-патріотичного виховання Пятаченко Ю.В.);

- досягнута угода щодо розробки випускних дипломних робіт під потреби туристичної сфери Сумської області та готується підписання угоди про співпрацю з [Кафедрою туризму та готельно-ресторанного сервісу](#) Сумського педагогічного університету ім. А.С.Макаренка

- готується підписання угоди з кафедрою маркетингу та управління інноваційною діяльністю Сумського державного університету щодо співпраці в напрямку маркетингу туризму;

- досягнута угода щодо розробки пішого туру з елементами квесту та організації маркування туристичного маршруту (напрямок Суми – Миропілля) (експерт - Клуб СКІФ, спортивне орієнтування);

- досягнута угода щодо розробки велосипедного туру (експерт, сертифікований тренер Р. Гвоздецький);

- досягнута угода щодо пріоритетного навчання за грантові кошти групи гідів на території м. Суми (ГО «Всеукраїнська асоціація гідів»);

- досягнута угода щодо по методичній допомозі або створенню, згідно європейських норм, туристичних екошляхів - [Green Ways](#) (Українська асоціація активного и екологического туризма);

- досягнута угода щодо по методичній допомозі або навчанню по готельній справі, мотивації МСП до туристичної індустрії ([Асоціація індустрії гостинності України](#));

- досягнута угода щодо методичної та маркетингової підтримки в розвитку сталого туризму (Національна туристична організація України);

- досягнута угода щодо консультативної та методичної допомоги з боку Poltava-SKI general information – проф компанії, що спеціалізується на створенні гірсько-лижних курортів);
- є домовленість по організації методичній та маркетинговій підтримці в напрямку участі у процесі розвитку аеропорту м Суми (АВІАПЛАН);
- готується підписання угоди щодо організації спільних заходів з Центром підтримки бізнесу м. Суми, щодо проведення двох туристичних заходів з розвитку туризму та навчання в сфері готельно-ресторанного бізнесу за кошти ЄБРР (ГО «Рада молодих вчених»).

Отже, напрямками формування конкурентоспроможності туристичних кластерів Сумської області: організація та забезпечення умов для розвитку рекреації органами місцевого самоврядування, регіональне управління туристичною сферою, просування туристичного продукту на внутрішньому та зовнішньому ринках за допомогою сучасної маркетингової стратегії, формування нормативно-правової бази розвитку рекреації та туризму, фінансове забезпечення розвитку рекреації та туризму будь-якого регіону, кадрове забезпечення розвитку рекреації та туризму, облік екологічних, політичних і інших ризиків, формування умов для розвитку рекреації та туризму у межах особливо охоронюваних природних територій. З метою посилення конкурентоспроможності туризму Сумщини на засадах кластерного розвитку запропоновано такі заходи: засідання в форматі «круглого столу» з туристичними операторами та з представниками активного туризму; проведення туристичного форуму «Туристичний кластер Сумщини - перспективи створення та он-лайн просування»; впровадження концепції «потрійної спіралі» - синергії держави, науки і бізнесу; створення сучасної інформаційної платформи «бази знань»; розробка інтегрованого мобільного інформаційного додатку, промосайту та простору безпосереднього спілкування з актуальною і цікавою інформацією для туристів.

3.3. Прогнозна оцінка ефективності кластерної моделі розвитку туризму в Сумській області

У даному питанні спробуємо спрогнозувати ключові показники розвитку туристичних підприємств в умовах кластерної моделі розвитку туризму в Сумській області. З цією метою обиремо три туристичні компанії, які працюють на ринку туристичних послуг області: ТОВ туристична компанія «Азовтранссервіс», ТОВ туристична компанія «Стиль Вояж» та ТОВ туристична компанія «Орел та Решка».

Об'єктивними передумовами прогнозування виступають соціально-економічні особливості, викликані територіальним поділом праці, відмінності природного середовища, адміністративно-правові особливості, які пов'язані з територіальним функціонуванням економічних і соціальних систем [53].

Інформаційне забезпечення прогнозування здійснюється місцевими органами статистики. Під час проведення розрахунків використовуються економіко-математичні методи і моделі, без чого на сьогодні неможливо проводити розробку прогнозів, планів та інших документів.

Структура економетричної моделі, що виражає залежність обсягу доходу від реалізації турпослуг Y_i від основних факторів: основних виробничих фондів R_i , матеріальних витрат M_i , кількість населення регіону L_i , має вигляд:

$$Y_i = \alpha_0 \times R_i^{\alpha_1} \times M_i^{\alpha_2} \times L_i^{\alpha_3}, \quad i = \overline{1, T},$$

і називається виробничою функцією, де T – кількість років у аналізованому періоді ($T=5$); $\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ – постійні коефіцієнти (параметри моделі, наведені в табл. 3.1).

Вихідні дані для побудови економетричної моделі подані для ТОВ туристична компанія «Азовтранссервіс» в табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Вихідні дані для побудови економетричної моделі для ТОВ туристична компанія «Азовтранссервіс»

Роки	Основні виробничі фонди в i році, тис. грн.	Матеріальні витрати в i році, тис. грн.	Кількість населення регіону в i році, осіб.	Чистий дохід від реалізації турпослуг, тис.грн.
i	R_i	M_i	L_i	Y_i
2014	25,9	27,6	1802,6	3914
2015	26,6	30,7	1806,1	4147
2016	26,9	32,5	1809,5	4369
2017	27,8	35,3	1812,9	4635
2018	28,2	37,3	1816,5	4835
2019 (прогноз)	29,3	38,5	1819,7	X

* побудовано за даними туристичних компаній

Для використання методів регресійного аналізу прологарифмуємо функцію по основі e . Маємо нову структуру моделі – лінійну:

$$\alpha_i = \ln Y_i = \ln \alpha_0 + \alpha_1 \ln R_i + \alpha_2 \ln M_i + \alpha_3 \ln L_i, \quad i = \overline{1,5}. \quad (3.2)$$

Після логарифмування даних табл. 3.5 по основі e маємо допоміжну табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Допоміжна таблиця логарифмування даних ТОВ туристична компанія «Азовтранссервіс»

$\ln R_i$	$\ln M_i$	$\ln L_i$	$\ln Y_i$
3,254	3,317	7,496	8,272
3,280	3,424	7,498	8,330
3,292	3,481	7,500	8,382
3,325	3,563	7,502	8,441
3,339	3,618	7,504	8,483

* побудовано за даними туристичних компаній

Позначимо в останньому рівнянні $\alpha_0^1 = \ln \alpha_0$. Маємо 3 фактори ($k = 3$) і 5 спостережень ($T = 5$). Для визначення параметрів α_0^1 , a_1 , a_2 , a_3 рівняння (3.4) та оцінки параметрів моделі використовуємо вбудовану статистичну функцію програми Microsoft Excel.

Розглянемо результати розрахунків, поданих в табл. 3.7.

