НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ДНІПРОВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ»

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

БІЛОГУР СТАНІСЛАВ ЮРІЙОВИЧ

УДК 338.48 : 332.1

ДИСЕРТАЦІЯ

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ КЛАСТЕРНОГО ПІДХОДУ

Спеціальність 051 Економіка

Подається на здобуття наукового ступеня
доктор філософії з економіки

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

(підпис)

С.Ю. Білогур

(ініціали та прізвище здобувача)

Наукові керівники:
Пилипенко Юрій Іванович,
доктор економічних наук, професор
Задоя Анатолій Олександрович,
доктор економічних наук, професор

Дніпро –2023

АНОТАЦІЯ

Білогур С.Ю. Інноваційний розвиток туристичної сфери регіонів України на основі кластерного підходу.

Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктор філософії за спеціальністю 051 Економіка. Національний технічний університет «Дніпровська політехніка» та Вищий навчальний заклад «Університет імені Альфреда Нобеля», Дніпро, 2023.

У дисертаційній роботі узагальнено результати дослідження теоретичних та науково-методичних положень, а також розроблено практичні рекомендації щодо активізації інноваційних процесів в туристичній сфері регіонів на основі застосування кластерного підходу.

В роботі проведено дослідження сутності теорії кластеризації туристичної сфери та запропоновано в подальшому розуміти під кластером форму організації інноваційної і економічної діяльності, яка використовує не лише географічну і виробничо-тематичну пов’язаність окремих підприємств, а також й ідентичність організаційних систем виробничої, невиробничої і науково-освітньої сфер, що дозволяє отримати синергетичний ефект при спільному використанні наявних ресурсів, зниження витрат за основними видами діяльності і досягнути конкурентних переваг як самого кластеру, так і структур, що його утворюють. Таке визначення розмежовує інституціональні та новаторські аспекти досліджуваної категорії та забезпечує у подальшому можливість якісної конкретизації напрямів інноваційного розвитку туризму в Україні та використання кластерного підходу в контексті реалізації його основного функціонального призначення як механізму сталого забезпечення потреб туристичної сфери в інвестиційних ресурсах.

Дано обґрунтування сутності, макроекономічної ролі і місця туризму в економічній системі країни на підставі характеристики відносин, які існують і розвиваються в його межах, внутрішнього механізму, що опосередковує дані

відносини, складових об'єктів, між якими встановлюються вказані відносини, та макроекономічних функцій туристичної сфери. З точки зору системного підходу наведена характеристика ринку туристичних послуг як комплексу, складовими елементами якого є соціально-економічні відносини, що ґрунтуються на різних формах власності, економічні ресурси та результати господарської діяльності, об'єкти таких відносин, взаємозв’язки між ними та організаційно-економічний механізм, використання якого дозволяє реалізувати дані відносини. Виявлено фактори, що зумовлюють специфіку інноваційної діяльності у сфері туризму. Обґрунтовано необхідність переходу на інноваційний шлях розвитку сфери туризму в Україні, запропоновано шляхи вдосконалення кластерного підходу до організації регіонального туризму в Україні.

У даному науковому дослідженні конкретизовані передумови і пріоритетні напрями кластерного розвитку туристичної сфери України, виявленні важливі закономірності цього процесу в умовах активізації економічного зростання та вдосконалення ринку туристичних продуктів, послуг та технологій, формування інноваційного сектора туристичної економіки через вибір кластерного підходу у якості ефективного формату інноваційного розвитку внутрішнього та в'їзного туризму, що підвищує значимість представленого наукового дослідження.

В роботі наголошено на тому, що для успішного формування туристичних кластерів та ефективного використання їхнього інноваційного потенціалу необхідні: переорієнтація системи державного регулювання вказаними процесам з моделі «згори донизу» на модель «знизу догори»; активне залучення місцевих органів влади та підприємницької спільноти до взаємодії у рамках муніципально-приватного партнерства; формування територіально-функціональної структури зі своєю системою зв’язків, у якій одним із основних елементів буде сектор НДР; створення кластерних об’єднань із партнерськими відносинами на кшталт «бізнес – влада – освіта – наука» з метою скорочення ланцюга інформаційних зв’язків в рамках таких

об’єднань і підвищення керованості ними; вироблення комплексу стратегій маркетингу кластерних об’єднань з орієнтацією на переваги споживачів; перегляд методології проєктування та планування кластерів з переходом до організаційно-управлінської та маркетингової парадигм.

Обґрунтовано необхідність формування конкурентного ринку туристичних послуг, насиченого традиційними туристичними продуктами, як обов’язкової передумови започаткування процесів формування кластерів у туристичній сфері. Даний висновок ґрунтується на твердженні про безальтернативність переведення учасниками туристичного ринку своєї діяльності у кластерний формат в умовах високої конкуренції як єдино можливої реальної перспективи підвищення своєї конкурентоздатності та проникнення на нові сегменти ринку за рахунок створення нових туристичних продуктів, розроблених на основі принципово нового підходу.

Зроблено висновок про те, що використання програмно-цільового підходу дозволяє оптимізувати процеси управління кластерним розвитком туристичної галузі. При цьому розробка програм розвитку внутрішнього та в'їзного туризму повинна вестись на всіх рівнях (державному, регіональному та місцевому) при обов'язковому дотриманні трьох найбільш важливих умов: а) наступності програм, що приймаються як на хронологічному, так і на географічному рівнях; б) уніфікації та гармонізації програм розвитку туризму на всіх територіальних рівнях, у тому числі з урахуванням споживчих переваг як українських, так і закордонних туристів; в) відповідності програм розвитку туризму як чинному законодавству, так і сучасним реаліям розвитку національного, регіонального та міжнародного туризму з обов'язковим урахуванням фактору глобалізації.

Сформовано процесно-орієнтовану схематичну модель туристичного кластера, яка демонструє можливість досягнення синергетичному ефекту, а також ефектів емерджентності та масштабу на основі спрямованого використання наявних у регіоні науково-інноваційного, кадрового, матеріального, ринкового, техніко-технологічного, фінансового та

управлінського потенціалів.

Доведена можливість застосування кластерного підходу до розвитку інноваційно-туристичного потенціалу територій, під яким розуміється комплекс туристичних ресурсів, природних чинників, інформаційних та комунікаційних можливостей, який формує передумови для здійснення інноваційної діяльності у туристичній сфері, акумуляції та відповідного перерозподілу фінансових ресурсів, утворення інноваційної системи розробки та реалізації нових туристичних продуктів з метою отримання ринкових конкурентних переваг.

Проведено групування факторів, що впливають на формування інноваційно-туристичного потенціалу регіону, розроблено систему комплексної оцінки вихідних умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу регіону, які дозволили якісно охарактеризувати та кількісно оцінити стан цих умов у розрізі таких його складових як науково-освітній, кадровий потенціал, інвестиційний та інституційний потенціал. Проведено рейтингову оцінку вихідних умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу Дніпропетровської області та ряду регіонів, які є основними її конкурентами у сфері в'їзного та внутрішнього туризму.

На основі використання методу експертних оцінок доведений позитивний вплив процесу кластеризації туристичної сфери на динаміку складових інноваційно-туристичного потенціалу Дніпропетровського, Кіровоградського, Полтавського, Черкаського та Запорізького регіонів, а також виявлена нерівномірність впливу цього процесу на такі складові інноваційно-туристичного потенціалу.

Сформульовано основні економічні та інституційні зміни, які необхідні для переходу на інноваційний шлях розвитку туристичного кластера Дніпропетровської області та визначені основні напрямки вдосконалення регіональної інноваційної політики області у сфері туризму:

1. Включення туризму до пріоритетних напрямів інноваційного розвитку Дніпропетровської області в рамках концептуального підходу до її

розвитку на основі смарт-спеціалізації, закладеного у Програмі соціально-економічного та культурного розвитку регіону. Основним критерієм пріоритетності при цьому виступає визначена потенційна можливість туристичної сфери стимулювати комплексне зростання валового регіонального продукту та задоволення попиту на туристичні послуги як з боку внутрішніх споживачів, так і для в'їзного туризму.

2. Розробка програми заходів територіального маркетингу, метою яких має стати позиціонування Дніпропетровської області на внутрішньо-українському ринку туристичних послуг як туристично привабливої території та регіону, насиченого туристичними атракціями (за ініціативи Управління культури, туризму, національностей і релігій Дніпропетровської ОДА). Комунікаційні заходи, передбачені програмою, можуть бути використані, у тому числі, для просування Дніпропетровської області як інноваційно-орієнтованого туристично сприятливого регіону з високими комунікативними характеристиками.

3. Запровадження нульової ставки туристичного збору на території Дніпропетровського регіону на декілька років з метою зниження вартості розміщення туристів у колективних закладах розміщення та розробка комплекс PR-заходів з метою формування іміджу «гостинного» туристичного регіону для Дніпропетровської області.

4. Активізація діяльності у Дніпропетровській області дослідницьких організацій, які спеціалізуються на вивченні природно-геологічних, археологічних, історико-культурних, архітектурних та інших особливостей регіону. Проведення за ініціативою Управління культури, туризму, національностей і релігій Дніпропетровської ОДА конкурсів ідей щодо відтворення об'єктів або подій, які мають регіональну специфіку, з наступною систематизацією і обробкою зібраної таким чином інформації. Метою подальшої роботи з цією інформацією повинно стати виокремлення найбільш перспективної ідеї або ідей туристичних атракцій з розробкою техніко-економічного обґрунтування та відповідної проєктної документації для

оголошення національних конкурсу на її реалізацію.

5. Системний розвиток інноваційного потенціалу регіонального туризму через реалізацію механізму муніципально-приватного партнерства. Можливим форматом такого партнерства може стати співробітництво регіональної влади з переможцем (переможцями) національного конкурсу щодо пошуку української або іноземної компанії, яка була б здатна реалізувати проєктні ідеї туристичних атракцій. Участь у реалізації проєкту декількох компаній у перспективі може стати основою для формування кластерного об'єднання за їхньої участю.

6. Спрощення організаційної процедури створення суб'єктів підприємницької діяльності та їхніх регіональних представництв, а також, мінімізація кількості перевірок контролюючих органів, насамперед, позапланових.

7. Контроль на певному етапі за обсягом пропозиції офісних площ з метою попередження стрімкого зростання орендних ставок та утримання їх на прийнятному рівні. Цей контроль можна здійснювати на етапі надання дозволів на будівництво (або зміну цільового призначення використання нерухомості) у центральній частині м. Дніпро та інших великих міст області.

8. Розробка і реалізація програми інфраструктурного забезпечення туристичної сфери шляхом вирішення завдань створення дорожньої та придорожньої інфраструктури (контроль за якістю асфальтового покриття, наявність заправок, закладів харчування, площадок для паркування, зон тимчасового відпочинку, туалетів, контейнерів для сміття тощо).

Таким чином, для успішного розвитку регіональної туристичної сфери туризму повинна дотримуватися послідовність і поступальність дій, що з одного боку, збільшує часовий інтервал, необхідний для отримання запланованого результату, а, з іншого, дозволяє зробити цей результат якісним, тобто раціонально витрачати ресурси і примножувати потенціал.

Ключові слова: туризм, туристична сфера, кластерний підхід, інноваційно-туристичний потенціал регіону, інноваційний розвиток, інвестиційні ресурси

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ…… 2
ВСТУП……..…… 9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА В СФЕРІ ТУРИЗМУ……. 19
1.1. Інноваційний розвиток як передумова забезпечення конкурентоспроможності підприємств туристичної сфери…….…… 19
1.2. Дослідження чинників формування кластерів у туристичній сфері для забезпечення її інноваційного розвитку…… 34
1.3. Теоретичні підходи до формування політики кластеризації туристичної сфери…….. 47
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА МОЖЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ……..…. 63
2.1 Особливості формування конкурентного та інноваційного середовища в туристичній сфері на основі кластерного підходу ……. 63
2.2. Оцінка вихідних умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу регіонів України…… 78
2.3. Дослідження можливостей розвитку підприємств туристичної сфери в Дніпропетровському регіоні з використанням кластерного підходу……..… 106
РОЗДІЛ 3. КОНЦЕПТУАЛЬНІ НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ ТА ОЦІНКА ЙОГО ВПЛИВУ НА СТАН ІННОВАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ... 132
3.1. Концептуальне забезпечення активізації розвитку кластерного формату співробітництва в туристичній сфері регіону…… 132
3.2. Оцінка впливу процесу кластеризації туристичної сфери на стан інноваційно-туристичного потенціалу регіону…… 152
ВИСНОВКИ……..… 183
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…… 191
ДОДАТКИ…….…… 211

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. Останні десять років в Україні проголошено курс на кластеризацію економіки, що пов'язано з трансляцією позитивного закордонного досвіду кластеризації, а також необхідністю територіально-галузевої переорганізації та трансформації економічного простору країни.

Кластеризація, що охопила більшість економічно розвинених країн, стала своєрідним мейнстрімом економічного розвитку. Україна не стала винятком і також долучилась до цього процесу. Це зумовлено значними перевагами, які дає кластерний підхід на основі територіально-галузевого зближення підприємств, підвищення їхньої інноваційної активності, завданням якого є посилення конкурентоспроможності вироблених продуктів та послуг як на національному, так і на світовому ринках. Найбільшою мірою зазначені процеси торкнулися сфери промисловості, оскільки саме в кластерному розвитку державна і регіональна влада вбачають перспективу вирішення проблем у кризових сферах економіки.

Проте тотальна кластеризація, загальне і бездумне копіювання закордонного досвіду, відсутність теоретичного базису та системної методології забезпечення кластеризації призвели до того, що цей процес в Україні «пробуксовує», а наявні нечисленні кластерні проєкти реалізуються з низьким рівнем ефективності. Особливо це характерно для спроб державної влади використовувати кластерний підхід у невиробничих галузях, зокрема, у туристичній сфері, специфіка якої, проте, не дозволяє розвивати кластеризацію у її традиційному розумінні.

У результаті за останні десять років в Україні було випущено велику кількість наукових робіт з проблематики кластерного розвитку економіки, сформовано необхідну теоретико-методологічну базу, визначено фактори та принципи кластеризації, зроблено спроби розробки організаційно-

економічного механізму формування та розвитку кластерів (і зокрема туристичних зокрема).

Однак ефективність кластерних проєктів у туристичній сфері близька до нуля, а реалізовані нині проєкти поки що знаходяться в зародковому стані, що не дозволяє нам говорити про конкретні досягнуті результати.

Визначення передумов і пріоритетних напрямів, виявлення важливих закономірностей кластерного розвитку туристичної сфери України в умовах економічного зростання, активізації та вдосконалення ринку туристичних продуктів, послуг та технологій, формування інноваційного сектора туристичної економіки є на сьогоднішній день актуальними завданнями через вибір кластерного підходу у якості ефективного формату інноваційного розвитку внутрішнього та в'їзного туризму, що підвищує значимість представленого наукового дослідження.

Проблема кластерного розвитку туристичної сфери економіки України є досить новою та актуальною для вітчизняної економічної науки навіть незважаючи на існування величезного масиву наукових та практичних робіт як українських, так і закордонних авторів. При підготовці нашого дослідження використовувалися наукові роботи вітчизняних та закордонних фахівців, присвячені дослідженню теорії та практики кластеризації економіки регіонів України загалом та сфери туризму зокрема.

Питання визначення теоретичного та методологічного статусу, ролі та значущості кластерних ініціатив у розвитку економіки України, загальних положень теорії кластеризації економіки розглянуті у роботах таких науковців, як С. Авершин, М. Алишева, Л. Безугла, О. Борисюк, О. Буткевич, М. Войнаренко, Г. Волоковська, С. Волосович, М. Гріднєв, А. Голод, І. Дегтярьова, І. Дмитрієва, Н. Добрєва, І. Дудник, І. Дунаєв, В. Ільчук, М. Кірик, Ю. Ковальова, Р. Кожухівська, В. Козик, Н. Краус, Кривень О.В., Назаркевич І.Б. Рекреаційно-туристичні кластери як О. Кривень, В. Клочковська, І. Лисенко, Г. Мазнєв, О. Масліган, Г. Машіка, Т. Марченко, О. Мицишин, Р. Мудрак, С. Олексюк, О. Ольшанська, Т. Оніпко, Л. Панкова, О. Решетняк, Л.

Ринейська, Г. Саркісян, В. Сич, С. Соколенко, Н. Спасів Н.Я., О. Стрішенець, Ю. Тимчишин-Чемерис, А. Ужва, І. Хоменко, П. Яновський та ін.

Однак, зазначимо, що методологія кластерного розвитку, що розробляється зазначеними авторами, в більшості випадків є проєкцією закордонного досвіду кластеризації економіки та містить значний крен у виробничий сектор, тоді як кластерному потенціалу сервісних сфер економіки фахівці приділяють значно меншу увагу. Розглядаючи основні напрями та тренди кластерного розвитку економіки України, більшість авторів упускають з уваги потенціал «трьох І», тобто аналіз та оцінку інтеграційної, інвестиційної та інноваційної складових процесу кластеризації з акцентом на реалізацію їх у сервісному секторі економіки України. У зв'язку з цим автором дисертації виділено та розглянуто найбільш значущі напрямки кластеризації туристичного простору країни та її регіонів в умовах зміни державних пріоритетів у частині розвитку внутрішнього та в'їзного туризму.

Зв’язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дослідження проводилося згідно з планом науково-дослідних робіт НТУ «Дніпровська політехніка» за темою «Соціально-економічний розвиток в умовах четвертої промислової революції» (номер державної реєстрації 0121U108984) та ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля» за темою: «Інноваційний розвиток туристичної сфери регіонів України на основі кластерного підходу» (номер державної реєстрації 0115U000063). В рамках досліджень отримана інтегральна оцінка умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу п’яти регіонів України; опрацьована принципово нова модель інноваційно-туристичного кластеру, що містить елементи зовнішнього середовища, наявність якого розглядається в якості умови виникнення і функціонування інноваційно-туристичних кластерів у регіоні.

Мета і завдання дослідження. Мета дисертаційної роботи полягає в теоретичному та методологічному обґрунтуванні інноваційного розвитку туризму в Україні на основі кластерного та програмно-цільового підходів.

Поставлену мету досягнуто шляхом вирішення таких завдань:

– розвинути понятійний апарат теорії формування інноваційного середовища в сфері туризму як передумови забезпечення конкурентоспроможності підприємств туристичної сфери;

– здійснити наукове обґрунтування порядку визначення складу чинників, які визначають процес формування туристичних кластерів, та підходу до формування інструментів підтримки їхнього розвитку;

– обґрунтувати теоретичний підхід щодо формування політики кластеризації туристичної сфери на основі функціонування її організаційно-економічного механізму;

– розвинути теоретико-прикладні засади обґрунтування впливу кластеризації туристичної сфери на розвиток її конкурентного та інноваційного середовища;

– удосконалити механізм оцінювання рівня вихідних умов для розвитку інноваційно-туристичного потенціалу регіонів шляхом розробки та застосування відповідної системи показників, а також здійснити аналіз отриманих результатів оцінки;

– удосконалити науково-практичний підхід до стимулювання інноваційного розвитку туристичної сфери регіону шляхом формування туристичних кластерів;

– розвинути теоретико-методичне обґрунтування концептуального забезпечення процесів кластеризації туристичної сфери;

– розробити принципову модель інноваційно-туристичного кластеру та охарактеризувати особливості її формування;

– обґрунтувати заходи кількісного та якісного впливу на характер економічного середовища з метою стимулювання переходу до кластерного формату співробітництва у туристичній сфері регіону;

– удосконалити систему оцінки впливу процесу кластеризації туристичної сфери регіону на стан його інноваційно-туристичного потенціалу та провести аналіз результатів оцінки

Об'єктом дослідження є процес формування теоретико-методологічного та науково-практичного забезпечення концептуальних аспектів інноваційного розвитку туристичної сфери України на основі застосування кластерного підходу.

Предметом дослідження виступає сукупність соціально-економічних відносин, що виникають у між суб'єктами ринку туристичних послуг в процесі впровадження кластерної моделі розвитку туристичного бізнесу, а також визначення умов її формування та специфіки застосування з метою інтенсифікації інноваційного розвитку туристичної сфери України.

Теоретична та методологічна основа дослідження. Теоретичну основу дисертаційної роботи складають роботи провідних вітчизняних та закордонних фахівців, які розкривають проблематику концептуалізації кластерного розвитку економіки, формування та розвитку кластеризації, активізації кластерних процесів в Україні, удосконалення існуючої інноваційної та іншої інфраструктури кластерної економіки. Активно використовувалися під час підготовки дисертаційної роботи чинні нормативно-правові акти, матеріали різних аналітичних звітів, документи органів влади та управління.

Методи дослідження. Методологічною основою дисертаційної роботи виступає комплекс, що включає загальнонаукові та філософські підходи (системний, синергетичний, структурно-функціональний та ін.) і методи (історичний, порівняльний, наукової абстракції тощо). У науковій роботі широко застосовуються різні соціологічні та статистичні методики, метод аналогій, метод системного аналізу, методи моделювання та графічного відображення соціально-економічних явищ.

Інформаційною базою дослідження виступили законодавчі та нормативно-правові акти України, дані Державної служби статистики України, власні наукові розробки автора, інформаційні ресурси мережі Інтернет.

Наукова новизна дисертаційної роботи полягає у постановці та

розкритті проблеми інноваційного розвитку туристичної сфери на основі кластерного підходу, формування та розвитку конкурентоспроможних кластерних проєктів, підвищення ефективності ведення туристичного бізнесу в умовах анексії Криму та бойових дій на Сході України, визначення основних напрямів та особливостей використання програмно-цільового підходу з метою удосконалення управління туристичними кластерними проєктами.

В рамках проведеного дослідження доведена наукова новизна, що забезпечила наступні наукові результати:

удосконалено:

– процесно-орієнтовану схематичну модель діяльності туристичного кластеру, яка, на відміну від подібних моделей, характеризує мотиваційний цикл діяльності підприємств туристичного кластера щодо безперервної оптимізації свого бізнесу, модернізації всіх бізнес-процесів за рахунок їхнього структурування та проведення наукових досліджень, впровадження їхніх результатів у виробництво, наслідком чого стає не тільки зниження сукупних витрат з виведення на ринок інноваційного туристичного продукту, підвищення прибутковості бізнесу і отримання конкурентних переваг, а й якісна зміна стану факторів макро- та мікросередовища кластеру. Максимізація ефективності використання можливостей кластерного об’єднання, відповідно до цієї моделі, досягається за рахунок ефектів емерджентності та масштабу, а також синергетичного ефекту;

– систему показників оцінки умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу регіону, яка дозволила якісно охарактеризувати та кількісно оцінити стан таких його складових як науково-освітній, кадровий, інвестиційний та інституційний потенціали. Отримана інтегральна оцінка умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу п’яти регіонів України, відповідно до якої Дніпропетровський регіон володіє найбільшою його величиною, що дозволяє зробити висновок про наявність сприятливих стартових умов для впровадження кластерного формату розвитку туристичної сфери регіону, його доцільність та перспективність;

– принципову модель інноваційно-туристичного кластеру, що містить елементи зовнішнього середовища, наявність яких розглядається у якості умов виникнення і функціонування інноваційно-туристичних кластерів у регіоні. Принципова модель відрізняється від інших присутністю у ній універсального варіанту комбінації складових внутрішнього та зовнішнього середовища кластеру, які виконують у кластері функції окремого виду забезпечення (проєктного, технічного, технологічного, інформаційного, трансфертного та ін.). Фінальний елементний склад внутрішнього середовища кластеру буде залежати від специфіки виробництва туристичного продукту або експлуатації туристичного атракції, яка виступає як продукт кластеру.

набули подальшого розвитку:

– поняття «інноваційно-туристичний потенціал», під яким запропоновано розуміти комплекс туристичних ресурсів, чинників, інформаційних та комунікаційних можливостей, який утворює передумови для формування інноваційної системи розробки та реалізації нових туристичних продуктів як результату здійснення інноваційної діяльності у туристичній сфері, акумуляції та перерозподілу фінансових ресурсів з метою забезпечення інноваційного розвитку та отримання конкурентних переваг підприємствами туристичної сфери;

– поняття «кластер», під яким, на відміну від існуючих визначень, запропоновано розуміти форму організації інноваційної і економічної діяльності, яка використовує не лише географічну і виробничо-тематичну схожість окремих підприємств, а також й ідентичність організаційних систем виробничої, невиробничої і науково-освітньої сфер, що дозволяє отримати синергетичний ефект при спільному використанні наявних ресурсів, зниження витрат за основними видами діяльності і досягнути конкурентних переваг як самого кластеру, так і структур, що його утворюють;

– поняття «кластеризації туристичної сфери», під яким, у доповнення до існуючих підходів, запропоновано розуміти процес формування нормативно-правового поля, інституційного забезпечення, економічної бази, платформ

інформаційного обміну потенційних учасників кластерів, результатом чого стає забезпечення умов, що стимулюють утворення кластерних об'єднань підприємств як оптимального формату їхньої взаємодії, та їхнє подальше функціонування з метою виробництва і експлуатації інноваційних туристичних продуктів, які побудовані на використанні унікальних особливостей певної території (дестинації) та комбінації виробничо-технологічних і організаційно-економічних можливостей цих підприємств, з метою отримання ними ринкових конкурентних переваг і підвищення прибутковості діяльності;

– наукове обґрунтування діяльності туристичних кластерів, яке, на відміну від загальновідомих підходів, розглядає кластер як механізм створення інноваційного продукту з максимальною споживчою вартістю, завдяки реалізації якого учасники кластерних об'єднань отримують можливість підвищити свою конкурентоспроможність на внутрішньому ринку. У свою чергу, досягнення певного рівня внутрішньої конкурентоспроможності дасть можливість туристичним кластерам вийти зі своїми інноваційними продуктами на міжнародний ринок, що дозволить залучити в'їзний туристичний потік і забезпечити досягнення зовнішньої конкурентоспроможності;

– науково-теоретична база оцінки впливу процесу кластеризації туристичної сфери на динаміку інноваційно-туристичного потенціалу регіонів, що дозволило на основі використання методу експертних оцінок визначити позитивний вплив запропонованих заходів активізації процесу кластеризації туристичної сфери регіону на стан його інноваційно-туристичного потенціалу та виявити нерівномірність впливу цього процесу на регіональні показники інтелектуального та підприємницького потенціалів, як складових інноваційно-туристичного потенціалу.

Практичне значення отриманих результатів дозволяє розвинути недостатньо розроблений в економіко-управлінській науці напрям досліджень, а саме, концептуальне забезпечення процесів кластеризації

економіки України, формування та розвитку кластерних проєктів на прикладі туристичної сфери на основі інвестиційно-інноваційної активності та з урахуванням найбільш важливих умов та факторів зовнішнього середовища.

Результати дисертаційної роботи, зібрані, узагальнені та проаналізовані у процесі роботи матеріали, представлені висновки активно використовуються під час проведення семінарських занять з дисциплін «Регіональна економіка», «Економічні дослідження в спортивній діяльності» в Придніпровській державній академії фізичної культури і спорту. Матеріали дисертаційної роботи також можуть використовуватись у викладанні курсів «Інноваційна економіка», «Менеджмент у професійній діяльності».

Управління культури і туризму Кременчуцької міської ради Кременчуцького району Полтавської області застосовує результати даного дослідження для реалізації нових можливостей досягнення вищого рівня ефективності діяльності підприємств туристичної сфери в сучасних умовах розвитку туристичного ринку (довідка №328/01-25 від 15.12.2022р.). Туроператором «СУПУТНИК-Кіровоград» використовуються матеріали даної дисертаційної роботи під час здійснення інформаційно-консультаційної роботи щодо визначення конкурентного та інноваційного середовища в туристичній галузі.

Апробація результатів дисертаційної роботи. Основні положення, висновки та рекомендації, викладені у дисертації, подавалися протягом 2019-2022 років на міжнародних та всеукраїнських конференціях, зокрема на Міжнародній науково-практичній конференції «Перспективи розвитку науки, освіти та суспільства в контексті євроінтеграції» (м. Полтава, ЦФЕНД 2022 р.), Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні виклики та актуальні проблеми економіки, фінансів, обліку та права» (м. Кропивницький, ЦФЕНД, 2022 р.), Всеукраїнській науково-практичної конференції «Соціально-відповідальне суспільство: український та європейський контекст розвитку» (Мелітополь : Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, 2021 р.), III International Scientific and Practical Conference

«Perspectives of world science and education» (Osaka, Japan, 2020), Міжнародній науково-практичній конференції молодих вчених і студентів «Євроінтеграційний вибір України та проблеми макроекономіки» (Дніпро : Університет імені Альфреда Нобеля, 2019 р.).

Публікації. За темою дисертаційної роботи опубліковано 13 наукових праць, з яких: один розділ у колективній монографії, 6 статей (у тому числі 3 статті у міжнародній наукометричній базі Web of Science) та 6 праць апробаційного характеру. Загальний обсяг публікацій складає 4,9 др. арк., особисто автору належить 2,74 др. арк.

Обсяг і структура роботи. Дисертація складається з анотації, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел зі 170 найменувань і 9 додатків на 26 сторінках. Обсяг основного тексту дисертації складає 190 сторінок (9,4 авт. арк.). Дисертація містить 27 таблиць та 14 рисунків.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА В СФЕРІ ТУРИЗМУ

1.1. Інноваційний розвиток як передумова забезпечення конкурентоспроможності підприємств туристичної сфери

У сучасних економічних реаліях туризм грає одну з ключових ролей як в міжнародній, так і у внутрішньодержавній діяльності. У багатьох країнах він є одним з основних джерел наповнення бюджету. ВВП окремих країн практично повністю формуються за рахунок надходжень від сфери туризму. Тому важко недооцінювати значення ролі туризму як для світової економіки, так і для окремих національних економік.

Наприклад, загальна частка туризму у внутрішньому валовому продукті може варіюватися від 1 до 10 % в залежності від рівня розвитку економіки. До таких країн можна віднести Австрію (8,5%), Німеччину (0,9%), Великобританію (1,9%), США (1%) та Іспанію (4,2%). Важливо також відзначити, що в невеликих державах зазначений показник може перевищувати середні показники, наприклад у острівних країнах туристична діяльність забезпечує більше 50% ВВП, до таких країн можна віднести Антигуа (58%), Бермудські острови (35%), Багамські острови (52%). Дослідження показало, що у 2020 році внесок індустрії туризму у світовий ВВП знизилася на 4,9% по відношенню до попереднього року. (рис.1.1).

За даними експертів Національної туристичної організації України, наша країна в 2019 році зайняла 15 місце у світі серед найбільш відвідуваних країн світу з показником рівним 13,7 млн. туристів [114]. Відповідно до класифікації Всесвітньої туристичної організації ООН (World Tourism Organization, UNWTO), з туристичною метою в Україну в'їхало 98,6% іноземних громадян, або 13,5 млн. За цей же період 29,3 млн. громадян України виїжджало за кордон з туристичною метою [109]. При цьому з року в

рік спостерігається збільшення негативного сальдо виїзного та в'їзного туризму, яке посилилось після 2014 року у результаті військового конфлікту на Сході України і у 2019 році сягнуло майже 15,7 млн. осіб [114].

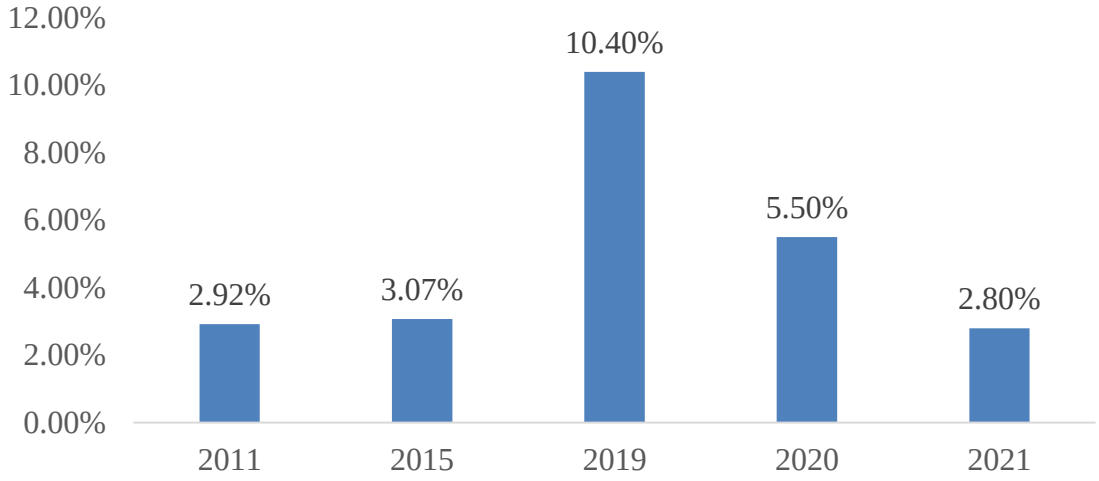


Рис. 1.1. Внесок індустрії туризму у світовий ВВП у 2020 р.

Джерело: складено автором за [109]

Відповідно до даних ЮНВТО, у 2020 р. відносно 2019 р. кількість міжнародних туристичних прибуттів знизилась на 73% (або на 1,1 млрд. осіб). Таке катастрофічне зниження було пов'язане із карантинними обмеженнями на внутрішні та міжнародні пасажирські перевезення, введеними внаслідок пандемії. Відповідно, доходи від обслуговування міжнародних туристичних потоків у 2020 році також знизились на 63% (або на 1,1 трлн. дол. США), що відкинуло розвиток міжнародного туризму на позиції початку 1990-х років. Абсолютне зниження прямого внеску туристичної сфери у світовий ВВП становило близько 2 трлн. дол. США [109].

У 2021 р. спостерігалося збільшення кількості міжнародних туристичних прибуттів на 4% (або на 15 мільйонів осіб) у порівнянні з 2020 р., тобто, була зафіксована певна стабілізація негативної динаміки показників міжнародної туристичної сфери. Загалом, за підсумками 2020-2021 рр. доходи від міжнародного туризму скоротились на величину близько 1 трлн. дол. США, а абсолютне зниження прямого внеску туристичної сфери у світовий ВВП склало 1,6 трлн. дол. США [109] (див. табл. 1.1, 1.2).

Таблиця 1.1

Розвиток міжнародного туризму в період пандемії на основі зіставлення темпів росту міжнародних туристичних прибуттів

Роки	Міжнародні туристичні прибуття, млн.	Темпи росту по відношенню до 2019 року	Зміни міжнародних прибуттів в абсолютному значенні по відношенню до 2019 року, млн.
2011	1003	5 %	47
2012	1050	5%	47
2013	1100	5%	50
2014	1146	4%	45
2015	1203	5%	57
2016	1243	3%	40
2017	1332	7%	89
2018	1407	6%	75
2019	1464	4%	63
2020	400	-73%	-1064

Джерело: складено автором за [109]

Таблиця 1.2

Показники розвитку світового ринку туристичних послуг за період 2019-2021 рр.

Показники	Роки			Відхилення			
				2020/2019		2021-2020	
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	Абс.	Відн.	Абс.	Відн.
Міжнародні туристичні прибуття, млрд. осіб	1464	400	415	-1064	-73%	+15	+4%
Доходи від міжнародного туризму, млрд. дол. США	1700	638	700	-1062	-63%	+62	+10%
Прямий валовий внутрішній продукт туризму, трлн. дол. США	3,5	1,6	1,9	-1,9	-46%	+0,3	+19%

Джерело: складено автором за [109]

За твердженнями UNWTO, кількість міжнародних прибуттів за період з 2010 по 2030 рік в середньому підвищиться на 3,3% за рік. З часом, швидкість зростання кількості міжнародних прибуттів будуть поступово уповільнюватися, у 2011 з 3,8% а у 2030 р. до 2,5%. В абсолютних величинах кількість міжнародних прибуттів на рік збільшиться на 43 млн., в порівнянні з збільшенням на 28 млн. з 1995 по 2010 роки. За прогнозами в 2030 році темпи зростання міжнародних прибуттів в усьому світі досягне 1,809 млрд. (рис. 1.2).

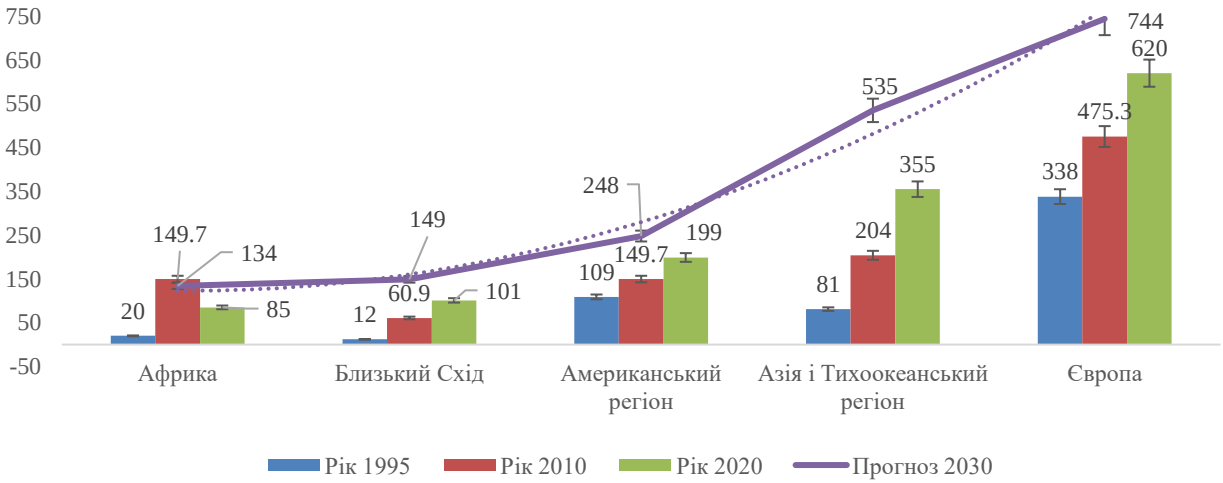


Рис. 1.2. Прогноз міжнародних прибуттів до 2030 р., млн. осіб

Джерело: складено автором за [109]

Якщо розглядати характеристику економічної ефективності туризму, то найбільш простим і зрозумілим її показником виступає об'єм туристичних витрат. За цим показником лідируючі позиції займають країни з економікою, що розвивається, зокрема, такі як Китай і Бразилія. Відповідно до даних Всесвітньої туристичної організації ООН, «…в період 2007-2020 років витрати громадян Китаю на виїзний туризм збільшилися практично в 10 разів. Китай займає лідируюче становище у світі за цим показником, друге і третє місця займають США і Німеччина, що продемонстрували помірне зростання туристичних витрат в 2019 році на рівні 2-3% [109].

Україна займає 14-е місце у світі за об'ємом туристичних витрат, при цьому показник росту за 2019 рік склав 25% або 2,7 мільярди доларів. Розвинені країни, такі як Канада, Сполучене Королівство, США, Німеччина, Франція, показали повільніші темпи росту туристичних витрат, тоді як в Італії, Японії і Австралії зафіксовано скорочення туристичних витрат» [109].

Оцінюючи наведену інформацію, можемо констатувати, що загальне місце України на світовому ринку туризму більш ніж скромне, і не відображає реальні можливості країни та потенціал. За даними Додатку А, можемо побачити, що за кількістю подорожей Україна посідає одне з останніх місць

серед країн Європи.

Дані Додатку Б, які відображають динаміку кількості туристів за видами туризму у період 2000-2020 рр. в Україні, дають можливість стверджувати про зростання усередненої кількості подорожей з метою туризму. Однак, при цьому спостерігається стійка тенденція до суттєвого перевищення обсягів виїзного туризму над в'їзним, яка зберігається.

Серйозним негативним економічним наслідком вказаної тенденції можна вважати той факт, що здійснюється безповоротний відтік споживчих витрат за кордон. Головною причиною такого дисбалансу туристичних потоків є недостатня розвиненість національної туристичної сфери, яка зумовлює, перш за все, недостатню інтенсивність внутрішніх туристичних потоків [107]. За останніми даними із закордонних джерел, частка внутрішнього туризму в країнах з розвиненою туристичної сферою «…складає близько 80-90% від загальної кількості туристичних подорожей, загальний об'єм витрат на внутрішній туризм у 5-10 разів перевищує витрати від закордонних подорожей [18].

Україна володіє величезним туристичним потенціалом з огляду на значну кількість туристичних дестинацій та атракцій. Зокрема, на державному обліку України за даними Державної служби статистики України у 2019 році знаходилось близько 150 тисяч пам'яток історії та культури, з них: пам'яток археології – археології 71214, історії – 52544, монументального мистецтва – 2806, архітектури – 17934, містобудування – 3, садово-паркового мистецтва – 308, ландшафтні – 5, науки і техніки – 17 об'єктів [111].

Загальна площа оздоровчих та рекреаційних територій становить 12,1 млн гектарів, що складає 20% території нашої країни. При цьому місткість ландшафтів України при дотриманні всіх природоохоронних норм становить близько 40 млн осіб. [112].

При створенні продукції туристичної сфери в переважній більшості випадків відбувається споживання продукції підприємств багатьох інших сфер діяльності, що зумовлює досить високий рівень мультиплікативного впливу

туристичного бізнесу на процеси створення доданої вартості на підприємствах, продукція яких використовується при наданні туристичних послуг. Вплив туризму на суміжні сфери діяльності є непрямим і здійснюється через витрати туристів в місцях їхнього перебування, що відповідним чином впливає на доходи готельного бізнесу, транспортних, торгових та інших організацій [17].

Багато авторів, спираючись на комплексність поняття туризму, пропонують розглядати його як «…упорядковану систему взаємодії представників міжгалузевого господарського комплексу, чия діяльність передбачає створення, збут і споживання туристичного продукту, здатного приносити значний економічний та соціальний ефект для національної економіки за рахунок задоволення специфічних потреб населення в проведенні дозвілля під час подорожі» [73].

Очевидним є комплексний характер туризму, його складність та багатогранність як соціально-економічного явища. Цей факт, відповідно, визначає усю багатоаспектність поняття «туризм». На підставі проведеного нами дослідження наукових джерел і законодавчої бази в сфері туризму, можна згрупувати існуючі підходи до формування суті поняття «туризм», в основі яких лежать систематизовані конкретні характеристики і властивості (Додаток А). Виходячи з цього, можна зробити висновок щодо того, що основна складність формулювання однозначної характеристики туризму зумовлена неможливістю врахувати всю багатогранність його ролі у соціально-економічному житті країни.

Однак слід відзначити, що основна маса пропонованих визначень зводиться до розгляду туризму як певного виду потреб (фізіологічних, соціальних, психологічних тощо) [33; 65; 109; 161; 169] або виду економічної діяльності [3; 6; 16; 81; 105], що і відображено в табл. 1.4.

Однак, варто зауважити, що, на нашу думку, група підходів, зорієнтована на трактування поняття «туризм» з точки зору споживача необґрунтовано нехтує суттєвим вкладом туризму в розвиток суспільно-

економічних процесів як на локальному і регіональному, так і на національному й міжнародному рівнях. Адже, наприклад, за даними [59], після втрати майже 4,9 трильйона дол. США у 2020 році (падіння на 50,4% у порівнянні із 2019 роком) внесок подорожей і туризму у ВВП зріс на один трильйон дол. США (зростання на 21,7%) у 2021 році. Також у 2020 році було втрачено 62 мільйони робочих місць, що становить 18,6%, однак вже у 2021 році було відновлено 18,2 мільйона робочих місць. Іншими словами, туризм як вид економічної діяльності не тільки активно включений до міжнародних соціально-економічних процесів, але також демонструє високий рівень гнучкості, адаптивності і здатності до швидкого відновлення після кризових явищ.