Таблиця 3.7

**Результати розрахунків параметрів моделі ТОВ туристична компанія
«Азовтранссервіс»**

α_0^1	a_1	a_2	a_3
16,652	0,216	0,254	-118,114
9,212	0,293	0,831	67,858
0,998	0,006	—	—
248,961	1	—	—
0,028	3,82112E-05	—	—

* побудовано за даними туристичних компаній

Параметри моделі (наведені в табл. 3.3)

α_0^1	A_0	a_1	a_2	a_3
-118,1143	5,05369E-52	0,2540	0,2168	16,6520

У лінійній формі економетрична модель має вигляд:

$$\alpha = \ln Y = -118,1143 + 0,254 \ln R + 0,2168 \ln M + 16,652 \ln L.$$

Економетрична модель має вигляд:

$$Y^* = (5,05369E - 52) \times R_i^{0,254} \times M_i^{0,2169} \times L_i^{16,652}, \quad i = \overline{1,5}.$$

Параметри моделі наведені в табл. 3.4.

Порівняємо експериментальні значення Y_i (з табл. 3.14) і теоретичні Y_i^* , обчислені за формулою (3.8):

Y_i	3914	4147	4369	4635	4835
Y_i^*	3911,12	4161,93	4360,13	4618,36	4848,42

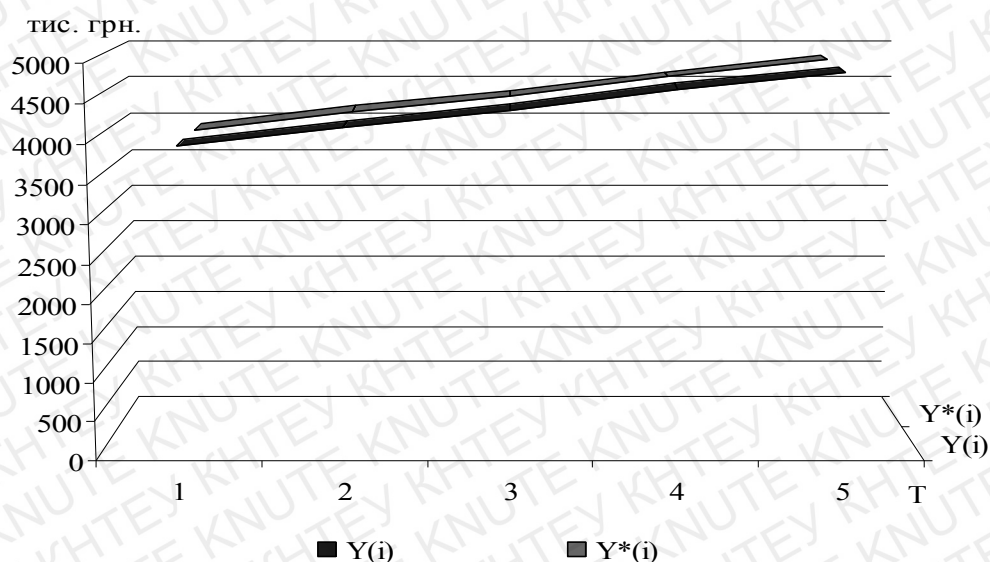


Рис. 3.4. Порівняння емпіричних і теоретичних показників моделі

* побудовано за даними туристичних компаній

Прогноз на 2019 рік для ТОВ туристична компанія «Азовтранссервіс» дорівнює 5076,12 тис.грн.

Вихідні дані для побудови економетричної моделі подані для ТОВ туристична компанія «Стиль Вояж» в табл. 3.8.

Таблиця 3.8

Вихідні дані для побудови економетричної моделі ТОВ туристична компанія «Стиль Вояж»

Роки	Основні виробничі фонди в i році, тис.грн.	Матеріальні витрати в i році, тис.грн.	Кількість населення регіону в i році, осіб.	Чистий дохід від реалізації турпослуг, тис.грн.
I	R_i	M_i	L_i	Y_i
2014	44,03	22,08	1802,6	3927,4
2015	45,22	24,56	1806,1	6364,8
2016	45,73	26	1809,5	8469,6
2017	47,26	28,24	1812,9	9677,1
2018	31,02	48,49	1816,5	10294,5
2019 (прогноз)	32,23	30,8	1819,7	X

* побудовано за даними туристичних компаній

Після логарифмування даних табл. 3.4 по основі e маємо допоміжну табл.

3.9.

Таблиця 3.9

**Допоміжна таблиця логарифмування даних для ТОВ туристична компанія
«Стиль Вояж»**

$\ln R_i$	$\ln M_i$	$\ln L_i$	$\ln Y_i$
3,784	3,094	7,496	8,275
3,811	3,201	7,498	8,758
3,822	3,258	7,500	9,044
3,855	3,340	7,502	9,177
3,434	3,881	7,504	9,239

* побудовано за даними туристичних компаній

Позначимо в останньому рівнянні $\alpha_0^1 = \ln \alpha_0$. Маємо 3 фактори ($k = 3$) і 5 спостережень ($T = 5$). Для визначення параметрів α_0^1 , a_1 , a_2 , a_3 рівняння (3.4) та оцінки параметрів моделі використовуємо вбудовану статистичну функцію програми Microsoft Excel.

Таблиця 3.10

**Результати розрахунків параметрів моделі для ТОВ туристична компанія
«Стиль Вояж»**

α_0^1	a_1	a_2	a_3
45,848	1,897	2,710	-351,508
350,949	6,444	6,672	2586,277
0,956	0,165	—	—
7,249	1	—	—
0,595	0,027	—	—

* побудовано за даними туристичних компаній

Параметри моделі дорівнюють:

α_0^1	A_0	a_1	a_2	a_3
-351,5087	2,1965E-153	2,7106	1,8978	45,8480

--	--	--	--	--

У лінійній формі економетрична модель має вигляд:

$$\alpha = \ln Y = -351,5087 + 2,7106 \ln R + 1,8978 \ln M + 45,848 \ln L.$$

Параметри моделі наведені в табл. 3.5.

Економетрична модель має вигляд:

$$Y^* = (2,1965E - 153) \times R_i^{2,7106} \times M_i^{1,8979} \times L_i^{45,848}, \quad i = \overline{1,5}.$$

Параметри моделі наведені в табл. 3.6.

Порівняємо експериментальні значення Y_i (з таблиці 3.4) і теоретичні Y_i^* , обчислені за формулою (табл. 3.8):

Y_i	3927,4	6364,8	8469,6	9677,1	10294,5
Y_i^*	4211,81	6056,48	7582,85	10569,81	10316,07

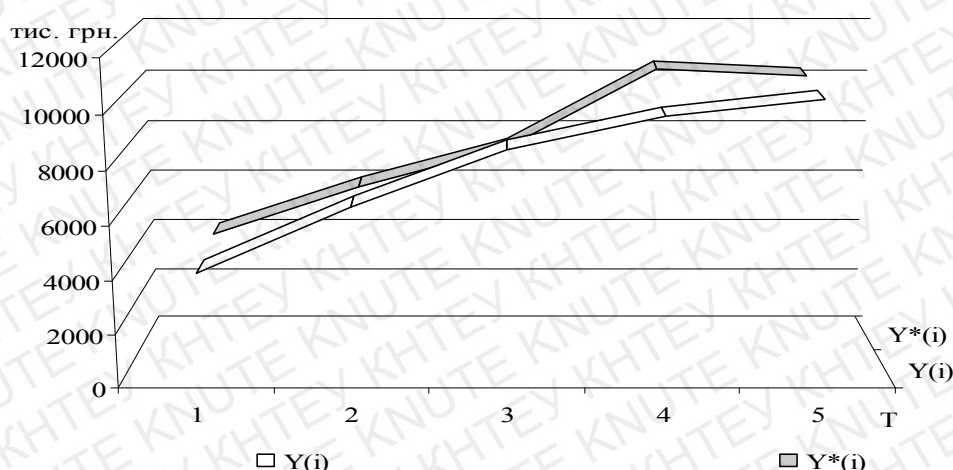


Рис. 3.5. Порівняння емпіричних і теоретичних показників моделі

* побудовано за даними туристичних компаній

Прогноз на 2019 рік для ТОВ туристична компанія «Стиль Вояж» дорівнює 5242,57 тис.грн. Вихідні дані для побудови економетричної моделі подані для туристичної компанії «Орел та Решка» в табл. 3.12.

Таблиця 3.12

Вихідні дані для побудови економетричної моделі для туристичної компанії «Орел та Решка»

Роки	Основні виробничі фонди в i році, тис. грн.	Матеріальні трати в i році, тис. грн.	Кількість населення регіону в i році, тис. осіб.	Чистий дохід від реалізації турпослуг, тис. грн.
I	R_i	M_i	L_i	Y_i
2014	38,85	41,4	1802,6	4897
2015	39,9	46,05	1806,1	5086
2016	40,35	48,75	1809,5	5211
2017	41,7	52,95	1812,9	5312
2018	42,3	55,95	1816,5	5754
2019 (прогноз)	43,95	57,75	1819,7	X

* побудовано за даними туристичних компаній

Після логарифмування даних табл. 3.13 по основі e маємо допоміжну табл. 3.13

Таблиця 3.13

Допоміжна таблиця логарифмування даних для туристичної компанії «Орел та Решка»

$\ln R_i$	$\ln M_i$	$\ln L_i$	$\ln Y_i$
3,659	3,723	7,496	8,496
3,686	3,829	7,498	8,534
3,697	3,886	7,500	8,558
3,730	3,969	7,502	8,577
3,744	4,024	7,504	8,657

* побудовано за даними туристичних компаній

Позначимо в останньому рівнянні $\alpha_0^1 = \ln \alpha_0$. Маємо 3 фактори ($k = 3$) і 5 спостережень ($T = 5$). Для визначення параметрів α_0^1 , a_1 , a_2 , a_3 рівняння (3.4) та оцінки параметрів моделі використовуємо вбудовану статистичну функцію програми Microsoft Excel. Розглянемо результати розрахунків в табл. 3.14.

Таблиця 3.14

Результати розрахунків параметрів моделі для туристичної компанії «Орел та Решка»

α_0^1	a_1	a_2	a_3
1	2	3	4
43,701	-0,507	-0,431	-315,664

39,569	1,261	3,571	290,836
0,951	0,026	—	—
6,496	1	—	—
0,013	0,001	—	—

* побудовано за даними туристичних компаній

Параметри моделі дорівнюють:

α_0^1	A_0	a_1	a_2	a_3
-315,6642	8,1051E-138	-0,4319	-0,5072	43,7019

У лінійній формі економетрична модель має вигляд:

$$\alpha = \ln Y = -315,6642 - 0,4319 \ln R - 0,50721 \ln M + 43,70191 \ln L.$$

Параметри моделі наведені в табл. 3.7.

Економетрична модель має вигляд:

$$Y^* = (8,1051E - 138) \times R_i^{-0,4319} \times M_i^{-0,5072} \times L_i^{43,7019}, \quad i = \overline{1,5}.$$

Параметри моделі наведені в табл. 3.8.

Порівняємо експериментальні значення Y_i (з табл. 3.12) і теоретичні Y_i^* , обчислені за формулою (3.10):

Y_i	4897	5086	5211	5312	5754
Y_i^*	4912,51	5008,08	5256,70	5394,70	5685,92

Прогноз на 2019 рік для туристичної компанії «Орел та Решка» дорівнює 5943,67 тис. грн.

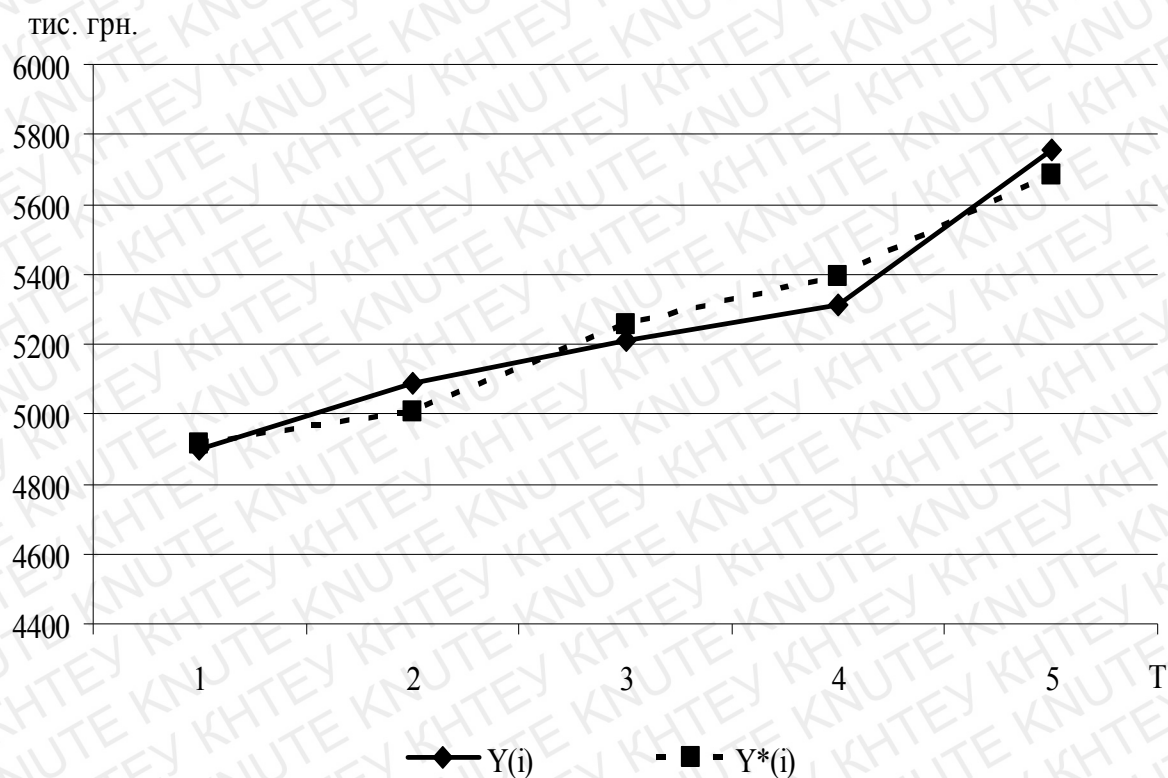


Рис. 3.6. Порівняння емпіричних і теоретичних показників моделі

* побудовано за даними туристичних компаній

Таблиця 3.15

Результати економетричних моделей прогнозування кластерної моделі розвитку туризму Сумської області