З іншого боку, неправомірним також є нехтування у визначенні поняття «туризм» його здатністю до задоволення людських потреб, відновлення продуктивних сил населення, формування екологічної свідомості, розвитку культурності та обізнаності людства. Так, туризм може визначатись і як різновид рекреації, активного відпочинку, «...під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними та культурно-розважальними цілями» [8].

На нашу думку, найбільш точно можна визначити специфіку поняття «туризм» саме через поєднання двох вищезазначених підходів. Так, під туризмом слід розуміти сферу соціально-економічних відносин, яка пропонує споживачам систему послуг і продуктів, спрямовану на задоволення зростаючих туристично-рекреаційних потреб споживачів, сприяє відновленню їхньої працездатності та, завдяки своєму інформаційно-видовищному характеру, забезпечує інтенсифікацію процесів міждержавного та міжрегіонального соціально-культурно-інформаційного обміну.

Враховуючи існуючі аспекти визначення суті поняття «туризм», виділимо декілька його характерних особливостей:

1. Основною метою туризму є задоволення споживчого попиту на туристичні послуги. Значущість цієї особливості полягає у виборі серед

необмеженого спектру туристичних послуг того або іншого виду туризму.

2. Часовий період поїздки. Вважається, що тривалість туристичної подорожі в середньому займає від 24 годин до 1 року, або здійснення однієї і більше ночівель в країні (місці) тимчасового перебування.

3. Просторове пересування. Туризм - це пересування індивідуума до різноманітних пунктів туристичного призначення із зупинкою в них з метою задоволення потреб у туристичних послугах та продуктах.

4. Відсутність заняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування, тому в категорію «турист» не входять тимчасові (сезонні) працівники.

5. Здійснення туристичної подорожі у вільний час. В даному випадку необхідно враховувати наявність ділового туризму, який поєднує ділову мету поїздки з туристичною.

Очевидний комплексний характер туристичної економічної діяльності та її продуктів дає підстави стверджувати про пріоритетність розвитку сфери туризму для української економіки, що підтверджується і світовим досвідом [50; 59; 131]. У сучасних умовах жорсткої, у т.ч. міжнародної, конкуренції, економічної та політичної нестабільності від туристичної сфери вимагається постійна адаптація до змін умов функціонування. Постійно зростаючі запити туристів, а також «щільність» туристичного ринку ставлять перед туристичними компаніями завдання з пошуку сучасного туристичного сервісу, розширення нових напрямів тощо. [25].

Дослідження, проведені останнім часом, показують незначне посилення інтересу українських туристичних фірм до внутрішнього туризму. Хоча, Україна, згідно із заявами міжнародних організацій, вважається досить привабливим туристичним напрямом. Свідченням цього можна вважати щорічний приріст прибуттів платоспроможних іноземних туристів, зокрема, до початку військових дій на Сході України. Усвідомлення свого потенціалу і можливостей для росту, розробка чіткої стратегії і інвестиційних пріоритетів, приведе регіони України до значного посилення своїх позицій, як на

внутрішньому, так і на зовнішньому ринку туристичних послуг.

Обрання інноваційного шляху розвитку для туристичної сфери України є єдиним шляхом подолання суттєвого відставання основних показників розвитку національної туристичної сфери порівняно з аналогічними показниками у світі [101]. Серед головних причин зазначеного стану виділимо:

– недосконаліть і непослідовність бюджетного і податкового законодавства;

– відсутність сучасної інфраструктури у сфері туризму;

– невідповідність між ціною і рівнем (якістю) послуг;

– недостатня активність державної підтримки у напрямі створення позитивного іміджу національних туристичних продуктів і, як наслідок, їхня низька конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і світовому ринку.

Концепція соціально-економічного розвитку України до 2025 року передбачає модернізацію туристичної сфери [79]. Однак, нажаль, туризм у нашій країні не є на сьогоднішній момент пріоритетним напрямом з точки зору інновацій. Стратегії інноваційного розвитку таких сфер, як туризм, спорт, культура і охорона здоров'я, знаходяться на стадії розробки [63].

Поза сумнівом, популяризація внутрішнього туризму є стратегічно важливим і пріоритетним завданням, що в майбутньому надасть значні можливості для інноваційного розвитку діяльності в цій області. Інновації є необхідною умовою підвищення конкурентоспроможності, у тому числі і в туризмі, а для нашої країни питання конкурентоспроможності українського туристичного продукту стоїть особливо гостро [57].

Основні чинники, що впливають на інноваційний розвиток туризму, відносяться, наведені на рис. 1.3.

Інновації є інструментом реалізації і відтворення досягнень наукової думки. З цієї точки зору туризм є винятковою областю для інноваційної діяльності, оскільки є складною соціально-економічною системою, участь в якій беруть підприємства багатьох сфер діяльності. Туризм не лише створює

новий продукт або послугу, він також акумулює інновації, впроваджені в інших сферах господарювання. Наприклад, інформаційні технології широко застосовуються підприємствами готельного комплексу, логістичними компаніями тощо. Створення туристичного продукту, обслуговування туристів, бронювання авіа- та залізничних квитків – усі ці процеси перейшли на якісно новий рівень з впровадженням розробок у сфері ІТ-технологій [14].

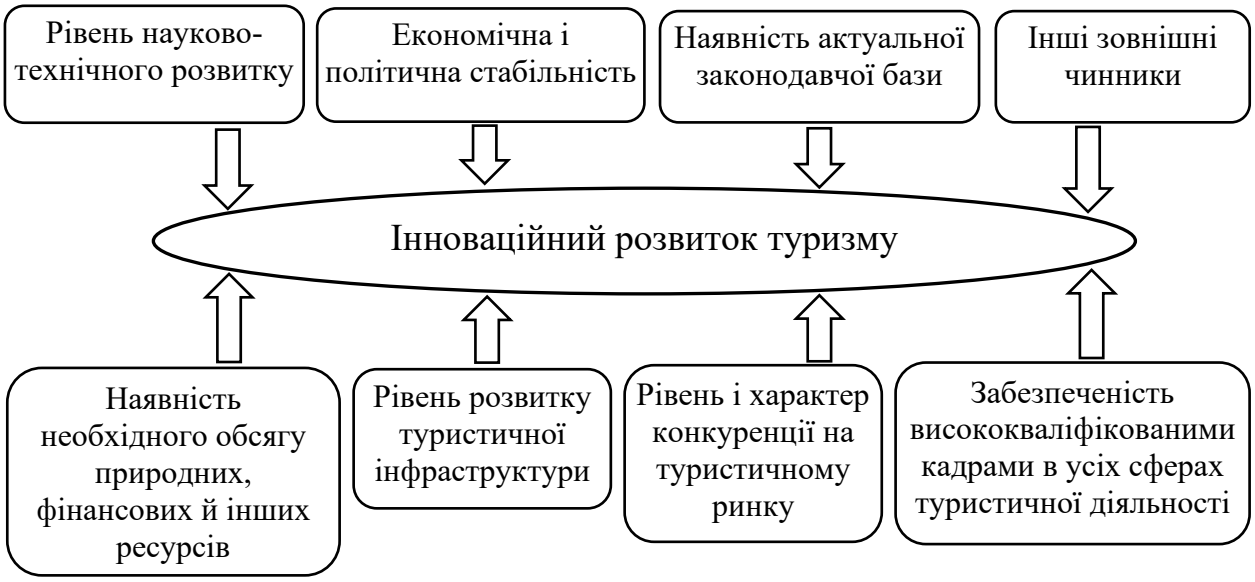


Рис. 1.3. Основні чинники, що впливають на інноваційний розвиток туризму

Джерело: складено автором за [97]

Необхідно відзначити той факт, що «…значимим чинником, що впливає на інноваційний потенціал соціально-економічної системи, є не лише наявність необхідного об’єму усіх видів ресурсів, але й їхня якість, структура, збалансованість і раціональність використання. Поліпшення цих показників здатне збільшити ресурсний потенціал без збільшення об’єму використовуваних ресурсів» [132].

На підставі вищенаведеного виокремимо основні напрями інноваційної діяльності у сфері туризму:

1. Формування і просування нових туристичних маршрутів, створення і реалізація нових туристично-рекреаційних продуктів та продуктів ресторанної індустрії, надання сучасних послуг підприємствами готельного комплексу тощо.

2. Використання у туристичній сфери сучасної техніки і технологій. Прикладом таких інновацій у сфері менеджменту туристичної діяльності може бути впровадження систем онлайн-бронювання, електронної комерції, пошукових баз даних, застосування інноваційних засобів зв'язку і комунікації у сфері ділового туризму і так далі

3. Впровадження інноваційних ресурсів у сфері туризму. Як приклад цього виду інновацій можна привести нові види туризму, а саме: космічний туризм, туризм у зоні відчуження ЧАЕС, військовий туризм і багато інших.

4. Застосування нових способів і методів організації бізнес-процесу. До цього типу інновацій можна віднести впровадження нових організаційних структур, використання механізму державно-приватного партнерства [5].

Інноваційна діяльність в туристичній сфері, аналогічно до інших сфер діяльності, має свої специфічні особливості. Це визначається специфікою пропозиції і попиту на туристичні послуги. Характерні ознаки інноваційної діяльності в сфері туризму визначають не лише особливості туристичних послуг, але і специфіка їхніх споживачів і виробників [20].

Специфічною властивістю виробників туристичних послуг є те, що в довгостроковому періоді усі вони є взаємодоповнюючими і залежать один від одного. Тому, однією з основних умов успішного розвитку туризму на муніципальному, регіональному або державному рівнях є наявність системи, що координує дії всіх учасників процесу надання туристичних послуг. Для реалізації інноваційних ідей і розробок потрібне формування гнучкої, адаптивної багаторівневої системи управління, яка відповідала б сучасним вимогам ринку [82].

На рівні туристичного підприємства основним інструментом управління інноваційними процесами повинен стати інноваційний менеджмент. Якість

управління інноваційною діяльністю підприємства багато в чому позначається на ефективності роботи організації, дозволяє знизити долю неефективних проєктів, а так само зменшити міру ризику [49].

Сучасні умови розвитку туристичних організацій можна охарактеризувати наступними положеннями:

– ускладнення виникаючих проблем через їхню багатовекторність внаслідок інтеграції наукових знань;

– глобалізація виробництва, конкуренції, кооперації тощо;

– висока динамічність змін, що відбуваються в зовнішньому середовищі;

– необхідність комплексного рішення проблем;

– високий рівень невизначеності та ін.

Враховуючи ці умови, найбільш доцільним є застосування системного підходу до управління інноваційною діяльністю туристичної організації.

Інноваційний менеджмент у сфері туризму є «…видом культурно-економічної і підприємницької діяльності для досягнення цілей туристичних фірм на основі ефективної організації інноваційних процесів» [20, С.17]. Інноваційний менеджмент включає різні функції, зокрема такі як планування, маркетинг, організація, контроль і т. ін.

Контроль та оцінка є одними із основних функцій інноваційного менеджменту як на рівні окремої організації, так і на регіональному і державному рівнях. Інформація, отримана в ході оцінки результатів інноваційної діяльності, є не лише індикатором ефективності, але і базою для розробки стратегії подальшого розвитку, оперативного і поточного планування.

Оцінюючи інноваційну активність регіону у сфері туризму, слід також враховувати високу роль інновацій в державному управлінні та результати застосування кластерного підходу до організації регіонального туризму.

При оцінці інноваційних розробок і досліджень туристичних фірм необхідно враховувати ступінь консолідації зусиль приватного бізнесу і

органів державного управління в проведенні НДР, будівництві туристичної інфраструктури і т.ін. [63].

Розвиток сфери туризму і його становлення як однієї з важливих сфер економічної діяльності викликає необхідність оцінювання туристичних можливостей (потенціалу) конкретних територій. В умовах сучасної економіки, оцінювати і розвивати будь-яку систему стає неможливим без інноваційних підходів і напрямів. На наш погляд, одним з таких напрямів розвитку має стати формування інноваційно-туристичного потенціалу територій, який включатиме як класифікацію туристичних інновацій, так і розробку моделей ефективного функціонування цієї сфери. Нами сформовано комплекс умов, які визначають формування інноваційно-туристичного потенціал певної території (рис. 1.4).

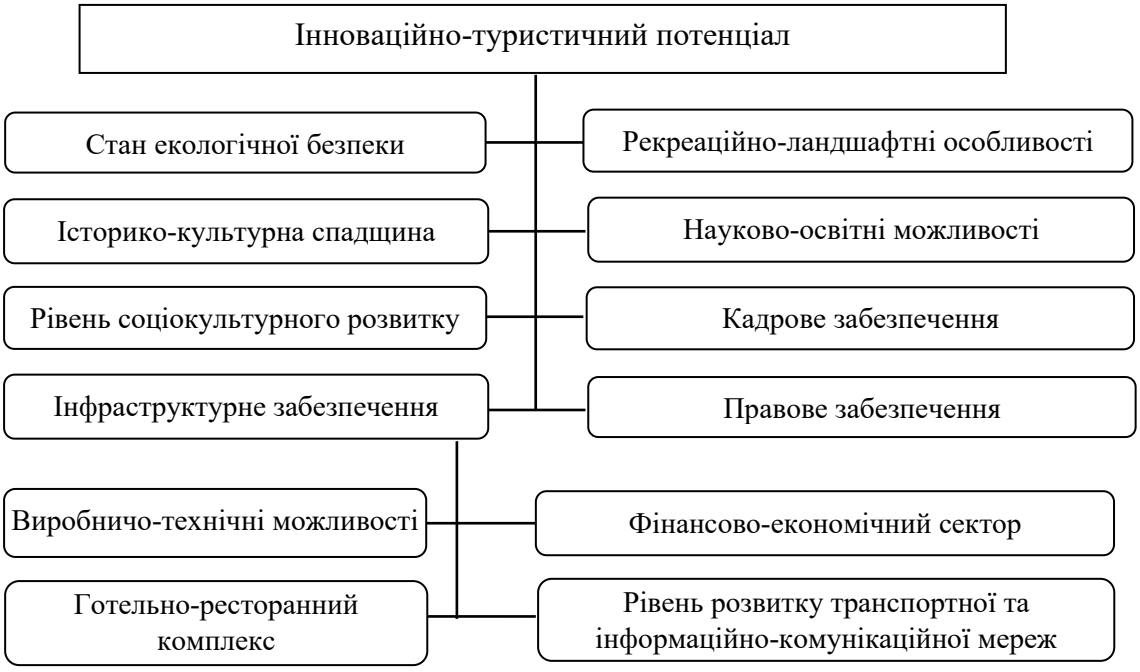


Рис.1.4. Комплекс умов, які визначають формування інноваційно-туристичного потенціалу регіону

Джерело: складено автором на основі [123, 162-165]

Дана схема ґрунтується на елементах, що впливають на формування

інноваційного потенціалу, і можливостях, які надає поточний рівень соціально-економічного стану регіону для розвитку на його території туристичної діяльності на основі інноваційного підходу. Кожен елемент з наведеного комплексу умов формування інноваційно-туристичного потенціалу є продуктом функціонування конкретних владних структур, підприємств, установ, організацій, їхніх об’єднань, комунікаційних платформ, які реалізують партнерські зв’язки і відносини між ними. Нижче наведена коротка характеристика функціонального наповнення елементів даного комплексу умов:

1) кадрове забезпечення – результат функціонування системи підготовки фахівців у сфері туризму, а також можливості використання досвіду іноземних партнерів у діяльності українських туристичних компаній;

2) науково-освітні можливості – потенціал діяльності об'єднань науковців із напряму «Туризм», результати наявних наукових розробок і перспективних методів розвитку, розробка спільних проєктів і перспектив;

3) інфраструктурне забезпечення – можливості системи транспортних, інформаційно-комунікаційних мереж і елементів виробничо-технічного забезпечення та супроводу туристичної діяльності, підприємств сфери інформаційних послуг, готельно-ресторанного комплексу, установ фінансово-економічного сектору;

4) правове забезпечення (законодавча і нормативна база) – наявні можливості і перспективи вдосконалення регіонального законодавства в області туристичної діяльності, у тому числі, співпраці з органами місцевого самоврядування у напрямі реалізації спільних туристичних проєктів ;

5) рівень соціокультурного розвитку – рівень ментального і культурного розвитку населення регіону, його готовності до прийняття представників інших культур і релігій; стан охорони правопорядку та особистої безпеки;

6) історико-культурна спадщина – рівень збереженості історичних пам'яток і пам'ятників архітектури, культури, релігії, їхня підтримка в

належному стані;

7) стан екологічної безпеки – є результатом функціонування системи нормативно-правового та організаційного забезпечення заходів, спрямованих на охорону навколишнього середовища;

8) рекреаційно-ландшафтні особливості – комплекс природних, географічних, ландшафтних та інших особливостей території регіону, які можуть бути використані з рекреаційною метою.

Викладене стає основою підходу до формулювання визначення інноваційно-туристичного потенціалу. Проведене дослідження дозволяє стверджувати, що, під інноваційно-туристичним потенціалом регіону слід розуміти комплекс туристичних ресурсів, чинників, інформаційних та комунікаційних можливостей, який утворює передумови для формування інноваційної системи розробки та реалізації нових туристичних продуктів як результату здійснення інноваційної діяльності у туристичній сфері, акумуляції та перерозподілу фінансових ресурсів з метою забезпечення інноваційного розвитку та отримання конкурентних переваг підприємствами туристичної сфери.

Це визначення відіграватиме важливу роль при проведенні у подальшому кількісної та якісної оцінки цього потенціалу у розрізі регіонів України. Варто зазначити, що на теперішній час в Україні напрацьований певний досвід створення кластерів, проте він характеризується спорадичністю та неузгодженістю. Це свідчить про необхідність запровадження єдиної політики, направленої на кластеризацію туристичної сфери на регіональному рівні.

Важливо також відмітити синергетичний ефект від формування інноваційно-туристичного потенціалу, оскільки впровадження інновацій в одній економічній сфері, спричиняє перехресний вплив на іншу сфери соціально-економічної діяльності та стимулює подальше поширення і впровадження інновацій.

1.2. Дослідження чинників формування кластерів у туристичній сфері для забезпечення її інноваційного розвитку.

В умовах глобалізації розвиток країн і регіонів, окремих сфер діяльності і виробництв є пріоритетним завданням підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Галузевий і плановий принципи організації економіки втрачають вирішальне значення, і при цьому актуальнішими стають інноваційні організаційно-економічні механізми і форми, що припускають активний і комплексний вплив на розвиток країни або її регіону у рамках національної відтворювальної системи [1, с. 35]. Найбільш повноцінно сьогодні таким вимогам відповідає кластерний підхід, застосування якого у сфері туризму дозволить більш повно і ефективно реалізувати інноваційний потенціал підприємств і організацій, які залучаються до кластеру.

Нажаль, практика функціонування ряду конкретних підприємств показує, що впровадження кластерних ініціатив в господарську діяльність супроводжується значними труднощами [40]. А в туристичному секторі економіки кластерні процеси взагалі практично зайшли у безвихідь, навіть за наявності серйозних проєктів і значної теоретико-методологічної бази зазначених питань. Це пов’язано, в першу чергу, з тим, що при плануванні і формуванні кластерних структур, регіональна влада, керівники великих підприємств, топ-менеджери компаній не враховують цілий комплекс умов і чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, які задають сучасні тренди кластероутворення [39].

На нашу думку, інноваційність кластерної форми організації управління розвитком туристичної сфери зумовлена, перш за все, сконцентрованою можливістю вільного обміну інформацією, ідеями та знаннями. Синергетичний ефект, який спостерігається в результаті формування кластерів, можна розглядати як зовнішній прояв такої інноваційності, як результат вдалого поєднання переваг горизонтальної та вертикальної форми організації взаємодії учасників кластеру. Слід відзначити, що аналіз

різноманітних джерел виявив існування в сучасній теорії значної кількості визначень поняття «кластер», кожне з яких намагається надати йому комплексну характеристику (таблиця. 1.3).

Таблиця 1.3

Узагальнення підходів щодо визначення поняття «кластер»

Зміст визначення	Джерело
Кластер – комплекс постачальників, споживачів, елементів промислової інфраструктури, дослідних інститутів, взаємопов'язаних у процесі створення доданої вартості	А. Охріменко [116]
Кластер – галузево-територіальне добровільне об'єднання підприємств, що тісно співпрацюють із науковими установами та органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоспроможності власної продукції та економічного зростання регіону	Г. Волковська [28]
Кластер – це добровільне територіально-галузеве об'єднання підприємств для здійснення скоординованої фінансово-господарської діяльності, у якому усі учасники кластеру отримують вигоду, а безпосередньо кластерне об'єднання стає конкурентоздатним у цьому сегменті ринкової економіки	Р. Мудрак [99]
Кластер – перш за все соціальний термін, який позначає спосіб самоорганізації співтовариства, що має схожі економічні інтереси, для виживання в умовах міжнародної конкуренції	О. Буткевич [23]
Кластер – це одна з форм об'єднання схожих, пов'язаних між собою, взаємодоповнюючих підприємств і організацій, що кооперуються з метою взаємної підтримки і координації, які в повсякденному житті перетворюються в такі поняття, як «соціальний капітал» і «довіра»	Ю. Ніколаєв [102]
Кластер є сплавом підприємств та інституцій, які співпрацюють задля того, щоб забезпечити підприємствам більший зиск, порівняно з тим, який вони могли би отримати, працюючи окремо	О. Решетняк [128]
Кластер є угрупованням взаємозалежних компаній та установ, що конкурують і співпрацюють між собою і які поєднані між собою системою ринкових та інших зв'язків	О. Тищенко [146]
Регіональні кластери – географічно обмежені концентрації взаємопов'язаних фірм	О. Борисюк [19]
Промислові кластери – група комерційних підприємств і некомерційних організацій, для яких членство у групі є важливим елементом індивідуальної конкурентоспроможності кожного з членів групи	C. Ketels [166]
Кластер – індустріальний комплекс, сформований на базі територіальної концентрації спеціалізованих постачальників, основних виробників і споживачів, які пов'язані технологічним ланцюгом.	Observatory of European SMEs [168]

«…Кластерна теорія економічного розвитку нашої країни нині не виправдовує очікувань, оскільки до цього моменту спостерігаються очевидні

проблеми з визначенням суті і змісту кластеризації, а також з концептуалізацією самого поняття «кластер». У працях вітчизняних і закордонних фахівців пропонується декілька сотень різних визначень поняттям «кластер», «кластерні ініціативи», «кластеризація», «кластерна політика», «кластерна теорія», «кластерний розвиток» [136, с. 29].