Назва підприємства	Економетрична модель	Прогноз доходу від реалізації турпослуг на 2019 рік, тис. грн.
ТОВ «Азовтранс сервіс»	$Y^* = (5,05369E - 52) \times R_i^{0,254} \times M_i^{0,2168} \times L_i^{16,652}, \quad i = \overline{1,5}.$	5076,12
ТОВ «Стиль Вояж»	$Y^* = (2,1965E - 153) \times R_i^{2,7106} \times M_i^{1,8979} \times L_i^{45,848}, \quad i = \overline{1,5}.$	5242,57
ТК «Орел та Решка»	$Y^* = (8,1051E - 138) \times R_i^{-0,4319} \times M_i^{-0,5072} \times L_i^{43,7019}, \quad i = \overline{1,5}.$	5943,67

* побудовано за даними туристичних компаній

Отже, побудовану модель прогнозування можна використовувати для аналізу та прогнозування та формування кластерної моделі розвитку туристичних підприємств, через варіювання наступних факторів: основних виробничих фондів, матеріальних витрат та трудових ресурсів, які впливають на формування чистого продукту туристичного підприємства, як одного з головних показників діяльності підприємства. За допомогою розробки та реалізації цільових комплексних програм кластерної моделі розвитку туристичних підприємств Сумської області, підприємства можуть знижувати ризики та збільшувати прогнозні обсяги доходів від реалізації туристичних послуг.

Висновки до розділу 3

Таким чином, за результатами проведеного дослідження можемо зробити наступні висновки:

1. У третьому розділі обгрунтовано особливості процесу формування стратегії розвитку Сумської області на основі кластерної моделі, яка передбачає такі напрямки розвитку: рекреаційно-туристичне природокористування, охорона й відновлення рекреаційно-туристичних ресурсів, господарське освоєння територій, зміна пропорцій у розміщенні продуктивних сил, кластеризація немасових форм туризму, формування рекреаційно-туристичної системи на основі сучасної інфраструктури, фінансування запроектованих заходів, удосконалення системи правового забезпечення й управління. На сьогодні в туристичну галузь роблять внесок головним чином держава і дрібні, середні місцеві підприємці. Комплексна система кластерної моделі розвитку туризму в Сумській області має включати в себе ряд взаємозалежних елементів, що забезпечують стабільність функціонування туристичного бізнесу. Стратегічна орієнтація формування кластерної моделі на довгостроковий та раціональний розвиток зобов'язує приймати управлінські рішення органами державного управління з врахуванням не лише існуючої сукупності чинників зовнішнього

та внутрішнього середовища, але й передбачати заходи із захисту інтересів суб'єктів туристичної діяльності у перспективі.

2. Напрямами формування конкурентоспроможності туристичних кластерів Сумської області: організація та забезпечення умов для розвитку рекреації органами місцевого самоврядування, регіональне управління туристичною сферою, просування туристичного продукту на внутрішньому та зовнішньому ринках за допомогою сучасної маркетингової стратегії, формування нормативно-правової бази розвитку рекреації та туризму, фінансове забезпечення розвитку рекреації та туризму будь-якого регіону, кадрове забезпечення розвитку рекреації та туризму, облік екологічних, політичних і інших ризиків, формування умов для розвитку рекреації та туризму у межах особливо охоронюваних природних територій. З метою посилення конкурентоспроможності туризму Сумщини на засадах кластерного розвитку запропоновано такі заходи: засідання в форматі «круглого столу» з туристичними операторами та з представниками активного туризму; проведення туристичного форуму «Туристичний кластер Сумщини - перспективи створення та он-лайн просування»; впровадження концепції «потрійної спіралі» - синергії держави, науки і бізнесу; створення сучасної інформаційної платформи «бази знань»; розробка інтегрованого мобільного інформаційного додатку, промосайту та простору безпосереднього спілкування з актуальною і цікавою інформацією для туристів.

3. Запропоновану регресійну модель прогнозування можна використовувати для аналізу та оцінки формування кластерної моделі розвитку туристичних підприємств, через варіювання наступних факторів кластерного розвитку: основних фондів, матеріальних витрат та трудових ресурсів, які впливають на формування чистого продукту туристичного підприємства, як одного з головних показників діяльності підприємства. За результатами розрахунків визначено, що прогнозні обсяги доходів трьох туристичних компаній ТОВ «Азовтранссервіс», ТОВ «Стиль Вояж» та ТК «Орел та Решка» за умови позитивного впливу факторів кластеризації туристичної галузі Сумського регіону складуть відповідно

5076,12 тис.грн, 5242,57 тис.грн та 5943,67 тис.грн. Можна зробити висновки, що кластерний підхід до формування моделі туристичного розвитку регіону дає можливість підвищити туристичні потоки на 20-30%. Це висновок дозволяє стверджувати, що ефективність кластерного підходу дасть можливість значно прискорити темпи розвитку туристичної інфраструктури у Сумській області. За допомогою розробки та реалізації цільових комплексних програм кластерної моделі розвитку туристичних підприємств Сумської області, підприємства можуть знижувати ризики та збільшувати прогностні обсяги доходів від реалізації туристичних послуг.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Отже, за результатами проведеного дослідження можемо сформулювати такі висновки і пропозиції:

1. В результаті проведеного дослідження наукових підходів до розуміння змісту та особливостей формування кластерів було запропоновано удосконалене визначення даного поняття як системи взаємопов'язаних вертикальними та горизонтальними зв'язками суб'єктів господарювання (включаючи виробничі підприємства, підприємства сервісної та комунікаційно-транспортної інфраструктури, фінансові установи, науково-дослідні заклади та органи управління), які мають різний ступінь юридичної самостійності, спеціалізації, географічної концентрації та функціонують на засадах поділу праці, інноваційно-технологічної спрямованості і кооперування, що дозволяє їм отримувати додаткові соціально-економічні вигоди. На сьогодні в науковій літературі існують численні підходи до класифікації форм та видів кластерів. Вибір критерію класифікації залежить від мети аналізу діяльності кластерних утворень та підходів до реалізації політики їх формування.

2. Доцільність використання кластера в туристичній сфері ґрунтується на показниках використання діяльності туристичних, готельних та санаторно-курортних закладів, трудових і фінансових ресурсів та призводить до підвищення рівня обґрунтованості прийняття управлінських рішень: оптимізації витрат, скорочення ризику, що дозволяє повною мірою використовувати ресурсний потенціал та можливості на ринку туристичних послуг. Туристичний кластер розглядають як систему інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг із приводу створення «основного продукту» кластера - туристичного продукту. До туристичних кластерів належать групи підприємств, сконцентрованих географічно в межах регіону, які спільно застосовують спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці та інші функціональні структури господарства.