Окрім того, варто зауважити, що жодне із запропонованих визначень не відзначає емерджентність кластерів. Іншими словами, властивості кластеру не можуть бути зведені до сукупності властивостей підприємств та організацій, які його утворюють. На нашу думку, у визначенні кластеру також має бути зазначений ефект синергії, тобто виникнення додаткової інтелектуальної енергії при об'єднанні учасників кластеру у цілісну групу.

За підсумками аналізу думок науковців та за результатами власних досліджень нами пропонується використовувати наступне визначення поняття «кластер». Кластер – це форма організації інноваційної і економічної діяльності, яка використовує не лише географічну і виробничо-тематичну пов'язаність окремих підприємств, а також й ідентичність організаційних систем виробничої, невиробничої і науково-освітньої сфер, що дозволяє отримати синергетичний ефект при спільному використанні наявних ресурсів, зниження витрат за основними видами діяльності і досягнути конкурентних переваг як самого кластеру, так і структур, що його утворюють.

На думку С. Гришина, яку ми цілком поділяємо, визначення поняття кластеру, які є найбільш вживаними в сучасній науковій літературі, викликають багато критичних зауважень, з яких найбільш суттєвими є:

1. Наявність територіальної близькості, розвитку Інтернету і інших глобальних мереж та інформаційно-орієнтованого соціуму не може виступати обов'язковою умовою появи кластерів у сфері послуг.

2. У визначенні не відбита вирішальна роль держави у формуванні і розвитку кластерних структур. Згідно із М. Портером, держава в особі її управлінських органів і установ є лише елементом кластеру, що суперечить

сучасним тенденціям ринкового розвитку в усіх сферах народного господарства.

3. Необхідно відмітити той факт, що суб'єкти кластеру, що формується, не лише знаходяться у взаємозв'язку один з одним, але і роблять взаємний соціально-економічний вплив. Ступінь перехресної дії обумовлена рівнем і мірою взаємодії на ринку кластеру. [37].

Таким чином, кластер розглядається нами як цілісна економічна система, яка володіє високими динамічними та адаптивними властивостями, забезпечує синергетичний характер кінцевого результату і дає можливість досягти мультиплікативного ефекту. У рамках кластеру синергетичність результату дає можливість отримати різні економічні та соціальні ефекти. Як підсумок - його функціонування шляхом інтеграції ефектів, що виробляються в сумі від усіх учасників кластеру - у більший ефект, ніж ефект кожного з них. Цілісність в кластері досягається шляхом підвищення його продуктивності за рахунок здійснення інноваційної діяльності в усіх сферах (технічній, технологічній, організаційній, маркетинговій), а також стимулює появу і розвиток нових видів підприємницької діяльності.

Виходячи із запропонованого вище визначення, необхідно виокремити чотири основні ознаки кластеру:

– географічна або економічна ідентичність основних структур виробництва і послуг, що дозволяє надати переваги у використанні внутрішніх і зовнішніх ресурсів, логістики і постачання, тощо;

– інноваційний характер діяльності в області виробництва і послуг у рамках кластерного об'єднання, у тому числі, на основі використання результатів комплексних досліджень освітніх або наукових організацій, які здійснюють НДР;

– конкурентоспроможність товарів і послуг, які виробляються в рамках кластерів, а також організацій, які співпрацюють з учасниками туристичного кластеру на довгостроковій основі;

– наявність і активна діяльність в рамках економічних кластерів організацій-лідерів, які визначають довготривалу виробничу, інноваційну, сервісну, ринкову і іншу стратегію кластеру в цілому.

Окремої уваги, на нашу думку, заслуговує необхідність розмежувань таких понять, як туристичний кластер та DMO (організація менеджменту дестинацій, Destination Management Organization, ОМД) (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Розмежування понять «туристичний кластер» та «DMO»

Ознаки	Туристичний кластер	DMO (Destination management organization)
Учасники	Організації, які формують кінцеві туристичні продукти, системи контрагентів туроператорів і турагентів, які поставляють різні туристичні продукти, надають туристичні послуги, а також професійні науково-освітніх установи.	Незалежні некомерційні організації, які планують розвиток туристичного напрямку та займаються виконанням довгострокової маркетингової програми розвитку туризму в регіоні
Завдання	Організація інноваційної і економічної діяльності, яка використовує не лише географічну і виробничо-тематичну пов'язаність окремих підприємств, а також й ідентичність організаційних систем виробничої, невиробничої і науково-освітньої сфер, що дозволяє отримати синергетичний ефект при спільному використанні наявних ресурсів	Координація, менеджмент та маркетинг певної дестинації
Основа для створення	Комплекс потенціалів: рекреаційний, інноваційний, підприємницький, інтелектуальний, людський	Рекреаційний потенціал конкретної дестинації
Географія створення	Принцип екстериторіальності	Принцип географічної однорідності
Мета створення	Формування конкурентних переваг, підвищення ефективності виробництва інноваційних туристичних продуктів за рахунок поліпшення комунікації, вертикальної та горизонтальної інтеграції як окремих сфер індустрії гостинності, так і окремих підприємств	Консолідація всіх зацікавлених в розвитку туристичного напряму сторін, включаючи органи влади, туристичний бізнес, громадські та професійні об'єднання, академічну спільноту та ЗМІ

Джерело: складено автором за [37; 72; 80]

Обидва поняття тісно пов'язані із взаємодією організацій в сфері

туризму, із використанням можливостей співробітництва та кооперації. Н. Корж. та Н. Онищук [80, С. 31] зазначають, що «…здебільшого науковці дотримуються єдиної думки, що організації відіграють провідну роль в управлінні дестинаціями, сприянні співпраці між її суб'єктами призначення…».

Основні задачі DMO лежать площині просування активів дестинації та створення впізнаваності бренду з метою залучення відвідувачів. Туристичний кластер також використовує природний рекреаційний потенціал певних дестинацій на основі використання, зокрема, і маркетингових інструментів, саме тому ми вважаємо доцільним здійснити розмежування понять «туристичний кластер» та «DMO» на основі наступних ознак: учасники організацій, мета, завдання, основа та географія створення.

Л.І. Гонтаржевська при визначенні чинників, які активізують процес кластероутворення, говорить про те, що в основу їхнього виокремлення мають бути покладені характеристики кластерів, що можуть розглядатися як стартові передумови для їхнього формування і подальшого розвитку [35, с. 87]:

1. Наявність конкурентоспроможниxx туристичних компаній є найважливішою умовою для розвитку туристичного кластера.

2. Наявність в регіоні конкурентних переваг для розвитку туристичного кластера, до яких, наприклад, можна віднести: вигідне економічне і транспортно-географічне положення; доступ до різних видів ресурсів; наявність спеціалізованих кадрових ресурсів, контрагентів і виконавців туристичних послуг; наукові і освітні установи тощо.

3. Географічна концентрація і близькість організацій туристичної і обслуговуючої сфери, що дає ефект емерджентності, а також забезпечує можливість для активної взаємодії як у рамках туристичного кластера, так і у рамках сфери та усього регіону (країни).

4. Широкий набір учасників туристичного кластера і наявність їхньої «критичної маси» припускають, що туристичний кластер може складатися з організацій, які формують кінцеві туристичні продукти, системи контрагентів

туроператорів і турагентів, які поставляють різні туристичні продукти, надають туристичні послуги, а також професійних науково-освітніх установ.

5. Наявність зв'язків і взаємодія між учасниками туристичних кластерів є одним з основних чинників успішності розвитку туристичних кластерів в сукупності з наявністю робочих напрацювань та альтернативних зв'язків, координації зусиль між учасниками туристичного кластера.

Викладена вище позиція, на нашу думку, викликає ряд зауважень. По-перше, використовується мікроекономічний підхід, який дозволяє говорити про існування чинників, що визначають спрямованість формування і розвитку кожного конкретного окремо взятого кластера. По-друге, у даному підході враховуються лише внутрішні чинники і деякі чинники мікросередовища, в той же час абсолютно залишається без уваги комплекс чинників макросередовища, інституціонального середовища. По-третє, наведена позиція відповідає «портеровському» уявленню щодо процесів кластероутворення, яка в умовах України потребує вкрай критичної оцінки. По-четверте, не зовсім обґрунтованим виглядає відособлення другого чинника від першого, оскільки в основі підвищення конкурентоспроможності і продуктивності конкретних підприємств значне місце займає інноваційна складова.

Якщо аналізувати фактори, що стримують альтернативний розвиток туристичної сфери, то, на думку А. Парфіненка [118] та Т. Примак [120], їх можна об'єднати в чотири групи:

1) кадрові – характеризуються хронічною нестачею висококваліфікованих кадрів, породженою невідповідністю змісту і якості освітніх програм освітніх організацій потребам туристичних підприємств, нерозвиненістю механізмів системи безперервної освіти;

2) інфраструктурні – породжені недостатньою ефективністю, низькою якістю і доступністю транспортно-інженерної інфраструктури, дефіцитом спеціалізованої комерційної нерухомості, обмеженням доступу до зовнішніх ресурсів для малих і середніх організацій у сфері туризму;

3) організаційні – проявляються в недостатньому рівні організаційно-управлінського розвитку суб'єктів підприємництва, включаючи недооцінку значення методології і практики стратегічного планування у розвитку організацій сфери туризму, відсутність системи ефективних інформаційних та інших комунікацій між організаціями, що входять в туристичний кластер, недостатній рівень розвитку коопераційних зв'язків і механізмів агентських договірних стосунків;

4) інноваційні – характеризуються низькою сприйнятливістю організацій сфери туризму до інновацій, вкрай повільними темпами оновлення туристичних продуктів і послуг, недостатнім рівнем їхніх споживчих якостей, низькою інтенсивністю досліджень та розробок за ключовими напрямками розвитку туристичного бізнесу.

Втілення кластерного підходу у сфері туризму, завдяки властивим йому інноваційним характеристикам, дозволяє комплексно вирішувати виявлені проблеми, оскільки:

– об'єднання організацій різної спрямованості у рамках туристичного кластера (сувенірні та харчові виробництва, установи, що проводять НДР, навчальні заклади, венчурні компанії тощо) створює додаткові можливості для підвищення інноваційної активності і поширення інновацій;

– участь в кластері організацій різних форм власності підвищує його внутрішню і зовнішню конкурентоспроможність та фокусує увагу його учасників на різних інноваційних проєктах і ініціативах [143];

– участь в туристичному кластері прискорює створення та просування інноваційних туристичних продуктів і послуг та сприяє зростанню доданої вартості, підвищенню якості робіт інших організацій, що надають туристам додаткові та другорядні послуги;

– у рамках туристичного кластера відбувається взаємодія організацій і контрагентів різних сфер діяльності, що дозволяє здійснити перехід від вузької спеціалізації у сфері туризму до інтеграції в організаційно-управлінській та сервісно-виробничій діяльності [150];

– взаємне врахування інтересів усіх учасників туристичного кластера сприяє підтримці сприятливого інвестиційного і підприємницького клімату, що забезпечує ріст кількісних та якісних показників сервісного виробництва і інвестицій в розширене відтворення туристичних продуктів та послуг [137].

Виходячи з усього сказаного вище і спираючись на роботи вітчизняних і закордонних фахівців, програмні документи та результати власних досліджень можна запропонувати поєднати мікро-, мезо- та макропідходи в трансрівневий підхід до організації підтримки процесу формування кластерних об'єднань в туристичній сфері, який передбачає застосування відповідних інструментів на кожному з рівнів підтримки, які мають на меті широке коло завдань від підвищення конкурентоспроможності організацій туристичного кластера на зовнішніх ринках до розвитку співпраці безпосередньо всередині туристичного кластера (Додаток Б).

Л. Бондаренко [15] вказує на те, що якість туристичних продуктів можна досягти тільки в сприятливих умовах (політичних, соціокультурних, економічних, природних), які є сукупністю зовнішніх чинників, що забезпечують конкурентоспроможність відповідних туристичних продуктів та послуг. Такі сприятливі умови утворені наступними складовими: ресурси (природні, трудові, матеріальні, фінансові та інші); науково-дослідний і освітній потенціал; інвестиційний і підприємницький клімат; політика органів влади і управління; характер конкуренції; унікальність туристичних продуктів і послуг, що надаються; потреби споживачів туристичних послуг тощо).

У дослідженні виділяються наступні чинники кластерного розвитку туристичного сектора економіки:

1. Ландшафтно-кліматичні умови, які необхідно враховувати при формуванні туристичного кластера, ідентифікації його географічних меж, оцінці його території. Географічна специфіка кластера визначає також спрямованість на використання його туристичних можливостей, процеси створення відповідної інфраструктури, характер виробничої діяльності основних провайдерів туристичних послуг.

2. Економічне середовище кластера визначається рівнем економічного розвитку території регіону, рівнем і якістю життя населення, станом попиту і пропозиції на туристичні продукти і послуги, інвестиційним кліматом, інноваційною активністю підприємств. Величезне значення для кластерного розвитку має і людський чинник, оскільки всі учасники кластера відчувають потребу в професіоналах.

3. Соціокультурні чинники об'єднують традиції і культуру місцевого населення, сімейні та інші соціальні характеристики, які безпосередньо впливають на характер і спрямованість основних трендів індустрії послуг і туризму в кожному конкретному регіоні. Не менш важливим соціальним чинником є і рівень освіти населення, оскільки сфера освіти виступає потенційним постачальником кваліфікованого персоналу для туристичних і сервісних підприємств. Наукова складова сприяє культивуванню інноваційної спрямованості кластерного розвитку у сфері туризму і послуг.

4. Політичні чинники грають основну роль в процесах кластерного розвитку економіки, оскільки політика органів влади і управління в області розвитку туризму, його підтримка, проведення наукових і маркетингових досліджень, постійний моніторинг є головними умовами формування туристичного кластера. Від підтримки регіональної і державної влади цілком залежить доля основних кластерних ініціатив як в Україні, так і в її регіонах. Важливу роль відіграє і система управління сферою туризму, її ієрархічна організація, взаємна залежність її складових, рівень територіальної зрілості управлінських структур.

Приведена вище авторська позиція М. Бойко, на наш погляд, вимагає істотного доповнення і виокремлення додаткових чотирьох груп чинників, зумовлених специфікою туристичного сектору економіки, а саме:

5. Правові чинники, на нашу думку, мають високий рівень значущості у зв'язку із недосконалістю системи нормативно-правового регулювання процесів формування кластерів на макроекономічному рівні, а також процесів формування, функціонування і розвитку конкретних кластерних структур і

ініціатив. Нині регулювання кластероутворюючих процесів майже ніяк не здійснюється в рамках чинного законодавства, або носить переважно декларативний характер.

6. Підприємницькі чинники безпосередньо пов'язані із забезпеченням оптимальних умов для формування і подальшого розвитку кластерних структур. У сфері сервісу та туризму визначальними чинниками для ефективної інтеграції фірм і організацій у кластерні структури виступають: підприємницький клімат, рівень організаційної і корпоративної культур, діючі стандарти обслуговування, конкурентна політика, обрана стратегія розвитку бізнесу, інноваційна активність підприємств.

7. Суспільно-споживче середовище кластера – ґрунтується на таких чинниках, як рівень культури суспільства, менталітет і настрої в суспільстві, ступінь сприйняття туристичних можливостей регіону, рівень сформованості споживчої культури, відношення до регіональної і державної влади, до основних провайдерів послуг в регіоні, туристична мобільність, основні споживчі вподобання тощо. Також необхідно враховувати й рівень захищеності споживачів, який нерідко визначається ступенем розвитку споживчого екстремізму.

8. Рівень інноваційної активності вимагає його виокремлення в якості окремого чинника, що пояснюється вимогами інноваційної активності туристичного підприємництва та техніко-технологічної зрілості основних організацій, які є учасниками кластеру. Рівень інноваційності туристичного продукту виступає одним з основних критеріїв для реалізації його споживчих переваг, а також є важливим чинником, що визначає споживчий вибір.

До групи інших чинників активізації процесу формування кластерів у сфері туризму можна віднести наступні:

– наявність або розробка стратегії розвитку регіону або туристичної сфери, що передбачає утворення кластерних об'єднань;

– організація активної взаємодії регіональних і місцевих адміністрацій у напрямку створення і розвитку туристичних кластерів;

– консолідація зусиль представників влади, бізнесу, освіти і науки у напрямку розвитку туристичних кластерів;

– здійснення виваженої та ефективної регіональної політики з елементами територіального маркетингу;

– державно-приватне партнерство;

– формування і розвиток особливої економічної зони туристично-рекреаційного типу;

– проведення інформаційної і рекламної кампаній щодо просування туристичного потенціалу регіону.

Очевидно, що виникнення інновації є результатом різноформатних контактів між представниками різних професійних груп учасників кластеру на основі системи гнучких взаємозв'язків та інформаційних потоків, що існують тільки у вільному і відкритому середовищі.

Наявність критичної кількості виконавців різного профілю та інтенсивна комунікація між ними надає можливість створювати нові туристичні продукти, які не просто використовують потенціал наявних туристичних атракцій, а й створюють нові ланцюги доданої вартості у конкретному кластері.

Тому, на нашу думку, при вирішенні проблеми виокремлення чинників формування кластерів, доцільно використовувати підхід, який передбачає виділення наступних середовищ: правового, економічного, інституційного, інноваційного, суспільно-споживчого, соціально-культурного і ландшафтно-географічного.

Необхідність застосування підходу «від середовища» (а середовище у даному контексті розуміється як поєднання ресурсно-географічної, соціально-культурної і організаційної складових) обумовлюється тим, що в туризмі первинними завжди є природні, історико-культурні і соціально-економічні ресурси, які визначають специфіку та спрямованість формування попиту з боку туристів, і пропозиції з боку організацій, що надають туристичні послуги.

Відповідно до даного підходу, нами пропонується виокремити наступні групи чинників формування кластерів у туристичній сфері регіону для інтенсифікації процесів її інноваційного розвитку:

1) правові – забезпечують формування нормативно-правового середовища здійснення підприємницької діяльності, захисту прав власності і передбачають наявність юридичної бази діяльності кластерних об'єднань підприємств та документів, що визначають стратегічні засади кластерного розвитку туристичної сфери регіону;

2) економічні – формують економічне середовище для забезпечення підприємницької активності та умов економічної ефективності кластерних проєктів, характеризуються рівнем економічного розвитку регіону, рівнем і якістю добробуту населення, станом попиту на туристичні продукти та послуги і рівнем їхньої пропозиції, інвестиційним кліматом, інноваційною активністю підприємств;

3) інституційні – забезпечують побудову інституційного середовища діяльності кластерних об'єднань підприємств шляхом організації активної взаємодії апарату центральних, регіональних і місцевих органів влади, консолідації їхніх зусиль у напрямку створення і розвитку туристичних кластерів;

4) ресурсні – передбачають формування ресурсного забезпечення діяльності туристичних кластерів шляхом використання потенціалу місцевих ресурсів, зокрема, природно-кліматичних, рекреаційних, наукових, трудових, виробничих, матеріально-технічних, фінансово-економічних;

5) інфраструктурні – забезпечують функціонування туристичних кластерів за рахунок таких елементів інфраструктурного забезпечення як: транспортна (у т.ч. дорожня та придорожня) інфраструктура, мережа закладів колективного розміщення та харчування, зв'язок і комунікації, торговельна мережа, інформаційна, сервісна, фінансова та інші;

6) соціокультурні – рівень освіти, культури та поваги до загальнолюдських цінностей, менталітет, відкритість, толерантність та полікультурність місцевого населення, рівень злочинності.

При цьому завжди слід приділяти значну увагу регулюючій та організаційній ролі різних державних та регіональних інститутів. Спрямованість процесу формування кластерів та розкриття їхнього інноваційного потенціалу здійснюється на основі програмно-цільового підходу, що реалізується через відповідні державні цільові програми розвитку туризму.

1.3. Теоретичні підходи до формування політики кластеризації туристичної сфери

У сучасних економічних умовах процес формування інноваційного середовища, особливо для підприємств туристичної сфери, має стати одним із пріоритетних напрямів розвитку економіко-управлінських стосунків, як у всьому світі, так і в Україні зокрема. На сьогодні все важче формувати поняття «інновація» без застосування поняття «кластер». Кластери, зокрема туристичні, все частіше стають своєрідними «двигунами» інноваційного розвитку економіки в цілому і сфери туризму зокрема. Вони дозволяють підвищувати конкурентоспроможність товарів і послуг підприємств туристичної сфери на національному і на закордонних ринках. Незважаючи на це в Україні економічна політика в області формування туристичних кластерів реалізується повільно і неефективно, що ставить під сумнів ефективний інноваційний розвиток туристичної сфери.

Головною причиною цього, на наш погляд, може бути те, що економічна теорія містить не зовсім чітке розуміння суті і змісту процесу формування кластеру як базового елементу інноваційного розвитку економіки, що у комбінації з несистемним застосуванням цієї теорії в різних сферах економіки України привело до негативних практичних результатів.