3. Більшість існуючих на сьогодні кластерів сфери світового туризму та рекреації є тематичними, що пов'язане із специфікою ядра кластеру тобто наявними туристсько-рекреаційними ресурсами, що можуть використовуватися для задоволення лише окремих (а не всіх) потреб населення у відпочинку та оздоровленні. Чинником, що забезпечує успіх кластерів сфери рекреації та туризму є специфічна властивість кластерів щодо сприяння системному розвитку або синергетичній взаємодії всіх учасників окресленого штучного утворення. У процесі формування туристичних кластерів схожі та взаємопов'язані підприємства і організації взаємодоповнюють і кооперуються для створення відносин взаємної довіри, взаємообміну ідеями й інформацією, спільної координації дій. Саме високий ступінь довіри дає змогу знизити вартість операцій, що здійснюються між партнерами. Навіть, якщо туристичні компанії раніше не працювали разом, але мали інформацію одна про одну і здійснювали неформальні зв'язки у рамках регіону, то це вже створює базу для формування довіри. Підприємства туристичного бізнесу, об'єднавшись у туристичний кластер у межах регіону, отримують змогу ефективніше відстоювати свої інтереси на рівні місцевих органів влади, а також брати участь у великих інвестиційних програмах. Механізм формування туристичних кластерів традиційно містить дві складові: створення ініціативної групи з формування кластеру, до якої мають входити як представники головних підприємств потенційного туристичного кластеру, так і фахівці, що мають досвід запровадження кластерної моделі в інших регіонах чи галузях (наприклад, спеціалісти агенцій регіонального розвитку, експерти різноманітних програм та ініціатив); офіційне визнання і реєстрація кластеру органами державної та місцевої влади.

4. Було розглянуто особливості розвитку ринку туристичних послуг в Сумській області. У 2015 році відбулося скорочення обсягу туристичного потоку до 23254 осіб., або на 48,5%. Основним чинником скорочення чисельності туристичного потоку у Сумській області було зниження попиту на туристичні послуги у наведеному періоді. Попит знизився через фінансово-

економічну кризу. Зокрема, також спостерігалось зниження активності громадян в плані готовності до переміщення та здійснення подорожей по території України. У 2016 році обсяг туристичного потоку збільшився на 1918 осіб або на 8,2% і склав 25172 особи. У 2017 році обсяг туристичного потоку зріс на 3175 осіб або на 12,6% і становив 28347 осіб. Варто зазначити, що у 2017 році не було досягнуто показників докризового рівня обсягу туристичного потоку (2011 рік). У 2011 році колективними засобами розміщення було обслужено 71 тис. осіб, в тому числі 56,3 тис. осіб були обслужені у готелях та аналогічних засобах розміщення, 14,9 тис. осіб були обслужені у спеціалізованих засобах розміщення. У 2012 -2013 роках чисельність обслуговування туристів колективними засобами розміщення продовжувала скорочуватися. Однак, пік скорочення припадає на 2015 рік – у цьому періоді колективними засобами розміщення було обслужено 53,2 тис. осіб, в тому числі 40,4 тис. осіб були обслужені у готелях та аналогічних засобах розміщення, 12,8 тис. осіб були обслужені у спеціалізованих засобах розміщення. Варто помітити також той факт, що кількість осіб, обслужених колективними засобами розміщення Сумської області, зросла у 2016 році до 62,7 тис. осіб, однак у 2017 році знов скоротилася до 58,1 тис. осіб. Це є тривожним сигналом для перспектив розвитку туристичного ринку області.

5. У Сумській області існують усі передумови розвитку туризму. Туристичний потенціал області можна розглядати як передумови для розвитку економічної діяльності у ринковому середовищі з використанням природного та культурного потенціалу регіону. Справа розвитку туризму у Сумській області має реальну регіональну та державну перспективу і сприяє поліпшенню соціально-економічної ситуації області. На території області сьогодні налується значна кількість пам'яток історії та архітектури, велика кількість музеїв, ландшафтів природно-заповідного фонду. Особливу роль у формуванні туристичних ресурсів займають засоби колективного розміщення, лікувально-оздоровчі заклади та засоби розміщення для дитячого туризму.

6. Розвиток регіональних кластерних ініціатив у туристичній сфері Сумської області може бути забезпечений лише за умов визначення основних чинників небезпеки у процесі його діяльності, приросту чисельності споживачів турпродукту та інвесторів в дану галузь, збільшення кількості та якості пропонованих послуг, консолідації підприємницьких і владних структур в індустрії туризму. Розвиток регіональних туристичних кластерів на території Сумської області базується на ґрунті особливої української національної специфіки, на усвідомленому рівні відтворення національного середовища, місцевому колориті й природно-рекреаційному ресурсі, чим багата Сумська область, і що є її унікальною пропозицією. Для цього варто забезпечити пізнаванність туристичної пропозиції і планується брендування напрямку «Сумщина туристична». Пізнаваний візуальний образ туристичної Сумщини надасть споживачеві туристичного продукту розуміння іміджу якості та очікуваного рівня гостинності й комфорту, забезпечить ідентифікацію та зрозуміле розпізнавання серед інших пропозицій та забезпечить чільне місце в мережі національних туристичних брендів України та за кордоном.

7. Процес формування стратегії розвитку Сумської області на основі кластерної моделі передбачає такі напрямки розвитку: рекреаційно-туристичне природокористування, охорона й відновлення рекреаційно-туристичних ресурсів, господарське освоєння територій, зміна пропорцій у розміщенні продуктивних сил, кластеризація немасових форм туризму, формування рекреаційно-туристичної системи на основі сучасної інфраструктури, фінансування запроектованих заходів, удосконалення системи правового забезпечення й управління. На сьогодні в туристичну галузь роблять внесок головним чином держава і дрібні, середні місцеві підприємці. Комплексна система кластерної моделі розвитку туризму в Сумській області має включати в себе ряд взаємозалежних елементів, що забезпечують стабільність функціонування туристичного бізнесу. Стратегічна орієнтація формування кластерної моделі на довгостроковий та раціональний розвиток зобов'язує приймати управлінські рішення органами державного управління з

врахуванням не лише існуючої сукупності чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, але й передбачати заходи із захисту інтересів суб'єктів туристичної діяльності у перспективі.

8. Визначено, що напрямками формування конкурентоспроможності туристичних кластерів Сумської області є: організація та забезпечення умов для розвитку рекреації органами місцевого самоврядування, регіональне управління туристичною сферою, просування туристичного продукту на внутрішньому та зовнішньому ринках за допомогою сучасної маркетингової стратегії, формування нормативно-правової бази розвитку рекреації та туризму, фінансове забезпечення розвитку рекреації та туризму будь-якого регіону, кадрове забезпечення розвитку рекреації та туризму, облік екологічних, політичних і інших ризиків, формування умов для розвитку рекреації та туризму у межах особливо охоронюваних природних територій. З метою посилення конкурентоспроможності туризму Сумщини на засадах кластерного розвитку запропоновано такі заходи: засідання в форматі «круглого столу» з туристичними операторами та з представниками активного туризму; проведення туристичного форуму «Туристичний кластер Сумщини – перспективи створення та он-лайн просування»; впровадження концепції «потрійної спіралі» - синергії держави, науки і бізнесу; створення сучасної інформаційної платформи «бази знань»; розробка інтегрованого мобільного інформаційного додатку, промосайту та простору безпосереднього спілкування з актуальною і цікавою інформацією для туристів.