Необхідно відмітити, що ще на початку 2000-х років з'явилися перші наукові праці, у яких проводились дослідження в цій області (А. Заєць, Ю. Миронов, О. Маслак, С. Соколенко та ін.). Згодом почали з'являтись «піонерські» кластерні проєкти, в тому числі і туристичні, фінансування яких здійснювалося, зокрема, і за бюджетні кошти. Піком розвитку туризму на основі кластерів в Україні стало проєктування і створення на державному і регіональному рівні системи туристичних кластерів (близько 15). Класичним прикладом такої діяльності можна назвати кластер «Південне туристичне кільце» (на той момент включав Одеську, Миколаївську, Херсонську область і АР Крим). Створення і фінансування цього кластеру обійшлося державному бюджету майже в 1,5 млрд грн. і який в результаті через декілька років після його створення був визнаний як неефективний (у тому числі і через окупацію АР Крим). Така ж доля спіткала й деякі кластерні проєкти Закарпаття, Прикарпаття і Центральної України [74].

Наступною причиною, на нашу думку, низької ефективності розвитку кластерів у туристичній сфері є те, що на початкових етапах об'єктом наукових теоретичних досліджень процесів кластероутворення виступали переважно промислові підприємства, розташовані переважно на територіях з їхньою високою концентрацією. Портерівська модель кластеру, спочатку орієнтована тільки на індустріалізацію і розвиток промислового виробництва, при її застосуванні у сфері послуг показала незадовільні результати [96, с. 142.]. Це привело до того, що у більшості регіонів України кластерні проєкти у туристичній сфері не отримали подальшого розвитку.

Третя причина, на нашу думку, пов'язана із неправильною оцінкою підприємницького клімату в окремих регіонах, а також готовності до об'єднання підприємницьких структур в кластер. Підприємці, які здійснюють свою діяльність у сфері туристичних послуг, виявилися не готовими до реалізації таких серйозних ініціатив і до інвестування в них істотних фінансових ресурсів. Не підвищує інтерес підприємців до об'єднання в кластер ще й той факт, що більше 80% туроператорів і турагентів орієнтовані

на виїзний туризм, у той час як кластерні проєкти орієнтовані на внутрішній та в'їзний туризм [44].

На наш погляд, варто звернути увагу на ряд суттєвих особливостей, які впливають на процес створення кластерів у туристичній сфері. Так, при створенні туристичного кластеру необхідно враховувати гуманітарну складову, оскільки усі послуги у сфері туризму орієнтовані, передусім, на споживача і його інтереси, і у меншій мірі залежать від політичної складової в частині регулювання сфери туризму. Відмінною особливістю туристичного кластеру від промислового є наявність чотирьохелементного комплексу: «ресурс – споживач – виробник – продавець туристичних товарів і послуг». Недооцінка будь-якого з елементів комплексу призведе до зниження ефективності та конкурентоспроможності кластерного об'єднання [43].

В той час, коли промислові кластери переважно створюються за територіальним принципом то «…до туристичних кластерів належать групи підприємств, які спільно використовують туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність» [142].

І. Кирилюк [66] відзначає, що кластеризація в туристичній галузі сприяє посиленню саме підприємницьких процесів через концентрацію ділової активності та інтеграцію інтелектуальних, природно-рекреаційних, трудових та інших ресурсів. Однак, таке визначення, на нашу думку, недостатньо вдало відображає інноваційні процеси всередині туристичного кластеру, які є результатом ефекту синергії.

А Парфіненко в своїй роботі [118] зазначає, що «кластерна модель організації розвитку туристичної галузі, що базується на рекреаційно-туристичних ресурсах, зумовлює ріст економіки регіону через створення нових робочих міст, розвиток інфраструктури та співпрацю підприємств з місцевими органами влади». При цьому автор концентрує максимальну увагу саме на властивостях певної території як основи кластеру, не враховуючи при цьому виробничо-технологічні та організаційно-економічні можливості

підприємств та організацій, які входять до кластеру.

В роботі [85] зазначається, що кластеризація туристичної сфери має бути заснована не лише на механізмах державно-приватного партнерства, але і враховувати широку участь громадських організацій - галузевих, профспілкових, культурних, екологічних, спортивних тощо. На нашу думку, кластеризація туристичної сфери повинна розпочинатись з процесу формування нормативно-правового поля та відповідно інституційного забезпечення, адже каталізатором кластеризації мають виступати, в першу чергу, органи владних повноважень.

Окрім того, Т. Герасименко та ін. в роботі [36] зазначають, що кластеризація туристичної сфери полягає в синхронізації дій суб'єктів туристичної галузі в рамках окремих регіонів країни. Цей підхід може бути розвинений на основі підкреслення необхідності розробки відповідної нормативно-правої бази та політики кластеризації, що дозволить створити загальні «правила гри» для представників сфери туризму незалежно від їхньої регіональної приналежності.

З нашої точки зору, унікальність туристичного кластеру полягає в комплексності того, що він виробляє і реалізує – туристичний продукт або послугу. Якщо в умовах роботи підприємств промислового кластеру найчастіше створюється кінцевий продукт, то в умовах кластеру туристичного кінцевий продукт лише проєктується і формується особливою групою підприємств туризму – туроператорами, а реалізується надалі кінцевим споживачам – або безпосередньо туроператорами, або за допомогою мережі турагентів. Це вимагає специфічних підходів до проєктування і формування туристичних кластерів, що враховують методологію маркетингу, позиціонування і просування туристичних можливостей і організації окремих регіонів в цілому і конкретних туристичних кластерів зокрема.

На наш погляд, під кластеризацією туристичної сфери потрібно розуміти процес формування нормативно-правового поля, інституційного забезпечення, економічної бази, платформ інформаційного обміну

потенційних учасників кластерів, результатом чого стає забезпечення умов, що стимулюють утворення кластерних об’єднань підприємств та їхню подальшу діяльність з метою виробництва і експлуатації інноваційних туристичних продуктів, які побудовані на використанні комбінації унікальних особливостей певної території (дестинації) та виробничо-технологічних і організаційно-економічних можливостей цих підприємств, з метою отримання ними ринкових конкурентних переваг і підвищення прибутковості діяльності.

В основі кластеризації повинен лежати ефект емерджентності, орієнтований на досягнення переваг за рахунок ефективності кластерної системи в цілому, який у результаті здатний привести кластери до найголовнішої їхньої мети – досягненню бажаної конкурентної позиції на внутрішньому та міжнародному ринках. При цьому забезпечення ядра туристичного кластера здійснюється під впливом комбінації характерних для туристичної сфери факторів, представлених у вигляді потенціалів: кадрового, наукового, фінансового, організаційно-управлінського, інформаційного, техніко-технологічного та комунікаційного.

На нашу думку, однією з найбільш важливих проблем туристичної кластеризації є невисока стартова і кінцева інноваційна активність цих об’єднань , оскільки: а) інновації у рамках кластеру мають лише другорядне значення і спрямовані виключно на поліпшення туристичних продуктів і послуг для задоволення запитів споживачів; б) незначна кількість науково-дослідних і освітніх організацій, розташованих безпосередньо на території кластерних об’єднань; в) низька кількість наукових організацій, які здійснюють та впроваджують НДР в діяльність туроператорів, турагентів і контрагентів; г) значна міра орієнтованості туроператорів і турагентів на ринок виїзного туризму, який, на думку організаторів турів, не вимагає використання продуктових й інших інновацій.

На наш погляд, метою регіональної туристичної сфери повинно стати згладжування соціально-економічних диспропорцій в розвитку окремих територій на тлі загального підвищення рівня економічного розвитку,

стандартів життя і добробуту населення регіонів за рахунок розвитку внутрішнього туризму. Туризм розглядається як самостійна сфера економічного розвитку, конгломерат складових – монетарної, економічної, промислової, соціальної, екологічної, культурної, науково-технічної, інформаційної та інших сфер, які здійснюють вплив на її розвиток. Діяльність підприємств туристичної сфери має певний просторовий ефект, який посилюється в умовах їхнього розвитку за рахунок позитивного впливу на розвиток економіки в цілому [75].

Так, Карпатський кластер представлений Українськими Карпатами з унікальною природою з гірськими ландшафтами, численними річками, багатими на рослинний і тваринний світ, з різноманітністю і виразністю природи, багатими культурними традиціями, а також географічною близькістю до туристичного ринку Західної Європи. Аналогічних кластерів в Україні багато (Запорізький кластер, Чернігівський, Мелітопольський кластер «300+» та ін.). Чернігівський регіон є складовою частиною Єврорегіону «Дніпро» і ефективною основою для створення міжнародних формувань у напрямі розвитку туризму [70]. До складу регіонального туристичного кластеру включаються підприємства сфери туризму, пов’язані видами діяльності, органами державної влади, вищими навчальними закладами, які здійснюють підготовку фахівців туристичного профілю; наукові інститути, які займаються дослідженням проблем туризму; цивільні організації тощо [106].

Розглянемо практику створення та сучасний розвиток туристично-рекреаційних кластерів в регіонах Україні.

Учасниками туристичних кластерів «Кам’янець» (м. Кам’янець-Подільський та «Кам’янецький дивокрай» (с. Колибаївка Кам’янець-Подільського району) є управління міжнародних зв’язків міськвиконкому; НІАЗ «Кам’янець», Державний історичний музей-заповідник, економіко-правовий факультет у Кам’янці-Подільському КУТЕПу, МП «Гала-Тур», турагенція «Данілов і К», ресторан «Гостинний двір», магазин сувенірної продукції «Декор», поліграфічне підприємство «ХВМ», газета «Кам’янець-

Подільський вісник», Національний природний парк «Подільські Товтри», ГО «Партія відродження Кам'янця-Подільського». На сьогоднішній день учасники кластеру успішно розвивають пізнавальний туризм, надають послуги розміщення і харчування та організовують фестивалі і ярмарки.

До подільсько-буковинського туристичного кластеру входять м. Кам'янець-Подільський, м. Чернівці та м. Хотин. Цікавим є те, що даний кластер об'єднав різні об'єкти туристичної інфраструктури в один конгломерат та надає послуги у комплексі як цілісний рекреаційно-туристичний продукт.

Туристичний кластер «Львівський Туристичний Альянс», до якого ввійшли ресторатори, готельєри та власники туристичних компаній популяризує дестинацію Львів на вітчизняних і міжнародних туристичних ринках, що призводить до покращення конкурентності туристичних послуг та інфраструктури міста.

Кластер сільського зеленого туризму «Оберіг» був зареєстрований в Україні в 2002 р. як громадська організація. Організація об'єднала шістдесят представників сільських господарств з метою впровадження інноваційно-технологічного розвитку зеленого туризму у смт. Гриців. Кластер налічує 10 агроосель, до яких входять «Лідія», «Зелений гай», «Настуся», «У бабусі», «У рибалки Федора», «На краю села», «Ґаздиня», «Затишок в Олі», «Лебедине крило», «Гостинний двір», які загалом спроможні розмістити 413 персон. Тематичний кластер «Оберіг» входить до спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, представники кластеру мотивовані та спільно працюють на єдиний результат. Наприклад, для розвитку зеленого та сільського туризму підприємцями були започатковані програми диверсифікації сільської та господарської діяльності, що дало можливість створювати середовища сільського туризму в інших районах.

Слід відмітити, що розвиток тематичного кластеру сільського туризму «Оберіг» позитивно вплинув на смт Гриців. Наприклад, з 2005 по 2019 роки загальна кількість представників кластеру зросла на 30%.

Краєзнавчо-екскурсійний кластер «Мальовнича Бережанщина» був заснований у 2007 році у Тернопільської області. Представниками його є чотири власники невеликих сільських садиб «Курянівська», с. Куряни, «Відпочинок на Заліссі», м. Бережани, «У мальвах», с. Жуків, «Ведмідь», с. Шибалин. Окрім запропонованих кімнат в будинках садибного типу, учасники кластеру організовували свята в Бережанського замку, фестивалі української альтернативної музики «Руриcько» та лемківської культури «Дзвони Лемківщини», а також історико-етнографічний фестиваль «Опілля».

До краєзнавчо-екскурсійного кластеру «Гоголівськими місцями Полтавщини» входять: національний музей-заповідник М.В. Гоголя, обласна спілка краєзнавців, органи місцевого самоврядування, державної влади, готелі, заклади харчування, торговельні об'єкти товарів народних промислів, музеї. Основною діяльністю кластера є популяризація туристичних маршрутів по місцях, пов'язаних з іменем М.В. Гоголя (Полтава, Миргород, селища Диканька, Великі Сорочинці та Гоголеве) та відповідної інфраструктури: готелів, закладів харчування, створення виставкових залів, торговельних об'єктів товарів народних промислів, реконструкція пам'ятників письменнику у населених пунктах області, музеїв та рекреаційних зон, випуск рекламно-інформаційної продукції - календарів, білбордів, рекламних роликів.

Транспортно-туристичний кластер «Південні ворота України» був створений в Херсонській області. До нього входять міжнародний аеропорт «Херсон»; ТОВ «Крила Таврії», База зеленого туризму «Чайка» ГТК «Фрегат» та «Бригантина», кооператив сільського зеленого туризму «Оберіг Херсонщини», Херсонське обласне відділення Спілки сприяння розвитку СЗТ в Україні, органи місцевого самоврядування міст Херсонської обл., відділ курортів, мінеральних ресурсів та туризму Херсонської облдержадміністрації, підприємства транспортної та будівельної галузей, туризму і курортно-рекреаційного комплексу, рекламно-інформаційні підприємства, Спілка сприяння розвитку туризму півдня України «Таврія». Цікавим є те, що учасникам кластеру вдалося створити систему корпоративного управління

транспортними потоками, інфраструктуру сервісу та туризму; об'єднати ресурси підприємств різних галузей на вирішення спільних завдань; активно приймати участь у розвиту транспорту й туризму в регіоні; модернізувати та розширювати системи доріг (залізничних, авто-, морських, річкових, аерошляхів), туристичної інфраструктури; сприяти розвитку курортно-рекреаційних зон.

Характер і темпи розвитку регіональної туристичної сфери у напрямку її кластеризації залежать як від рівня економічного розвитку держави, так і від регіональної специфіки соціально-економічних умов і задач. Ефективному розвитку кластера може перешкоджати низький рівень розвитку ключової інфраструктури, відсутність виразного брендингу і міжнародного маркетингу туристичних послуг регіону, а також низький рівень сервісних послуг.

В процесі регіонального туристичного розвитку велике значення приділяється конкурентоспроможності регіонів. Регіон може забезпечити підвищення рівня економічного і соціального добробуту і якості життя людей, за рахунок продажу збільшеної кількості туристичних послуг вищої якості [80]. Основними інструментами такої політики може бути:

1) програма інвестицій в туристичний регіон, або розвитку, розроблена в контексті логіки стратегічного планування;

2) координація регіонального розвитку на певних напрямках, зокрема туризмі, поліпшення координації і синергії інвестицій;

3) соціальні програми підтримки окремих регіонів (спеціальні туристичні територіальні програми).

4) низький рівень підготовки фахівців та низький рівень ВНЗ з підготовки кадрів;

5) безвідповідальне використання недосконалих форм і методів підвищення обізнаності працівників туристичної сфери.

Для підвищення конкурентоспроможності туристичних кластерів потрібно:

1) удосконалення транспортної і телекомунікаційної «доступності» для розвитку туризму на певній території;

2) економічне зростання міст як центрів креативної, інноваційної і конкурентної туристичної діяльності;

3) заходи, спрямовані на збереження довкілля, мінімізація техногенних наслідків економічної діяльності та негативного впливу її продуктів.

З приведених вище досліджень можна зробити висновок про те, що туристичні кластери мають ряд особливостей, які відрізняють їх від кластерів інших видів, а саме:

1) туристично-рекреаційні ресурси (природні, культурно-історичні і соціально-економічні), які використовуються, для формування продукту туристичного кластеру і виробництва туристичних послуг;

2) на відміну від промислових кластерів, туристичні кластери при створенні не прив'язані до адміністративних меж регіонів і можуть включати території декількох адміністративно-територіальних одиниць країни;

3) необхідним елементом туристичного кластеру є туристична інфраструктура, елементи якої розташовуються не лише на території кластеру, але і на території сусідніх регіонів і навіть країн – з метою забезпечення доступності пропонованих кластером туристичних продуктів і послуг;

4) враховуючи те, що головним елементом будь-якого кластеру є споживчі переваги туристів, кластер повинен пропонувати різноманітні туристичні продукти і послуги, що надаються за диференційованими цінами;

5) каталізатором і регулятором усіх стосунків і процесів, пов'язаних із проєктуванням, створенням і розвитком туристичних кластерів, є органи державної влади і управління регіонального рівня, а також органи місцевого самоврядування (місцеві адміністрації);

6) специфіка туристичних кластерів визначається особливостями їхньої територіальної будови, оскільки будь-який такий кластер повинен поєднувати в собі три способи територіальної організації туристичного потенціалу – лінійний (туристичні маршрути), площадковий (туристичні райони і зони) і

точковий (туристичні центри);

7) розвиток туристичних кластерів безпосередньо залежить від інфраструктурного і ресурсного секторів, але при цьому першорядне значення для розвитку кластеру мають інноваційна складова і синергетичний ефект, що досягається за рахунок функціонального об'єднання підприємств і виробництв;

8) ефективність туристичного кластеру визначається тільки на рівні розвитку в'їзного і особливо внутрішнього туризму, що робить значною залежність кластерного розвитку туристичних територій від виваженої і ефективної стратегії бізнесу, а також від реалізації комплексу стратегій маркетингу і реклами, спрямованих на просування кластеру.

Як вважає С. В. Авершин «основу кластерної концепції й моделі регіонального розвитку представляє кластер, який виступає як інноваційна структура, що об'єднує підприємства, організації, наукові установи, навчальні заклади, органи влади, фінансові структури, які характеризуються географічною близькістю або наявністю спільних технологій, навичок, стратегій розвитку. Сучасне функціонування підприємств та будь-яких економічних систем й угрупувань на різних територіях в умовах невизначеності, кризових явищ, нестабільності міжнародної ситуації, природних негараздів неможливо ні без інноваційності, ні без кластерності. Ці два атрибути сьогодні являються домінантами конкурентоспроможності продукції, регіонів і національної економіки. Тому, настав час поєднати ці дві ознаки розвитку й розглядати в подальшому їх нерозривно як один термін з відповідним наповненням його контенту» [2].

На нашу думку, модель кластеру у сфері туризму повинна відповідати наступним вимогам:

1) згідно із маркетинговим підходом, в основі будь-якого туристичного процесу, а, відповідно, і будь-якого туристичного кластеру, повинен знаходитися споживач з його потребами, а не послуга і не туристичний процес як такі;

2) туристичний кластер, на відміну від більшості промислових, орієнтований на формування внутрішньої конкурентоспроможності свого продукту (спрямованість на розвиток внутрішнього туризму);

3) при створенні туристичного кластеру, на відміну від промислового, більше значення мають географічні, природно-ландшафтні й інші особливості території;

4) ключовим чинником успіху туристичного кластеру є комплекс стратегій розвитку бізнесу, особливу роль в якому повинні відігравати орієнтовані на кінцевого споживача стратегії маркетингу.

Основним документом, який закріплює кластеризацію в якості пріоритетного напряму розвитку економіки України, являється Концепція довгострокового соціально-економічного розвитку України на період до 2025 року [79]. На підставі проведеного аналізу цієї Концепції нами виокремлені наступні напрями кластеризації економіки України та її регіонів:

– перехід до моделі просторового розвитку економіки, який передбачає створення цілої мережі економічних територіально-виробничих кластерів, які реалізовують наявний конкурентний потенціал тих або інших територій;

– формування цілого ряду інноваційних високотехнологічних економічних кластерів у регіонах країни;

– формування в Україні територіально-виробничих кластерів (не менше 4-6), орієнтованих на високотехнологічні промислові та сервісні виробництва в пріоритетних сферах діяльності, з концентрацією таких кластерів у регіонах з високою часткою міського населення і наявністю кваліфікованої робочої сили;

– формування туристичних і рекреаційних кластерів у межах територій з унікальними природними рекреаційними ресурсами і ландшафтами, багатими історично-культурною і іншою спадщиною.

Узагальнюючи наукові дослідження вітчизняних та закордонних вчених, нами сформовані основні етапи розробки та реалізації державної політики, яка має на меті здійснення і подальший розвиток процесу

кластеризації туристичної сфери (таблиця 1.5).

Таблиця 1.5

Етапи розробки та реалізації політики кластеризації туристичної сфери в Україні

№	Зміст етапів	Основні характеристики етапів
1	Формулювання цілей і завдань політики кластеризації туристичної сфери	Мета: формування умов росту конкурентоспроможності туристичної сфери на основі стимулювання розвитку кластерів. Завдання: формування і реалізація різноманітних програм кластеризації; інфраструктурна розбудова регіональних туристичних кластерів; здійснення заходів із залучення фінансових ресурсів на реалізацію політики кластеризації з державного, регіонального і місцевого бюджетів, різних позабюджетних фондів, за рахунок випуску ОВДП (облігацій внутрішньої державної позики); забезпечення підтримки інвестиційних проєктів у сфері туризму, спрямованих на підвищення міжнародної конкурентоспроможності учасників кластеру.
2	Розробка основних принципів політики кластеризації туристичної сфери	Основні принципи: комплексність; доцільність; ієрархічність; альтернатива; узгодженість; координація; системність; стимулювання; підтримка; взаємозалежність.
3	Законодавчі ініціативи, що повинні регламентувати діяльність туристичного кластеру	Політика кластеризації формується на державному, регіональному і місцевому рівнях і на рівні туристичного кластеру. Потрібно прийняття спеціального законодавства, на основі якого будуть прийняті регіональні і муніципальні нормативно-правові акти, спрямовані на стимулювання розвитку туристичної сфери. На рівні кластеру необхідно приймати власну комплексну стратегію формування і розвитку туристичного кластеру.
4	Формування механізмів реалізації політики кластеризації туристичної сфери	Комплекс заходів, спрямованих на підтримку і розвиток туристичного кластеру: підтримка інвестиційних проєктів кластерів; створення центрів кластерного економічного розвитку; надання інвестиційних і податкових преференцій і пільг; пільгове кредитування учасників туристичного кластеру; субсидування процентних ставок за кредитами і лізингу для інноваційних кластер них проєктів та надання відповідних грантів; виділення бюджетних коштів у рамках цільових програм і проєктів; часткове фінансування витрат на розробку кластер них продуктів; відшкодування частини витрат на сплату відсотків за кредитами, що залучаються.