9. Побудовану модель прогнозування можна використовувати для аналізу та прогнозування та формування кластерної моделі розвитку туристичних підприємств, через варіювання наступних факторів: основних виробничих фондів, матеріальних витрат та трудових ресурсів, які впливають на формування чистого продукту туристичного підприємства, як одного з головних показників діяльності підприємства. За допомогою розробки та реалізації цільових комплексних програм кластерної моделі розвитку туристичних підприємств Сумської області, підприємства можуть знижувати

ризиків та збільшувати прогнозні обсяги доходів від реалізації туристичних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адамова К.З. Кластеризация в туристской отрасли как фактор глобализации / К.З. Адамова [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://tourlib.net/statti_tourism/adamova.htm.
2. Анненкова О. В. Механізм державної підтримки інноваційних кластерів / О. В. Анненкова // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону : наук. зб. Вип. VI, т. 2. / за ред. І. Г. Ткачук. - Івано-Франківськ, 2009. - С. 108-112.
3. Анненкова О. В. Формування промислових кластерів як інструмент структурної перебудови економіки України/О. В. Анненкова, С. В. Пономаренко // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону : наук. зб. Вип. V, т. 1. / за ред. І. Г. Ткачук. - Івано-Франківськ, 2009. - С. 108-112.
4. Асаул А. Кластер - это способ самоорганизации сообщества для выживания в условиях бескомпромиссной международной конкуренции/А. Асаул // Економіст. - 2008. - № 10. - С. 60-61.
5. Багрій М.В. Кластер - перспективний напрям розвитку туристично-рекреаційного регіону/ М.В. Багрій // Ефективна економіка, 2014. - № 6 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3168>.
6. Бондаренко Ю. Г., та ін. Зарубіжний досвід функціонування туристичних кластерів/Ю. Г. Бондаренко, І. Я. Кулиняк, К. О. Страхорчук // Економіка та суспільство, 2016. – №5. – С. 31–37.
7. Бондарчук Н.В. Функціонування кластерів: світовий та вітчизняний досвід / Н.В. Бондарчук // Економіка та держава, 2016. - № 9. - С. 107-109.
8. Внукова Н. М. Особливості формування транскордонних банківських кластерів / Н. М. Внукова // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону : наук. зб. Вип. 7, т. 1. / за ред. І. Г. Ткачук. - Івано-Франківськ, 2011. - С. 20-26.

9. Войнаренко М. Кластери як полюси зростання конкурентоспроможності регіонів / М. Войнаренко // Економіст. - 2008. - № 10. - С. 27-30.

10. Волосович С. В. Кластерна стратегія розвитку вільних економічних зон/С. В. Волосович // Економічний вісник університету, 2016. - №1. - 33-39

11. Ганущак-Єфіменко Л. М. Кластери підприємств як продукт реалізації інтеграційних проектів/Л. М. Ганущак-Єфіменко // Актуальні проблеми економіки. - 2010. - № 10. - С. 42-48.

12. Ганущак-Єфіменко Л. М. Формування промислових кластерів як ефективний напрям розвитку економіки регіону / Л. М. Ганущак-Єфіменко // Актуальні проблеми економіки. - 2009. - № 11. - С. 151-158.

13. Геєць В. Кластери і мережеві структури в економіці - тема досить цікава, але на сьогодні ще до кінця не вивчена... / В. Геєць // Економіст. - 2008. - № 10. - С. 10-11.

14. Главацька В. В. Кластеризація як напрям стратегічного розвитку сільського (зеленого) туризму/В. В. Главацька // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону : наук. зб. Вип. VI, т. 1./за ред. І. Г. Ткачук. - Івано-Франківськ, 2010. - С. 11-16.

15. Глушаниця Р. В. Кластерний принцип формування міжнародних стратегічних альянсів / Р. В. Глушаниця // Формування ринкових відносин в Україні. - 2010. - № 3. - С. 38-43.

16. Гнатюк Н. Кластери зеленого туризму об'єднують людей та регіони/Н. Гнатюк // Економіст. - 2008. - № 10. - С. 18-19.

17. Гончаров Ю. В. Обґрунтування побудови кластерної моделі підвищення інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємств легкої промисловості України / Ю. В. Гончаров, Т. І. Марченко // Легка промисловість. - 2010. - № 4. - С. 21-24.

18. Горблюк Р. В. Кластери: теоретичне підґрунтя та перспективи розвитку // Р. В. Горблюк // Регіональна економіка. - 2010. - № 3. - С. 222-229.

19. Гощинський А. Віртуальні кластери як об'єкти інтегрованого маркетингового управління / А. Гощинський // Маркетинг в Україні. - 2009. - № 2. - С. 47-50.
20. Гришова І. Ю. Кластери в агропромисловому комплексі: проблеми та перспективи розвитку / І. Ю. Гришова, А. Ю. Присяжнюк // Економіка АПК. - 2011. - № 4. - С. 142-146.
21. Гришова І.Ю. Кластеризація як механізм нарощення фінансового потенціалу АПК / І.Ю. Гришова // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekfor/2011_2Z47.pdf
22. Грозний І., та ін. Специфіка кластерних стратегій в розвитку регіонів/І. Грозний, В. Малюков // Економіка, 2016. - №3. – С. 17-24
23. Демченко В. В. Особливості формування транскордонних кластерів В. В. Демченко // Регіональна економіка. - 2010. - № 3. - С. 179-186.
24. Дишловий І. М. Питання формування та функціонування кластерів у рекреаційно-туристичному комплексі регіону/Дишловий І. М. // Економічні інновації. – 2011. – Вип. 44. – С. 79-89.
25. Діденко О. А. Розвиток кластерних систем як засіб конкурентоспроможності національної економіки / О. А. Діденко // Формування ринкових відносин в Україні. - 2009. - № 1. - С. 37-42.
26. Дубодєлова А.В. Кластерний підхід до аналізу розвитку міжнародного туризму в Україні / А.В. Дубодєлова, І.Я. Кулиняк, Ю.Г. Бондаренко // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України, 2014. - №6. - С. 195-201.
27. Журба І.О. Оцінювання результативності реалізації кластерних ініціатив регіону / І.О. Журба // Проблеми і перспективи економіки та управління, 2016. - №2. – С. 91-100
28. Зайцева В.М. Особливості формування туристичних кластерів у Запорізькому регіоні / В.М. Зайцева // Глобальні та національні проблеми економіки, 2016. - № 10. - С. 586-590.