Джерело: складено автором за [34; 36; 47; 91]

На підставі викладеного можна зробити висновок, що економічний розвиток туристичної сфери повинен здійснюватись відповідно до загальноекономічної політики кластеризації, а кластеризація як така повинна виступати в якості одного з основних системних підходів до розбудови економічного простору [67]. Виступаючи на противагу портерівській моделі кластеру, а також критично розглядаючи позиції авторів, що аналізуються в роботі, ми вважаємо, що економіко-територіальний підхід до кластеризації повинен базуватися на синтезі територіального, інституціонального, факторного, функціонального підходів.

На основі вищенаведених етапів необхідно здійснювати формування і розвиток туристичних кластерів, акцентуючи їхню ж спрямованість на досягнення чотирьох базисних переваг: комплексного аналізу і врахування потреб туристів; зближення й інтеграції підприємств; стимулювання інноваційної активності підприємств; досягнення конкурентних переваг і підвищення конкурентоспроможності послуг.

Висновки до розділу 1

На підставі проведених досліджень можна зробити наступні висновки:

1. Проаналізовані основні підходи до визначення поняття «туризм», виділені основні ознаки туризму як соціально-економічного явища, властиві більшості визначень. Узагальнені різні підходи до класифікації туризму, здійснено їх критичний аналіз. Запропоновано авторське визначення туризму, під яким слід розуміти сферу соціально-економічних відносин, яка пропонує споживачам систему послуг і продуктів, спрямовану на задоволення зростаючих туристично-рекреаційних потреб споживачів, сприяє відновленню їхньої працездатності та, завдяки своєму інформаційно-видовищному характеру, забезпечує інтенсифікацію процесів міждержавного та міжрегіонального соціально-культурно-інформаційного обміну.

2. Зроблено висновок про економічну вичерпаність традиційних схем розвитку туристичної сфери України та їхню принципову нездатність до активізації внутрішнього туризму. Відзначена необхідність комплексного підходу до розвитку туризму, який, зокрема, включатиме розробку інноваційних стратегій і програм, у тому числі, на регіональному рівні, що дозволить окремим регіонам провести власне ринкове позиціонування і обрати відповідну модель розвитку і підвищення конкурентоспроможності туристичної сфери.

3. Відзначено необхідність формування і розвитку інноваційно-туристичного потенціалу територій, під яким розглядається комплекс туристичних ресурсів, чинників, інформаційних та комунікаційних можливостей, який утворює передумови для формування інноваційної системи розробки та реалізації нових туристичних продуктів як результату здійснення інноваційної діяльності у туристичній сфері, акумуляції та перерозподілу фінансових ресурсів з метою забезпечення інноваційного розвитку та отримання конкурентних переваг підприємствами туристичної сфери. Сформовано комплекс умов, які визначають формування інноваційно-туристичного потенціал регіону.

4. Зроблений висновок про безальтернативність застосування кластерного підходу для стимулювання інноваційного розвитку туристичної сфери. Відзначено, що даний підхід ґрунтується на економіко-географічному принципі, представленому структурною взаємодією географічного, інституціонального, функціонального, факторного принципів, в основі яких лежить створення і еволюція кластерів, їхнє позиціонування за чотирма основними перевагами: комплексному аналізу і врахуванню потреб індивідуумів в туристичних послугах; зближенні і об’єднанні зусиль виробників і споживачів туристичних послуг; мотивації їхньої інноваційної активності, спрямованої на досягнення конкурентних переваг; підвищенні конкурентоспроможності надаваних послуг.

5. Наведено власне визначення поняття кластеру як форми організації

інноваційної і економічної діяльності, яка використовує не лише географічну і виробничо-тематичну пов'язаність окремих підприємств, а також й ідентичність організаційних систем виробничої, невиробничої і науково-освітньої сфер, що дозволяє отримати синергетичний ефект при спільному використанні наявних ресурсів, зниження витрат за основними видами діяльності і досягнути конкурентних переваг як самого кластеру, так і структур, що його утворюють.

6. Запропоновано використання трансрівневого підходу до підтримки формування кластерних об'єднань у туристичній сфері, який передбачає застосування відповідних інструментів на мікро-, мезо- та макрорівні підтримки. Розглянуто та проаналізовано чинники кластерного розвитку туристичного сектора економіки.

7. Дано власне визначення кластеризації туристичної сфери як процесу формування нормативно-правового поля, інституційного забезпечення, економічної бази, платформ інформаційного обміну потенційних учасників кластерів, результатом чого стає забезпечення умов, що стимулюють утворення кластерних об'єднань підприємств та їхню подальшу діяльність з метою виробництва і експлуатації інноваційних туристичних продуктів, які побудовані на використанні комбінації унікальних особливостей певної території (дестинації) та виробничо-технологічних і організаційно-економічних можливостей цих підприємств, з метою отримання ними ринкових конкурентних переваг і підвищення прибутковості діяльності.

8. Визначені основні етапи розробки і реалізації державної політики кластеризації туристичної сфери економіки, які передбачають формулювання цілей і завдань цієї політики, розробку її основних принципів, законодавчих ініціатив, що повинні регламентувати діяльність туристичного кластеру, а також порядок формування механізмів реалізації політики кластеризації.

Результати досліджень за першим розділом дисертації опубліковані у наукових працях здобувача [10; 11; 13; 53; 158].

РОЗДІЛ 2
СУЧАСНИЙ СТАН ТА МОЖЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ

2.1 Особливості формування конкурентного та інноваційного середовища в туристичній сфері на основі кластерного підходу

В основі формування і подальшої діяльності туристичного кластера повинно виступати доброякісне конкурентне середовище, під яким, на нашу думку, розуміється сукупність великої кількості суб'єктів господарювання, які функціонують на основі загальноприйнятої системи, прозорих і зрозумілих законодавчо регульованих взаємовідносин у спільному ринковому середовищі, мають відносно рівний доступ до ресурсних джерел і забезпечують свою ринкову перевагу за рахунок власних внутрішніх організаційно-економічних факторів. Вказана ринкова перевага уможливлює здатність суб'єктів господарювання володіти певною часткою ринку, виробляючи і реалізуючи свою продукцію, отримувати прибуток, тим самим забезпечуючи власну конкурентоспроможність, і, таким чином, витримувати конкурентну боротьбу.

На даному етапі дослідженні варто оцінити стан туристичного ринку України, роль сфери туризму у економічній системі країни та її внесок у створення сукупної доданої вартості. Згідно даним Національної туристичної організації України (додаток Н), частка валової доданої вартості, створеної у галузях туризму, у 2018 р. становила 11,6% ВВП або 412,5 млрд. грн., у 2019 р. – 12,6% ВВП або 502,2 млрд. грн., у 2020 р. – 12,6% ВВП або 535 млрд. грн. [114].

Частка валової доданої вартості, створеної безпосередньо у туризмі, становила: у 2018 р. – 4,9% ВВП або 173,7 млрд. грн., у 2019 р. – 4,92% ВВП або 195,7 млрд. грн., у 2020 р. – 3,91% ВВП або 165,1 млрд. грн.

Очевидним є зниження впродовж досліджуваного періоду як суми, так і

частки валової доданої вартості, створеної безпосередньо в туризмі. Дана динаміка спостерігається на фоні збільшення частки валової доданої вартості, створеної у сфері туризму загалом, що можна частково пояснити інфляційними чинниками. Але факт залишається фактом: навіть інфляційне зростання цін не забезпечує збільшення внеску туризму у створений валовий внутрішній продукт. Це свідчить про загальний занепад туристичної сфери, який посилився внаслідок пандемії COVID-19 [51], а максимального (на поточний момент) падіння набув із початком повномасштабного військового вторгнення російської федерації.

Відповідно до даних Національної туристичної організації України (Додатки В, Г, Д, Е, Ж), кількість суб'єктів туристичної діяльності у 2018 р. склала 4293, у 2019 р. – 4664. Обсяг реалізації товарів і послуг у секторі туризму становив у 2018 році 265 млрд. грн., вартість проживання у колективних засобах розміщення – 145 млрд. грн., послуги туроператорів та турагентів – 48 млрд. грн. При цьому найбільші показники реалізації товарів і послуг туристичного характеру продемонстрували: м Київ – 154,6 млрд. грн., Одеська область – 20,8 млрд. грн., Дніпропетровська область – 19,1 млрд. грн., Львівська область – 17,3 млрд. грн. [114].

За обсягами реалізації у колективних закладах розміщення також лідирує м. Київ з показником 5,9 млрд. грн. Далі йдуть Львівська область – 2,1 млрд. грн., Одеська область – 1,9 млрд. грн., Запорізька область – 0,6 млрд. грн., Івано-Франківська область – 0,6 млрд. грн., Закарпатська область – 0,5 млрд. грн., Харківська область – 0,5 млрд. грн., Дніпропетровська область – 0,5 млрд. грн. Інвестиції у колективні заклади розміщення у 2019 році становили 982,9 млн. грн., що на 9,7% нижче, ніж у 2018 році [114].

У сферах діяльності, які здійснювали обслуговування відвідувачів (без сфери торгівлі), кількість зайнятих у 2019 році становила 568,5 тис. осіб або близько 4% зайнятого населення. Кількість обслугованих відвідувачів становила 5,3 млн. осіб, з яких: виїзний туризм – 4,7 млн. осіб, внутрішній туризм – 450 тис. осіб, в'їзний туризм – 83 тис. осіб [114]. Наступні після 2019

роки не варто, на нашу думку, розглядати, адже їхні дані будуть абсолютно не репрезентативні з огляду на форс-мажорні фактори, вказані вище.

Очевидною є визначна роль, яку відіграє туристична сфера у діяльності всієї економічної системи, що, з огляду на той стан, у якому вона знаходиться, вимагає нагального вирішення проблеми активізації її розвитку. Дане завдання є за своєю суттю нетривіальним і потребує інноваційних рішень, серед яких одним із найбільш перспективних виступає кластеризація сфери туризму.

Базисною стратегічною метою процесу кластеризації є активізація підвищення конкурентоспроможності не лише учасників, що формують кластер, а й товарів та послуг, які виробляються цими учасниками. Так, Л. Безугла зазначає, що «в рамках регіональних стратегій розвитку до пріоритетних напрямів віднесено прискорення досягнення конкурентоспроможності та інноваційності економіки регіону на засадах смарт-спеціалізації. У регіональних стратегіях не йдеться про створення належних умов формування інституційного середовища розвитку туристичної діяльності. Як правило, у програмах йдеться про формування туристичної інфраструктури, але нічого не сказано про створення об’єктів туристичної інфраструктури. Не прописано механізми організаційно-економічного, інформаційного, фінансового забезпечення розвитку туристичної діяльності» [7, с. 50].

В той же час, на нашу думку, багато авторів вкладає в сутність конкурентоспроможності туристичних кластерів тільки взаємозв'язок економічного потенціалу організацій з системою внутрішніх індикаторів і показників. Це не розкриває усієї проблематики формування конкурентного середовища, оскільки туристичні регіони України, практично завжди програють в конкурентній боротьбі аналогічним туристичним регіонам закордонних країн. Наприклад, туристичний потенціал Південно-східного регіону України за своїми розмірами дорівнює потенціалам туристичних районів Італії та Іспанії, або Лазурного узбережжя Франції. В той же час недобросовісна конкуренція, значний рівень тіньової економіки, низька

платоспроможність населення, «сумний» стан туристичної інфраструктури, криміногенна ситуація, наявність близькості збройного конфлікту, в сукупності нівелюють конкурентоспроможність туристичного регіону на світовому ринку [122].

Проводячи аналіз кластерних моделей, що вже склалися в туристичній сфери, можна виокремити чотири основні. Серед них:

1. Інфраструктурна модель. Реалізація цієї моделі контролюється Державним агентством розвитку туризму України. Цей процес припускає створення туристичного кластера як масштабного інвестиційного, організаційно-управлінського проєкту, який припускає створення в рамках певного регіону спеціалізованої інфраструктури з метою задоволення потреби в туристичних послугах. Інвестуванням в такі проєкти займаються як державні, так і приватні структури. В Україні, в період з 2017 по 2020 рр., здійснювалися 5 проєктів в 3 областях з використанням цієї моделі.

2. Синергетична модель. Здійснюється структурними підрозділами Міністерства економічного розвитку і торгівлі України на основі методик стратегічного планування і програмно-цільових підходів. Результатом такої діяльності повинно стати створення регіональних центрів розвитку туристичних підприємств на основі кластерного підходу, в контексті програм сприяння і розвитку малого і середнього підприємництва. У контексті цієї моделі під поняттям «кластер» розуміють структуру, яка концентрує підприємства туристичної спрямованості, які, взаємодіючі між собою, здійснюють діяльність, націлену на просування і реалізацію туристичних продуктів та послуг. Ця модель має незначне практичне застосування в Одеській, Львівській, Закарпатській і Київській областях.

3. Регіональна модель. Реалізацією цієї моделі займаються виключно регіональні органи влади і управління, за наявності ініціативи підприємницьких структур. Поодинокі кластерні проєкти цієї моделі розвитку є у більшій частині регіонів України. Практично нульова ефективність таких проєктів пояснюється тим, що діяльність вітчизняного туристичного бізнесу

сконцентрована в основному на задоволення потреб споживачів у виїзному туризмі, і вони не зацікавлені в інвестуванні, розвитку і контролі процесів утворення кластерів в регіоні.

4. Змішана модель. До її складу включені ознаки усіх вищезазначених моделей. На основі її принципів останніми роками здійснює свій розвиток туристичний кластер «Гоголівські місця на Полтавщини» в Полтавській області. У 2019 році цей кластер був включений у список значимих туристичних і соціально-економічних проєктів, які здійснюються під патронатом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. Також, кластер «Гоголівські місця на Полтавщині» внесений як пріоритетний проєкт в усі регіональні програми розвитку культури і туризму в Полтавській області. Впровадження цієї моделі кластерного розвитку туризму в інших регіонах також, на жаль, не носить масовий характер [7].

На наш погляд, розвиток моделей туристичної сфери на основі кластерного підходу супроводжує цілий комплекс проблем, що гальмують активізацію цього процесу, а саме:

1) внутрішні проблеми безпосередньо туристичного кластера (нестабільність діяльності організацій в умовах не спадаючої кризи, що призводить до «плинності» організацій і персоналу; неефективне використання туристичних ресурсів, наявність конфліктності, як всередині кластера, так і ззовні);

2) недостатній рівень менеджменту, недостатній рівень освіти управлінців кластера і органів влади на різних рівнях;

3) застаріле відношення до ролі освіти і науки, яке відображається в недосконалій науково-методичній базі (низька мотивація і впровадження регіональних проєктів та ініціатив у сфері туризму).

Нами відображені системні проблеми розвитку туристичних підприємств на основі кластерного підходу, але існує також ряд проблем, які властиві індивідуально кожному регіону.

Теорія розвитку туристичної сфери на основі кластерного підходу має

на увазі те, що конкурентоспроможність тієї або іншої території залежить від присутності в кластері підприємств і виробництв, що мають цілий ряд взаємозв'язків. В основі цієї ідеї знаходиться «система детермінант та критеріїв міжнародної конкурентоспроможності» М. Портера. Ця концепція має на увазі «співіснування в кластері конкуруючих організацій, допоміжних виробництв і сфер діяльності, сильних і вимогливих контрагентів, що підтримують споріднені підприємства та споживачів туристичних послуг» [124].

На нашу думку, основа формування конкурентних переваг компаній туристичної сфери на міжнародному і національному рівнях ґрунтується на регіональних рівнях. Цей базис забезпечується наявними регіональними природно-рекреаційними характеристиками, існуючими підприємницькими, ментальними і культурними особливостями, рівнем розвитку освітніх організацій та науково-дослідних шкіл. Тому саме регіональні, у тому числі, туристичні кластери повинні бути у центрі ефективної цілеспрямованої підтримки з боку державних органів управління.

Тому, на нашу думку, в першу чергу необхідно націлити увагу органів влади різних рівнів на ті території, які мають досить вузьку спеціалізацію і значну кількість монопрофільних міст. На наш погляд, слід активізувати розвиток на основі кластерного підходу класичних монорегіонів у Кіровоградській, Запорізькій, Дніпропетровській, Полтавській та Черкаській областях. При цьому необхідно враховувати, що в процесі кластеризації в цих регіонах виникне «заперечення» цього процесу, тому що тут присутній застарілий «промисловий менталітет» місцевого населення. Тим більше, нам відомі очевидні переваги в розвитку індустріального туризму і промислово-туристичних кластерів в деяких регіонах України.

Кластерний підхід розвитку туристичної сфери необхідно просувати як стратегічну інновацію, яка в найближчому майбутньому створить значні конкурентні переваги, як для учасників кластера, так й для регіонів і територій, де функціонуватиме туристичний кластер. Зважаючи на судження, описані

вище, вважаємо, що ефективність діяльності такого кластера повинна оцінюватися по трьох напрямах:

– оцінка синергетичного ефекту для організацій, що входять в нього;

– оцінка ефективності діяльності туристичного кластера загалом;

– оцінка впливу функціонування туристичного кластера на ефективність розвитку всього регіону.

Загальними ознаками ефективності є зниження виробничих й інших витрат, посилення гнучкості і підвищення конкурентоспроможності в процесі формування та реалізації туристичного продукту. Разом з цим, участь у туристичному кластері дасть можливість підприємствам спільно використовувати інтелектуальні продукти, які «виробляються» науково-освітніми організаціями кластера [144].

Участь підприємств у кластері дасть можливість відшкодувати всі додаткові витрати на здійснення інноваційної діяльності за рахунок розширення напрямів діяльності, єдності виробничого і сервісного процесів, технологічної і технічної економії. Усе це дозволить знизити ризики, пов'язані з впровадженням інноваційних продуктів, і у разі отримання економічного ефекту поширити його на усіх учасників кластера.

При впровадженні інноваційного туристичного продукту проводиться оцінка фінансово-економічних показників кластера, аналізується рівень конкурентоспроможності на туристичних ринках із використанням як якісних, так і кількісних показників (табл. 2.1).

Отже, перевагою туристичних кластерів є те, що збільшення інноваційної активності одного або декількох великих учасників кластера, які формують і реалізують інноваційні продукти і послуги, спричиняє зростання активності усього ланцюга: від організації освітнього і науково-дослідницького процесів до виробництва і збуту туристичного продукту. У рамках одного або декількох кластерів відбувається вільний обмін інформацією, з подальшим поширенням інновацій по каналах турагентів та туроператорів, споживачів і постачальників в інших регіонах [104].

Таблиця 2.1

Показники оцінки конкурентоспроможності кластерів

Об’єкт оцінки	Пропонований якісний показник	Пропонований кількісний показник
Рейтинг організації на туристичному ринку	Пізнаваність на міжнародному ринку	Частка кластера на зовнішньому ринку у динаміці
	Еволюція міжнародного експорту	Зміна обсягу туристичного продукту і послуг туристичного кластера
	Нові ринки для туристичного експорту	Кількість нових туристичних ринків, на яких є присутніми організації-учасники кластера
Інноваційна діяльність в сфери	Імідж учасників кластера	Експертна оцінка значущості інноваційного продукту конкретного туристичного кластера
	Розробка інноваційного продукту	Кількість інноваційного продукту, виробленого туристичним кластером
	Рівень кваліфікації фахівців у сфері туризму	Порівняльна динаміка рівня кваліфікації між туристичними кластерами
Новаторський потенціал туристичного кластера	Формування нових туристичних організацій	Динаміка кількості учасників туристичного кластера
	Участь закордонних партнерів	Доля іноземних інвестицій у фінансуванні туристичного кластера
	Економічна активність кластера	Зміна частки туристичного кластера у валовому регіональному продукті

Джерело: [78]

Кластери, загалом, і туристичні зокрема, є контрольними точками, які показують рівень розвитку внутрішнього туристичного ринку і є базою подальшої інтеграції на міжнародний туристичний ринок [121]. При утворенні першого туристичного кластера, поза сумнівом, з'являться і наступні, що обов'язково призведе до посилення конкурентоспроможності усієї країни і окремих її регіонів на міжнародному ринку туризму.

Варто відмітити, що організації, які входять до складу туристичного кластера продовжують активно конкурувати одна з одною, що у свою чергу веде до зростання популярності такого прийому, як бенчмаркінг, який ґрунтується на порівнянні показників діяльності аналізованої туристичної організації з показниками і характеристиками роботи найбільш ефективних компаній, які працюють на ринку туристичних послуг [135].

На наш погляд, на особливу увагу заслуговує ідея, яка заснована на тому, що, однією з форм реалізації нової інноваційної політики може стати здійснення політики щодо формування інноваційно-промислових кластерів, під якими розуміється група організацій, що здійснює свою діяльність у рамках конкретної території, виробляє продукцію зі значними вдосконаленнями процесів виробництва і управління, характеризується створенням нових підприємств і розширенням ринків збуту.

На підставі викладеного можна визначити процес формування регіональної інноваційної політики у сфері туризму як результат взаємодії впливу державної політики регулювання туристичної сфери, державної інноваційно-інвестиційно політики, кластерної політики та регіональної інституційної політики, який схематично представлено на рис. 2.1.