29. Зобов А. Інноваційні кластери: системний підхід / А. Зобов // Маркетинг. - 2011. - № 3. - С. 14-21.
30. Іванько А. В. Методичні підходи з організації агропромислового виробництва на кластерній основі/А. В. Іванько // Економіка АПК. - 2009. - № 6. - С. 26-31.
31. Іспанія та Франція. Визначено найкращі туристичні країни [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ua.korrespondent.net/lifestyle/travel/3512442-ispaniia-ta-frantsiia-vyznacheno-naikraschi-turystychni-krainy>.
32. Калашнікова Т.М. Кластерна політика у сфері людського розвитку / Т.М. Калашнікова // Науковий вісник Херсонського державного університету, 2016. - №2. – С. 141-148
33. Камінська В. В. Формування локального інформаційного кластера на виробництві та переробці молока/В. В. Камінська // Економіка АПК. - 2011. - № 3. - С. 95-101.
34. Ковальчук І.Є. Проблеми та перспективи кластеризації туристичної галузі Закарпаття / І.Є. Ковальчук // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка», 2014. - Вип. 1. - С. 67-71.
35. Колесов С. В. Кластерна модель розвитку інноваційного потенціалу машинобудівних підприємств на основі венчурного фінансування / С. В. Колесов // Актуальні проблеми економіки. - 2009. - № 11. - С. 100-108.
36. Коpecь Г.Р. Маркетингові аспекти діяльності туристичних кластерів в Україні/Г.Р. Коpecь, Я.М. Клімковська // Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка», 2012. - № 749. - С. 424-428.
37. Корнус, О. Г. Перспективи розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Сумській області [Текст] / О. Г. Корнус, А. О. Корнус, Ю. В. Лебедь // Наукові записки СумДПУ ім. А. С. Макаренка. Географічні науки. – Суми : СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2016. – Вип. 7. – С. 113–120.
38. Корнус, О. Г. Перспективи розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Сумській області [Текст] / О. Г. Корнус, А. А. Корнус // Туристичні тренди –

2017: інновації, бренди, дестинації : збірник матеріалів Всеукр. науково-практич. конференції, присвяченої 10-річчю кафедри туристичного бізнесу ХТЕІ КНТЕУ/гол. ред. К. Д. Гурова, ред. колегія Олійник Н. Ю. та ін. – Харків : «Цифра-Принт», 2017. – С. 33–35.

39. Корольчук Л. В. Механізм запровадження кластерної моделі розвитку туризму в транскордонному регіоні [Електронний ресурс] / Корольчук Л. В. – Режим доступу: <http://irbis-nbuv.gov.ua/>

40. Косач І. А. Функціонування кластерів в умовах сучасних економічних відносин / І. А. Косач // Формування ринкових відносин в Україні. - 2010. - № 1. - С. 125-128.

41. Крайник О., та ін. Туристичний кластер регіону як форма соціального діалогу: управлінський аспект / О. Крайник, М. Біль // Колекція академічних текстів, 2014. Режим доступу: http://lvivacademy.com/vidavnitstvo_1/visnik4/fail/+Krajnyk.pdf

42. Кудрявець Є. В. Засади європейської політики створення інноваційних кластерів та поглибленої взаємодії з Україною / Є. В. Кудрявець // Інвестиції: практика та досвід, 2016. - № 5. – С. 64-72

43. Кузик С.П. Географія туризму: [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.]/С.П. Кузик. - К.: Знання, 2011. - 271 с.

44. Кухарська Н. О. Перспективні напрямки формування кластерів у системі соціально-економічного розвитку регіону (на прикладі Одеського регіону) / Н. О. Кухарська // Регіональна економіка. - 2011. - № 1. - С. 14-22.

45. Мехович С. А., Фадеев А. В. Опыт использования промышленных кластеров как инструмента инновационного развития / С.А. Мехович, А.В. Фадеев // Энергосбережение, энергетика, энергоаудит, 2015. - №4 (122). – С. 52-61

46. Некрасова Л.А. Формування кластеру, як напрямку інноваційного розвитку економіки. [Електронний ресурс] / Л.А. Некрасова, С.О. Попенко // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 2 (12). – С. 132-138. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n2.html>

47. Окландер І. Кластерний аналіз інноваційно-активних підприємств Одеської області / І. Окландер // Економіст. - 2010. - № 1. - С. 41-46.
48. Олійник А. Д. Методологічні основи формування інноваційних кластерних структур / А. Д. Олійник // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону : наук. зб. Вип. V, т. 1./за ред. І. Г. Ткачук. - Івано-Франківськ, 2009. - С. 170-178.
49. Онишко С.В. Державне регулювання кластеризації економіки як напрямок розбудови національної інноваційної моделі / С.В. Онишко // Актуальні проблеми економіки, 2010. - №11(113). – С. 56-64
50. Онишко С. В. Державне регулювання кластеризації економіки як напрямок розбудови національної інноваційної моделі / С. В. Онишко, С. В. Онишко // Актуальні проблеми економіки. - 2010. - № 11. - С. 55-61.
51. Організація виробництва за кластерною моделлю : навч. посіб. / І. Ткачук, С. Кропельницька, А. Петруняк. - Івано-Франківськ : Плай, 2009. - 278 с.
52. Охріменко А.Г. Туристичні кластери як перспективні напрями регіонального розвитку / А.Г. Охріменко // Університетські наукові записки, 2013. - № 1(45). - С. 495-500.
53. Панкова М. О. Кластерна політика як інструмент стратегічного менеджменту / М. О. Панкова // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка», 2013. - Вип. 6(2).– С. 38-44
54. Підвисоцький В. Г. Транскордонні кластери: європейський досвід створення та розвитку / В. Г. Підвисоцький, Т. В. Палпу // Формування ринкових відносин в Україні. - 2011. - № 4. - С. 28-35.
55. Портер М. Конкуренция : учебное пособие / М. Портер / Пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2001. – 495 с.
56. Портер М. Международная конкуренция : пер. с англ. / под. ред. и с предисл. В. Д. Щетина. - М.: Междунар. отношения, 1993. - 896 с.

57. Пушкар Т.А. Світовий досвід формування й розвитку мережеских і кластерних об'єднань / Т.А. Пушкар, В.Г Федорова // Економічний часопис – XXI, 2011. - № 11-12. - С. 68-71.

58. Романова Е. Региональные кластеры и конкурентная экономика (на примере Германии) / Е. Романова // Современная Европа. - 2008. - № 2. - С. 90-104.

59. Саблук П. Т. Кластеризація як механізм підвищення конкурентоспроможності та соціальної спрямованості аграрної економіки / П. Т. Саблук, М. Ф. Кропивко // Економіка АПК. - 2010. - № 1. - С. 3-12.

60. Сафонов Ю. М. Кластерна політика регулювання сировинного комплексу текстильної промисловості України/Ю. М. Сафонов // Легка промисловість. - 2011. - № 1. - С. 35-36.

61. Семенов В. Регіональний рекреаційний кластер у контексті структурної перебудови економіки регіону/В. Семенов, В. Мозгальова, І. Давиденко // Регіональна економіка. – 2010. – №3. – С. 78-89.

62. Семцов В. М. Теоретико-прикладне трактування ролі фактора кластерної організації в аграрному секторі України/В. М. Семцов // Економіка АПК. - 2010. - № 6. - С. 166-172.