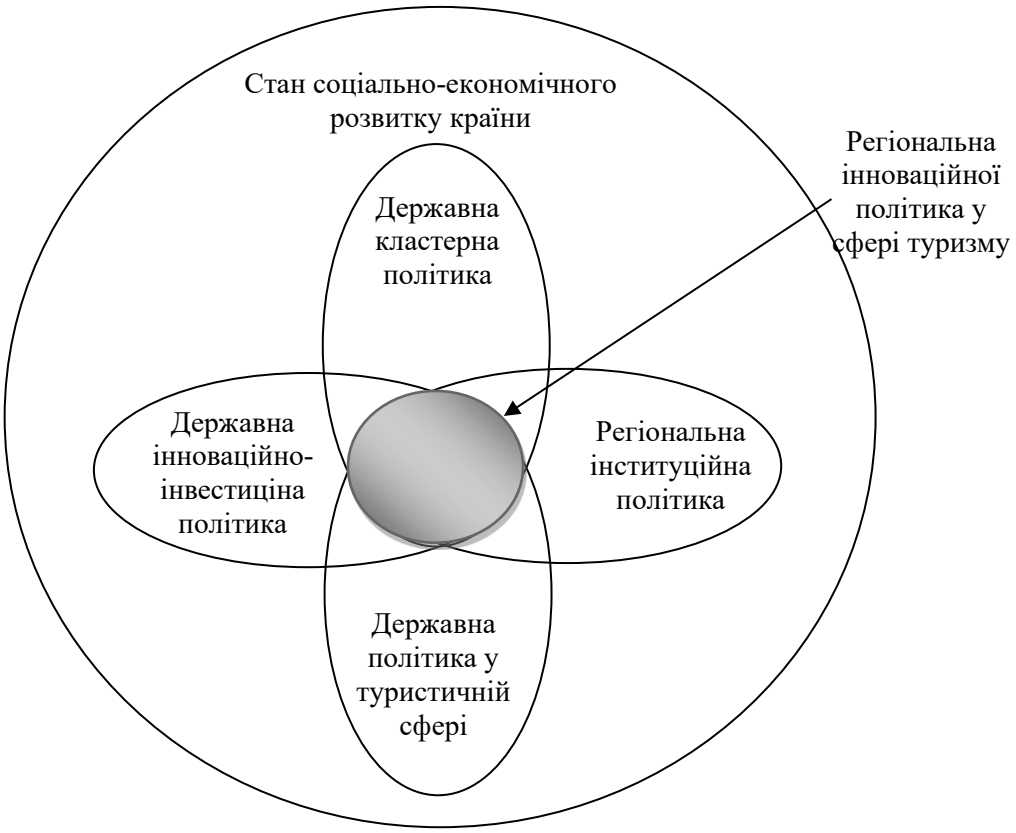


Рис. 2.1. Фактори формування регіональної інноваційної політики у сфері туризму

Джерело: розроблено автором

Таким чином, можна зробити висновок, що формування регіональних туристичних кластерів залежить від цілого ряду передумов, до яких можна віднести: інституціональні, організаційно-управлінські, науково-освітні, політико-правові, техніко-технологічні і виробничі. При формуванні туристичних кластерів, необхідно враховувати також ряд наступних умов:

а) інноваційна діяльність туристичного кластера повинна кореспондувати з державною і регіональною політикою у сфері туризму;

б) наявність інноваційної і інформаційної підтримки;

в) наявність комунікаційної взаємодії учасників ринку туристичних продуктів і послуг;

г) усвідомлення безальтернативності інновацій усіма учасниками туристичного кластера і т. д.

На наш погляд, кластерний розвиток туристичної сфери з позиції його інноваційної складової дозволяє:

– створювати і розвивати систему взаємозв'язків, яка дає учасникам туристичного кластера переваги бути стабільними і лідируючими в порівнянні з туристичними організаціями, які функціонують поза кластером;

– направляти діяльність учасників туристичного кластера на задоволення потреб перспективного туристичного ринку, що у своїй основі матиме погоджену усіма учасниками загальну стратегію розвитку кластера;

– розширити асортимент продуктів і послуг туристичного кластера, збільшити кількість і поліпшити якість каналів збуту, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках;

– досягти стабільного функціонування туристичного кластера, а також стабільного росту і розвитку економічної діяльності учасників кластера, що надасть їм упевненості на перспективу;

– сформувати правила і положення для розвитку тенденцій інноваційної діяльності, яка призведе до підвищення якості і надійності продуктів і послуг у сфері туризму, ефективності і рентабельності виробництв учасників кластера;

– забезпечити необмежений доступ до усієї інформації і вільний обмін нею між учасниками туристичного кластера шляхом створення єдиної інформаційно-аналітичної системи, яка включатиме всілякі електронні бази даних та ділових контактів.

Г. Волковська робить акцент на тому, що основу інноваційного кластера складають науково-освітні організації, які здійснюють науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи. Їхня роль полягає не лише в підготовці висококваліфікованих кадрів для задоволення потреб в інтелектуальному потенціалі учасників туристичного кластера, але і в «…генерації різних ідей і розробок нових продуктів і технологій, що забезпечують інноваційний розвиток туристичного кластера»[28].

Інноваційний процес, в рамках туристичного кластера, характеризується постійним обміном нематеріальними ресурсами між учасниками туристичного кластера і науковими установами, із властивою йому інтеграцією зовнішніх і внутрішніх ресурсів, потрібних для розробки, просування і комерціалізації інновацій [117, 147].

На підставі викладеного, можна зробити висновок, що основною проблемою, яка вимагає рішення, виступає необхідність усвідомлення учасниками туристичного ринку безальтернативності інновацій, акумуляції і генерування їхнього власного інноваційного потенціалу. Рішенням цих проблем стане формування стратегії інноваційного розвитку, які враховуватимуть загальні та специфічні чинники. Загальні чинники повинні містити перелік потреб споживачів, які зацікавлені в усвідомленні і поширенні інновацій. Специфічні чинники спрямовані на забезпечення реалізації таких потреб і вимог, які висуваються споживачами туристичних послуг до інновацій.

В даному випадку, можна стверджувати, що має місце класична технологія процесного підходу (рис. 2.2), де потреба в інноваціях представляє зовнішнє середовище на вході, а інноваційний туристичний продукт і послуги

- на виході, при цьому аналіз результативності цих процесів здійснюють держава, суспільство і споживач.

Ця процесно-орієнтована модель дасть можливість застосувати цикл Демінга-Шухарта, який мотивує підприємства туристичного кластера безперервно оптимізовувати свій бізнес, ґрунтуючись на оцінках якості інноваційних продуктів та рівні їхнього розуміння споживачами. Модернізація всіх бізнес-процесів передбачає структурування та проведення наукових досліджень, впровадження у виробництво результатів НДР, що створює передумови для зниження сукупних витрат з виведення на ринок інноваційного продукту, що дає можливість кластерам досягати конкурентних переваг.

Рис. 2.2. Процесно-орієнтована схема інноваційної активності кластера

Джерело: розроблено автором

Ця модель демонструє можливість повною мірою і продуктивно, завдяки

ефектам емерджентності та масштабу, а також синергетичному ефекту, використовувати всі наявні потенціали (інноваційний, кадровий, матеріальний, маркетинговий, техніко-технологічний, фінансовий, управлінський тощо). У свою чергу, кількісне збільшення цих потенціалів (інвестиції у наукові розробки, ноу-хау, формування інших матеріальних та нематеріальних благ), дасть можливість підвищити результативність туристичного кластера.

Розроблену нами процесно-орієнтовану схематичну модель туристичного кластера представлено на рисунку 2.3. Дана модель за своєю сутністю та змістом показує єдність всіх елементів для досягнення інноваційних цілей. Зокрема, забезпечення ядра туристичного кластера здійснюється під впливом комбінації характерних для туристичної сфери факторів, представлених у вигляді потенціалів: кадрового, наукового, фінансового, організаційно-управлінського, інформаційного, техніко-технологічного та комунікаційного.

Потік, що входить в туристичний кластер, зазвичай формують за рахунок факторів макро-, мезо- і мікросередовища. Тут важливим є і рівень політико-правового регулювання, а також фактори інноваційної, інформаційної та конкурентної політики. В основі цих факторів лежить задоволення потреб учасників кластеру в інноваціях. Вихідний потік представлений у вигляді переваг та результатів, які сприяють досягненню ефективності розвитку кластера. У підсумку нами виділено такі переваги: зниження виробничих витрат; прибутковість бізнесу; одержання учасниками кластера конкурентних переваг. Закономірним результатом всього цього вважаємо задоволення потреби конкретних організацій та споживачів інноваційних послуг.

Д.І. Басюк та Н.В. Корж у своїй науковій праці підкреслюють, що «…туристичний кластер не може обійтися без потужної та системної наукової підтримки. Інноваційні рішення та вказівки мають формуватися із залученням висококваліфікованих фахівців у сфері туризму. Якщо наукового та інноваційного потенціалу регіону недостатньо для вирішення всього комплексу завдань щодо створення туристичного кластера, то такий потенціал треба розвивати» [6, с. 217].

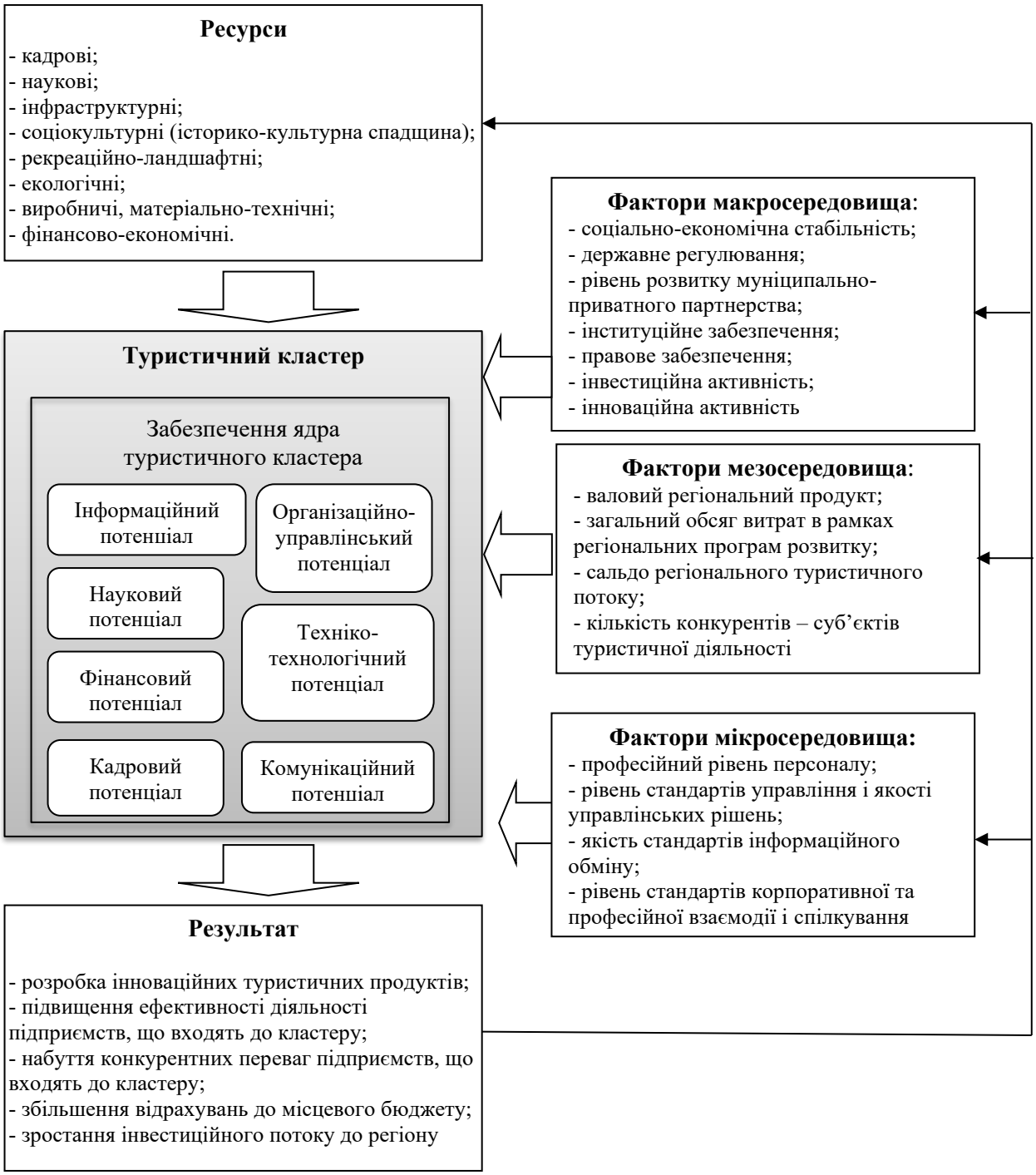


Рис. 2.3. Процесно-орієнтована схематична модель діяльності туристичного кластеру

Джерело: розроблено автором

Деякі вчені [34; 41; 128, с. 109-110] підтримують позицію Д.І. Басюк та Н.В. Корж і підтверджують те, що присутність у кластері освітніх та наукових організацій сприятиме просуванню на більш якісному рівні туристичних продуктів та послуг, а також виконує функцію забезпечення кваліфікованими

кадрами всіх учасників туристичного кластера.

Виходячи з представлених суджень вчених та проведеного нами аналізу процесу формування кластера туристичної сфери, пропонуємо представляти первісну модель такого кластера у вигляді системи характеристик, що розкривають його суть:

1. Регіональна концентрація організацій та установ, які мають конкурентні переваги, специфічні для туристичної сфери.

2. Учасниками кластера можуть виступати всі організації, що прямо чи опосередковано беруть участь у створенні туристичного продукту (органи державної влади та управління, наукові та освітні установи, приватний бізнес).

3. Особливістю економічної діяльності туристичного кластеру необхідно вважати створення цілісного, комплексного туристичного продукту учасниками такого кластеру з використанням єдиного механізму управління економічною діяльністю; сприймати інноваційний процес як безальтернативний для формування конкурентоспроможності кластеру.

4. Діяльність кластера супроводжується позитивним синергетичним ефектом, що пояснюється зосередженістю учасників кластера на конкретній території, або в регіоні, різноспрямованістю взаємозв'язків, взаємодії розробок та комерціалізації туристичних продуктів та послуг.

5. Взаємодія учасників туристичного кластера у системах накопичення вартості (створення комплексних туристичних продуктів та послуг).

6. Колективне використання та розвиток ресурсного потенціалу, конкурентних переваг, туристичної інфраструктури регіону для вирішення спільних задач учасників туристичного кластера.

8. Єдине соціально-культурне середовище дозволяє формувати особливі взаємини між учасниками туристичного кластера, засновані на партнерстві та співробітництві, у комплексі з кооперацією та конкуренцією [101]. Локальна конкуренція всередині кластера не заважає проведенню єдиної, узгодженої маркетингової (продуктової, споживчої, збутової) політики, як на міжнародному, так і на вітчизняному ринку туристичних товарів та послуг.

Таким чином, можна визнати, що функціонування туристичних кластерів неможливе без інноваційної діяльності. Процеси об'єднання та управління інноваційними, сервісними та виробничими ресурсами учасників кластеру дають можливість досягти основної мети створення туристичного кластера – розширення асортименту туристичних продуктів та послуг за рахунок зниження їхньої собівартості. Це дозволить учасникам кластера конкурувати з аналогічними продуктами та послугами на зовнішньому та внутрішньому туристичних ринках. Разом з тим, наявність геополітичних та політико-правових проблем суттєво знижують ефективність цих заходів.

Політика, що має проводитись в Україні щодо переорієнтації діяльності суб'єктів господарювання на основі використання кластерного підходу, повинна бути спрямована на інтеграцію та координацію промислової, інноваційної та регіональної політики, положення якої входять в основу формування туристичної кластерної політики [164]. Проте, українська дійсність вказує на той факт, що процес інноваційного розвитку підприємств туристичної сфери на основі кластерного підходу або не активний, або реалізується за відсутності цілісного інноваційного середовища, будь-якої підтримки інноваційної діяльності учасників туристичного кластеру [108]. Наявність таких тенденцій неминуче призводить до появи негативного економічного ефекту підприємств сфери туризму, а також - недоотриманні доходів регіонами і державою від діяльності туристичних кластерів.

2.2. Оцінка вихідних умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу регіонів України

На теперішній час потреба в інноваціях є визначальною для забезпечення ефективного розвитку туристичної сфери, тому задоволення даної потреби повинно стати ключовим завданням діяльності держави, а також основною метою взаємодії державних регулюючих органів та підприємницьких структур, що працюють у цій сфері. З огляду на те, що

основний внесок у створювану туристичною сферою додану вартість формується за рахунок внутрішнього та в'їзного туризму, фокус взаємодії держави та бізнесу у питанні впровадження інновацій повинен бути зосереджений саме на цих напрямках [141]. Виконання цієї умови співпраці основних сторін, зацікавлених у інноваційних перетвореннях у сфері туризму, дозволить повністю розкрити туристичний потенціал нашої країни.

Визначення рівня вихідних умов реалізації інноваційно-туристичного потенціалу регіонів шляхом кластеризації, інакше кажучи, доцільності формування інноваційно-орієнтованих туристичних кластерів в межах конкретних територій передбачає розробку і застосування певної системи оцінки цих умов для розвитку інноваційно-туристичного потенціалу регіону, який матеріалізується у ході процесів різновекторної та багатоаспектної діяльності (взаємодії) потенційних учасників туристичного кластеру в рамках його мікро- та макросередовища.

Таким чином, для того, щоб дана система показників відповідала поставленим вище цілям та адекватно характеризувала умови і можливості інноваційного розвитку туризму в регіоні, вона повинна бути змістовно збалансованою та відповідати певним вимогам. Відповідно до цього, визначимо перелік вимог, яким повинні бути до неї застосовані:

– у своїй сукупності дана система показників повинна характеризувати всі аспекти об'єкта, що досліджується;

– при розрахунку показників повинна застосовуватись єдина методологія;

– до складу системи показників повинні входити показники, які характеризують як кількісні, так і якісні аспекти функціонування об'єкта;

– джерела даних для розрахунку мають бути уніфікованими.

Джерелами інформації при розрахунку системи показників оцінки умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу регіону мають виступати офіційні статистичні дані, звіти профільних підприємницьких об'єднань та самоврядних організацій, статистичні дані місцевих органів влади. Такі дані

повинні бути відкритими для можливості оперативного доступу та з метою забезпечення співставності отриманих з їхньою допомогою розрахункових показників за окремими регіонами.

Якщо розглядати фактори, які забезпечують певний рівень умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу, то можна виокремити такі їхні групи (рис. 2.4):

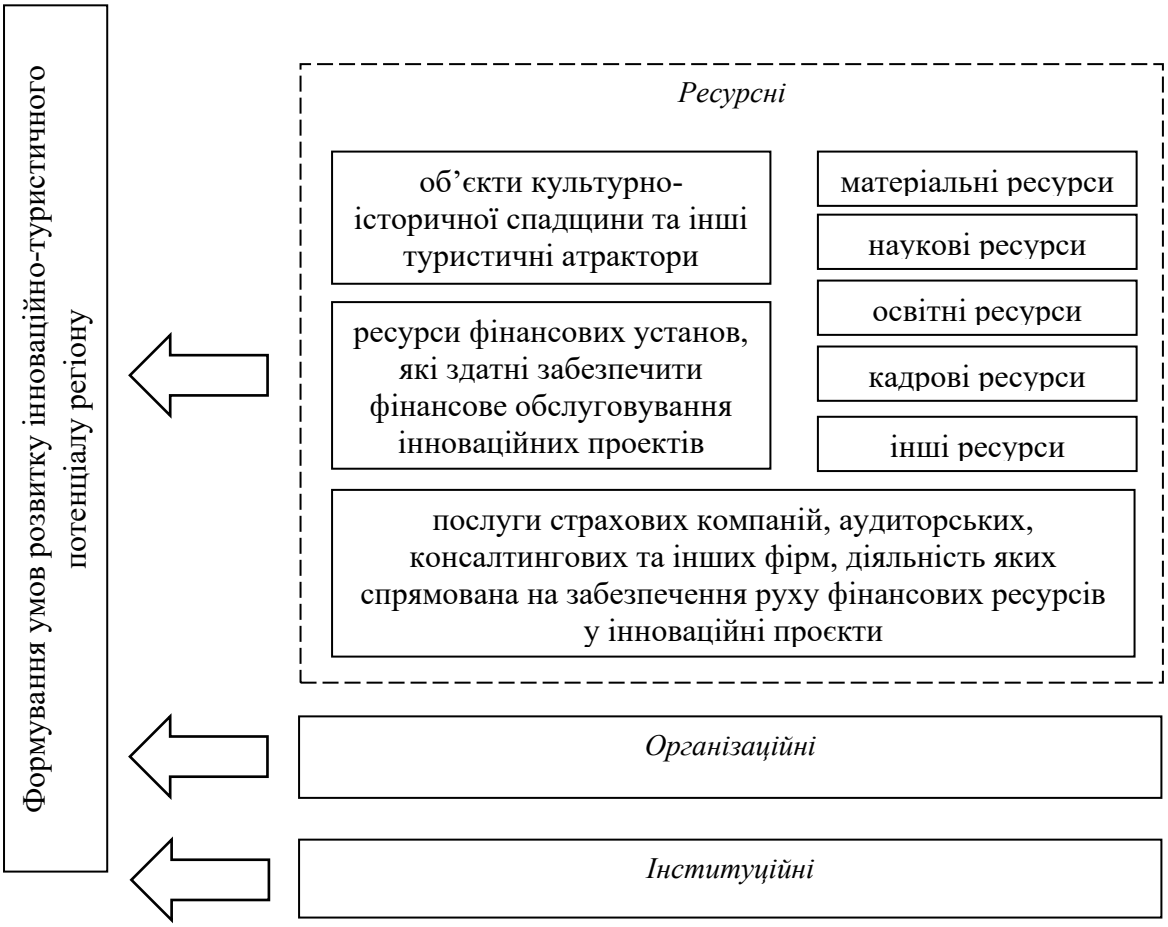


Рис. 2.4. Групи факторів, що забезпечують формування умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу регіону