63. Сич Є.М., та ін. Національна кластерна політика забезпечення конкурентоспроможності країни на ринку транспортних послуг / Є.М. Сич, О.В. Бойко // Вісник НАУ, 2014. - №8. – С. 146-155.

64. Сілін Р. Кластери: погляд громадськості / Р. Сілін // Економіст. - 2008. - № 10. - С. 36-39.

65. Соколенко С. Кластеры в развивающихся странах/С. Соколенко [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ucluster.org/universitet/oklasterakh/razvivayushiesya-strany>.

66. Соколенко С. Світовий і національний досвід формування інноваційних кластерів / С. Соколенко [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ucluster.org/sokolenko/2008/11/svitoviy-i-nacionalnyj-dosvid-formuvannya-innovacijnix-klasteriv>.

67. Сомова Е. Промышленные кластеры. Зарождение, функционирование и упадок / Е. Сомова // Мировая экономика и международные отношения. - 2011. - № 4. - С. 117-121.

68. Сорока Р.Ю. Промислова політика та кластеризація економіки / Р.Ю. Сорока // Державне управління: удосконалення та розвиток, 2010. - №2. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=104>

69. Статистичні ресурси Сумської області/Офіційний сайт Головного управління статистики в Сумській обл. [електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sumy.ukrstat.gov.ua/>

70. Сураганова С.К. Мировой опыт развития туристского кластера / С.К. Сураганова [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://articlekz.com/article/6254>.

71. Тищенко О.П., та ін. Державна кластерна політика в контексті формування інноваційної моделі розвитку національної економіки / О.П. Тищенко, С.А. Заніздра // Бізнес-Інформ, 2015. - №8. – С. 34-42

72. Ткачук І. Кластер народних художніх промислів «Сузір'я»: методика, коментарі, поради / І. Ткачук, С. Кропельницька, А. Петруняк. - Івано-Франківськ: Тіповіт, 2009. - 272 с.

73. Угода про асоціацію між Україною та ЄС [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу: [http:// zakon3.rada.gov.ua/laws/show/984_011](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/984_011)

74. Україна туристична/Офіційний сайт Державної служби статистики України [електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>

75. Улько Є. М. Кластеризація та особливості типу ринкової структури регіонального виробництва молока в сільсько-господарських підприємствах / Є. М. Улько // Формування ринкової економіки : зб. наук. праць. Спец. вип. : Аграрна економічна освіта в розбудові конкурентноспроможного сільського господарства України/відп. ред. О. О. Беляєв. - К., 2009. - С. 574-586.

76. Ульянченко Ю. О. Методологічні засади формування кластерної політики в умовах глобалізацій/Ю. О. Ульянченко // Електронний ресурс НБУ

ім. Вернадського, 2010. - №2 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/e-journals/DeBu/2010-2/doc/1/06.pdf

77. Управління фінансами нових виробничих систем: теорія, методологія, практика: монографія / І. Ткачук, С. Кропельницька. - Івано-Франківськ : Тіповіт, 2009. - 262 с.

78. Федоренко В. Г. Концепція кластерної політики в Україні / В. Г. Федоренко // Економічна наука, 2015 [Електронний ресурс] – Режим доступу:

79. Федулова Л. І. Організаційно-інституційні передумови формування технологічних кластерів як точок росту економіки України / Л. І. Федулова // Наука та інновації. - 2011. - № 2. - С. 25-34.

80. Формування територіальних кластерів як інструменту регіонального розвитку : наук. Розробка / В. В. Мамонова, Ю. О. Куц, О. М. Макаренко та ін. – К.: НАДУ, 2014. – 36с.

81. Хмелевський І.О. Особливості економічного механізму розвитку туристично-рекреаційного комплексу в Україні / І.О. Хмелевський, О.В. Черкасова, І.І. Хмелевський // Вісник ДІТБ. - 2011. - № 15. - С. 337-342.

82. Цілі сталого розвитку 2016-2030 / Офіційний сайт Організації Об'єднаних Націй в Україні [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku>.

83. Цукерман В. А. Проблемы и возможности формирования кластеров как метода активизации инновационных процессов // Ин-т экон. пробл. им. Г. П. Лузина Кольского ИЦ РАН ; Южный ин-т интеллект, собственности. - Режим доступу: www.uiis.com.ua.

84. Шепелев И. Г. Туристско-рекреационные кластеры – механизм инновационного совершенствования системы стратегического управления развитием регионов: [Электронный ресурс] / И. Г. Шепелев, Ю.А. Маркова // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2012. – № 3 (11). – Режим доступу до журн.: <http://sisp.nkras.ru/>

85. Юшин С. О. Методичний аспект кластерного управління розвитком аграрного сектору / С. О. Юшин, В. П. Павлик, М. А. Брусенко // Економіка АПК. - 2010. - № 4. - С. 128-132.

86. «Cluster policy in Europe - European Cluster Observatory», Oxford Research AS 2008 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.clusterobservatory.eu/system/modules/com.gridnine.opencms.modules.eco/providers/getpdf.jsp?uid=100146>.

87. «Cluster programs in Norway - evaluation of the NCE and Arena», 2014, p. 30 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://ekstranett.innovasjon Norge.no/NCE_fs/Clusters.

88. «The Danish National Research Foundation - Glass and Time», 45 p. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://glass.ruc.dk/fragility/proceedings/Bock.pdf>.

89. «The Researchers Report 2013, Country Profile [Електронний ресурс]. - Режим доступу: Denmark» http://ec.europa.eu/euraxess/pdf/research_policies/country_files/Denmark_CountryFile_2013_FINAL.pdf.

90. An Investigation of a new Concept of World-Class Clusters in Europe - A Case Study of the Visegrad Group of Countries. M. Bialic-Davendra. Journal of Competitiveness | Issue 2/2011 - 15 p., стр. 11-12.

91. Andersson T. The Cluster Policies. Whitebook. / T. Andersson, S. Schwag, 2004. – P. 29–31. 11.

92. Boekhol P., Thuriaux B. Public Policies To Facilitate Clusters: Background, Rationale and Policy Practices in International Perspective [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://wiki.nasa.gov/cm/wiki/Federal%20Knowledge%20Management%20Working%20Group%20\(KMWG\).wiki/1001885main_oecd%201999a.pdf#page=371](http://wiki.nasa.gov/cm/wiki/Federal%20Knowledge%20Management%20Working%20Group%20(KMWG).wiki/1001885main_oecd%201999a.pdf#page=371).

93. Christensen T. A. Let's make a perfect cluster policy and cluster programme / T. A. Christensen. – Berlin: VDE, 2013 – 55p.

94. Cluster policy in Europe - European Cluster Observatory, p.34, Europe Innova Cluster Mapping Project, Oxford Research AS, 2008.

95. Europe Innova (2008) The Concept of Clusters and Cluster Policies and their Role for Competitiveness and Innovation: Main Statistical Results and Lessons Learned Pro Inno Europe Paper Number 9 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/clusters-working-document-sec-2008-2635_en.pdf.

96. Hill E. A methodology for Identifying the Drivers of Industrial Clusters: The Foundation of Regional Competitive Advantage/E. Hill, J. Brennan // Economic