Джерело: розроблено автором

1) ресурсні – передбачають наявність у регіоні різних видів ресурсів, які забезпечують безпосереднє виконання підприємствами кластеру поставлених перед кожним з них завдань. Перш за все до цієї групи потрібно включити наявність на території регіону достатньо досліджених і розроблених об'єктів

культурно-історичної спадщини, ряду інших туристичних атракцій, що є неодмінною умовою існування туристичного бізнесу, і, що можна розглядати як ресурсний фактор його інноваційно-туристичного потенціалу. Крім того, до групи ресурсних факторів належать:

– матеріальні – формуються за рахунок наявних у регіоні об'єктів, які здійснюють матеріально-технічне, інжинірингове та сервісне забезпечення інноваційних процесів шляхом задоволення потреб у відповідних товарах, продуктах та послугах;

– освітні – формуються за рахунок наявної у регіоні мережі освітніх закладів, які забезпечують підготовку фахівців туристичного профілю або здійснюють підвищення кваліфікації у сфери туризму, що забезпечить зниження витрат на підготовку та підвищення кваліфікації персоналу шляхом залучення підготовлених кадрів освітніми закладами, які входять до кластера;

– кадрові – забезпечуються наявністю персоналу діючих туристичних компаній, у найменшій мірі, частина з якого має відповідну освіту, з певним стажем та досвідом роботи у туристичній сфері. Ці люди набули свої знання емпіричним шляхом, і їхня наявність у певному регіоні, навіть за умови відсутності у даному регіоні закладів вищої освіти, які здійснюють відповідну підготовку фахівців, виступає серйозним підґрунтям інноваційної спроможності потенційних кластерних об'єднань;

– фінансові – зумовлені наявністю у регіоні мережі фінансово-кредитних установ, які можуть здійснювати кредитування інвестиційних (інноваційних) проєктів, їхніх можливостей з цією ж метою обслуговувати міжнародні кредитні лінії. До даної підгрупи факторів можна віднести й наявність мережі страхових компаній, які здатні мінімізувати економічні ризики цих інноваційних проєктів, аудиторських, консалтингових та інших фірм, діяльність яких спрямована на забезпечення руху фінансових ресурсів у дані проєкти;

– наукові – формуються за рахунок наявної у регіоні мережі науково-дослідних закладів, організації на місцевому рівні симпозіумів, форумів,

науково-практичних конференцій з тематикою, актуальною для туристичної сфери, збільшення кількості міжнародний туристичних проєктів розвитку туризму, підвищення якості туристичних послуг шляхом професійної сертифікації та категоризації; доцільно зазначити, що переважна кількість покращень в організації туристичної галузі базуються на організації віртуальних рішень, дистанційній роботі та проведенні освітніх програм, які в багатьох країнах залишатимуться в режимі онлайн. Даний факт обов'язково потрібно враховувати при організації конференцій, семінарів чи переговорів;

2) організаційні – передбачають існування потенційного організаційного центру (ядра), який найчастіше складається з представників зацікавлених у кластерному форматі сторін (центральної або місцевої влади, бізнесу, громадських та професійних самоврядних організацій) і здійснює спрямовуючий та координуючий вплив щодо діяльності учасників кластерного утворення та, зокрема, ініціює надання процесу розробки нових туристичних товарів інноваційного характеру;

3) інституційні –забезпечують побудову інституційного середовища діяльності кластерних об'єднань підприємств шляхом організації активної взаємодії апарату центральних, регіональних і місцевих органів влади, консолідації їхніх зусиль у напрямку створення і розвитку туристичних кластерів; до цієї групи факторів також можна включити наявність досвіду взаємодії органів місцевої влади або представництв центральної влади та бізнесових структур у форматі державно-приватного або муніципально-приватного партнерства;

4) правові – передбачають наявність законодавчо-нормативної бази, яка забезпечує юридичне підґрунтя для ефективної взаємодії учасників кластеру, що дозволяє їм реалізувати переваги кластерного формату спільної діяльності [52; 139].

Наведений вище перелік груп факторів є результатом трансформації наведеного нами на рис. 1.3 комплексу умов, які визначають формування інноваційно-туристичного потенціал регіону, у фактори, що забезпечують

формування інноваційно-туристичного потенціалу регіону. Цей етап дослідження необхідний для визначення показників, що характеризують цей потенціал, їхньої подальшої кількісної оцінки та аналізу.

З огляду на викладені вище групи факторів, що впливають на формування інноваційно-туристичного потенціалу регіону, виділимо 5 основних блоків, що складають структуру системи показників оцінки умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу регіону (рис. 2.5):

1) науково-освітній потенціал;

2) кадровий потенціал;

3) інвестиційний потенціал;

4) інституційний потенціал;

5) атрактивно-рекреаційний потенціал.

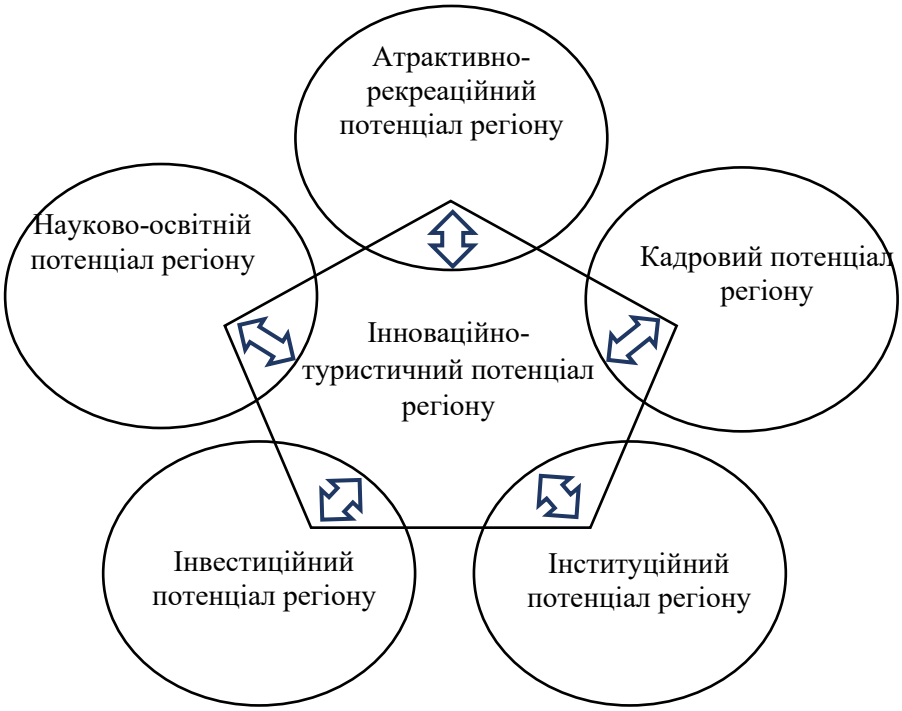


Рис. 2.5. Складові інноваційно-туристичного потенціалу регіону

Джерело: розроблено автором

В таблиці 2.2, відповідно до визначеної структури, представлений перелік показників, які можуть бути використані для оцінки інноваційно-туристичного потенціалу регіону. З метою нівелювання впливу наявної

об’єктивно існуючої нерівномірності міжрегіонального розподілу об’єктів туристично-рекреаційної сфери на результати такої оцінки, доцільно, на нашу думку, виключити з розрахунку блок показників атрактивно-рекреаційного потенціалу, тим самим виключивши з розрахунку елемент, який апріорі має неінноваційний характер.

Таблиця 2.2

Система показників, які характеризують умови розвитку інноваційно-туристичного потенціалу регіону

№ показника	Показник	Одиниця вимірюванн
1. Науково-освітній потенціал		
1.1	Кількість закладів вищої і середньої професійної освіти, що здійснюють підготовку кадрів для туристичної сфери	одиниць
1.2	Кількість конференцій, семінарів, вебінарів, інших науково-практичних зібрань з питань розвитку туристичної сфери (за рік)	одиниць
2. Кадровий потенціал		
2.1	Кількість суб’єктів туристичної діяльності	осіб
2.2	Кількість зайнятих в суб’єктах туристичної діяльності	осіб
3. Інвестиційний потенціал		
3.1	Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування (за рік)	тис. чол.
3.2	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов’язкових платежів) (за рік)	тис.грн.
3.3	Прямі інвестиції за видом економічної діяльності «Тимчасове розміщення і харчування» (за рік)	млн. дол. США
3.4	Сума туристичного збору (за рік)	тис.грн.
3.5	Коефіцієнт використання місткості колективних засобів розміщення	-
3.6	Рентабельність діяльності суб'єктів туристичної діяльності за операційним прибутком	%
3.7	Питома вага витрат суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві	%
4. Інституційний потенціал		
4.1	Кількість регіональних проєктів розвитку місцевого туризму на основі кластерного підходу	одиниць
4.2	Наявність регіональних нормативно-правових актів, що регулюють інноваційну діяльність	так = 1 ні = 0
4.3	Кількість діючих регіональних нормативно-правових актів, що регулюють туристичну сферу	одиниць

Джерело: виконано автором

Розглянемо, як кожен з представлених в табл. 2.2 показників характеризує умови розвитку інноваційно-туристичного потенціалу регіону.

Науково-освітній потенціал

Показник, що відображає кількість навчальних закладів вищої і середньої професійної освіти, що спеціалізуються на підготовці кадрів для сфери туризму, характеризує ступінь задоволення потреб підприємств регіону в туристських кадрах. Даний показник демонструє здатність регіональної системи освіти генерувати потрібну кількість висококваліфікованих фахівців, які, в свою чергу, виступають носіями інновацій і здатні реалізувати інноваційний потенціал туристичної сфери регіону. Наявність у регіоні достатньої кількості навчальних закладів вищої та середньої професійної освіти, що здійснюють підготовку кадрів для сфери туризму, забезпечує наповнення ринку праці регіону відповідними фахівцями і створює умови професійного відбору для практичної діяльності найбільш талановитих і креативних з них. Це відповідним чином дозволяє формувати, розвивати і реалізовувати інноваційний потенціал туристичного підприємства, адже він забезпечується інноваційною активністю його працівників.

Фахівець з вищою освітою володіє базовим рівнем компетентності у своїй професії, що закладає підґрунтя для подальшого формування у нього відповідних професійних якостей. Якщо більш глибоко розглядати природу інноваційної активності підприємства, то, продовжуючи вищенаведену думку, можна зробити висновок, що з цієї точки зору найбільш суттєвою є проєкція особистісних якостей співробітника на виконувані ним професійні обов’язки. Зокрема, прагнення до саморозвитку, яке закладається у людині у процесі навчання і формується у подальшому при набутті нею вищого освітнього рівня, з початком професійної діяльності стимулює появу розуміння важливості інноваційного процесу як неодмінної умови розвитку підприємства.

Більше того, отримання вищої освіти, а також професійних компетенцій

визначає появу і розвиток у фахівця навичок до самонавчання та розуміння необхідності саморозвитку як умови його подальшого професійного та особистісного зростання. У цьому процесі широко застосовуються, у тому числі, методи наукового пізнання. Таким чином, вимога щодо наявності вищої освіти працівників туристської організації, які вирішують питання щодо формування переліку туристичних продуктів, у більшості випадків сприяє зростанню інноваційного потенціалу організації.

У якості іншого показника, що характеризує науково-освітній потенціал регіону в сфери туризму, можна запропонувати кількість конференцій, семінарів, вебінарів, форумів, інших науково-практичних зібрань з питань розвитку туристичної сфери, організаторами яких виступили представники регіону. Для більш повної характеристики даного показника до цього необхідно додати участь представників регіону у відповідних зовнішніх заходах, але кількісна оцінка такої участі ускладнена з причини відсутності відповідних джерел обліку таких статистичних даних.

Участь у наукових заходах такого характеру є показником наукової та дослідницької активності регіональних представників сфери туризму, непрямою характеристикою підвищення ними наукового рівня проведеної у даному напрямі роботи, форматом наукової взаємодії та, за своєю суттю, прототипом моделі інформаційного обміну всередині кластеру. Організація подібних заходів науково-практичного спрямування на тему формування і розвитку туристичного потенціалу регіону сприяє підвищенню інноваційності діяльності підприємств сфери туризму, забезпечує формування системи управління туристичним потенціалом регіону шляхом розробки відповідно наукового, аналітичного та методичного інструментарію.

Наприклад, тематичним кластером сільського туризму в Україні «Оберіг» було створено навчально-інформаційний центр, який не тільки організовує, але й викладає на місцевому та регіональному рівнях тренінги, семінари, форуми, виставки, конференції з розвитку сільського та зеленого туризму. В межах роботи кластера було утворено вісник "Оберіг Херсонщини", та

надруковано путівники з сільськими туристичними маршрутами. Проведено фестивалі «Солі та риби», «Старі Баби»; Дніпро-Бузькі вечорниці та Рибальченська толока.

Якщо говорити про дніпропетровський регіон, то найбільш вагомий вплив на розвиток туристичного потенціалу має Управління культури, туризму, національностей і релігій Дніпропетровської ОДА, основним завданням якого є реалізація державної політики у сферах культури та мистецтва, туризму та курортів, охорони культурної спадщини, а також у сфері міжнаціональних та міжконфесійних відносин. Представництво області постійно бере участь у міжнародних, всеукраїнських та міжрегіональних виставкових заходах, що сприяє популяризації регіонального туристичного продукту.

Кадровий потенціал

Показник кількості суб'єктів туристичної діяльності демонструє чисельну присутність суб'єктів підприємницької діяльності на регіональному ринку туристичних послуг. Він, відповідно, відображає підприємницьку активність та кон'юнктуру цього ринку, характеризує масштаби зайнятості регіональних спеціалістів у туристичному бізнесі. Величина цього показника також відображає рівень платоспроможного попиту з боку місцевого населення, його зацікавленість у туристичних послугах, популярність цього бізнесу як напряму реалізації своїх здібностей та навичок людей із професійною освітою, які проживають на території даного регіону або навчаються за даним напрямом.

Показник кількості зайнятих в суб'єктах туристичної діяльності характеризує чисельність осіб, які працюють в туристській сфері регіону, тобто, їхня кількість демонструє рівень кадрового потенціалу туристської сфери регіону. З огляду на те, що сфера туризму має міжгалузевий характер, даний показник є досить складним для обчислення. А, якщо розглядати процеси кластероутворення, коли можна казати про залучення до туристичних кластерів фахівців підприємств декількох десятків сфер діяльності, то поняття

кадрового потенціалу туристичної сфери суттєво розширюється і стає, певним чином, аморфним з кількісної точки зору.

Тому, при розрахунку показника, який характеризує кадровий потенціал туристичної сфери регіону, можна запропонувати застосовувати суму кількості працівників як туристичних підприємств, так і готельного бізнесу, який у найбільшій мірі володіє симбіотичними характеристиками і може вважатися спорідненою до туристичної сферою діяльності.

Інвестиційний потенціал

Інвестиційний потенціал туристичної сфери регіону, на нашу думку, має двоаспектну характеристику. З одного боку, він відображає потребу даної сфери у інвестиціях та здатність туристичної сфери їх ефективно засвоїти. З іншого боку, інвестиційний потенціал характеризує здатність об'єкта інвестицій – регіональної туристичної індустрії – генерувати позитивний грошовий потік як дохід від вкладення інвестованих коштів. Зупинимось саме на другому аспекті інвестиційного потенціалу з огляду на складність отримання оцінки інвестиційних потреб на рівні окремого регіону, особливо, з урахуванням можливостей застосування кластерної моделі при реалізації частини інвестиційних проєктів.

Зокрема, показник, що несе інформацію про кількість осіб, які перебували у колективних засобах розміщування, свідчить про попит на туристичні продукти регіону і непрямо характеризує доходність цієї групи об'єктів інвестицій. Більш інформативним показником, який свідчить про грошовий потік, який генерує вся туристична сфера регіону, є дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних платежів).

Обсяг вкладених інвестиційних ресурсів характеризує поточну інвестиційну привабливість туристичного бізнесу, і непрямо може свідчити про рівень потенційних потреб регіону у даній сфери. Тому для характеристики цього параметру інвестиційного потенціалу застосуємо показник прямих інвестицій за видом економічної діяльності «Тимчасове розміщення і харчування».

Сума туристичного збору є грошовим еквівалентом чисельності осіб, які відвідували регіон з туристичними цілями. Його величина також характеризує потенційну туристичну привабливість регіону і, відповідно, доцільність інвестування у об'єкти туристичної сфери.

Подібною властивістю володіє й інший показник із даної групи - коефіцієнт використання місткості колективних засобів розміщування (КЗР). До КЗР відносять санаторії, готелі, пансіонати, хостели, будинки відпочинку, бази відпочинку, туристичні бази, кемпінги, мотелі, гуртожитки для розселення приїжджих, студентські літні табори та інші місця для тимчасового розміщування.

Коефіцієнт використання місткості КЗР характеризує відношення кількості фактично наданих колективними засобами розміщування людино-діб до добутку одноразової місткості та кількості днів у році (365 діб) [95]. Він фактично характеризує стан розвитку туристично-рекреаційної сфери регіону, адже обсяг туристичного потоку у регіон у значній мірі залежить від кількості колективних засобів розміщування та якості послуг, що надаються ними. Відповідно, цей показник також можна розглядати як безпосередній індикатор ефективності інвестицій. У комбінації з іншими статистичними даними по регіону він дозволяє дати відповідь на питання щодо доцільності інвестування коштів у підприємства туристично-рекреаційної сфери.

Інформативність показників інвестиційного потенціалу значно підвищується за умови порівняння їх з аналогічними показниками інших регіонів, особливо таких, що є співставними з досліджуваним регіоном за рівнем привабливості туристично-рекреаційної сфери.

Інституційний потенціал

Інституційний потенціал регіону визначається наявними системами державного та місцевого управління, комплексом законодавчих, нормативних, юридичних актів, які забезпечують визначеність функціонування певної сфери діяльності. Наявність регіональних нормативно-правових актів, що регулюють інноваційну діяльність, є основною умовою сприяння розвитку

регіону в даному напрямку. Показник кількості діючих регіональних нормативно-правових актів у сфері туризму характеризує рівень правового забезпечення туристської діяльності в регіоні. Результати кількісної оцінки показників, які визначають рівень інноваційно-туристичного потенціалу регіону, наведені у Додатку З.

Найбільш релевантними методами оцінки умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу регіонів є індексний метод та метод рейтингування. Перший з них полягає в розрахунку нормалізованих порівняльних індексних показників, які характеризують стан інноваційно-туристичного потенціалу регіону.

Сутність іншого методу – методу рейтингування – полягає у визначенні положення об'єкта аналізу щодо інших об’єктів. Реалізується даний метод на основі набору певних критеріїв, на основі яких кожному з досліджуваних об'єктів (регіонів) присвоюється ранг. Мета процедури ранжування полягає у визначенні проблемних аспектів функціонування і розвитку регіонів з точки зору реалізації потенціалу їхнього розвитку. Визначені таким чином рейтинги інноваційно-туристичного розвитку регіонів можуть стати індикатором їхньої інвестиційної привабливості або однією з рис позитивного іміджу. В той же час низький рівень рейтингу сигналізуватиме про наявність невирішених проблем, які виникають на шляху впровадження інновацій у регіоні.

Враховуючи те, що рівень інноваційної активності суб’єктів регіону може знайти своє відображення у цілій низці показників, у дослідників, що займаються ранжуванням, з’являється можливість формувати подібні рейтинги на підставі конкретних цілей або завдань.

Враховуючи те, що рівень інноваційної активності суб’єктів регіону може знайти своє відображення у цілій низці показників, у дослідників, що займаються ранжуванням, з’являється можливість формувати подібні рейтинги на підставі конкретних цілей або завдань.

Для формування рейтингу областей за рівнем умов розвитку їхнього інноваційно-туристичного потенціалу пропонується застосувати метод

рейтингування, заснований на Постанові порядку та методики проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації державної регіональної політики [24].

Порядок визначає процедуру проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації державної регіональної політики, яка передбачає періодичне відстеження відповідних індикаторів на підставі наявних даних офіційної статистики, інформації центральних органів виконавчої влади, обласних, міських держадміністрацій, органів місцевого самоврядування та проведення на підставі даних моніторингу оцінки результативності виконання індикаторів шляхом порівняння отриманих результатів з їх цільовими значеннями.

Оцінка розвитку регіонів проводиться відповідно Порядку проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації державної регіональної політики шляхом здійснення розрахунків рейтингової оцінки (ранжування) регіонів за кожним напрямом та розрахунку загальної рейтингової оцінки в цілому за всіма напрямами.

Рейтингова оцінка проводиться на основі підрахунку відносних відхилень показників кожного регіону від максимальних та мінімальних значень таких показників інших регіонів за формулою:

$$R_i = \sum_{i=1}^{n}\left(\frac{x_{ij}-x_{mini}}{x_{maxi}-x_{mini}}\right) + \sum_{i=1}^{n}\left(\frac{x_{maxi}-x_{ij}}{x_{maxi}-x_{mini}}\right) \quad (2.1)$$

де R_j – сума рейтингових оцінок конкретного регіону за кожним з показників, що характеризують окремий напрям діяльності; x_{ij} – значення і-го показника j-го регіону; x_{maxi} – максимальне значення і-го показника; x_{mini} – мінімальне значення і-го показника.

Перша частина формули використовується для оцінки показників, підвищення яких має позитивне значення (наприклад, дохід від надання туристичних послуг), друга частина – для оцінки показників, підвищення яких має негативне значення (наприклад, витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій).

Визначення середнього арифметичного значення суми рейтингових

оцінок конкретного регіону за всіма показниками щорічної оцінки, що характеризують окремий напрям діяльності, здійснюється за формулою:

$$R_{cpj} = \frac{R_j}{n} \quad (2.2)$$

де R_{cpj} – середнє арифметичне суми рейтингів конкретного регіону за всіма показниками окремого напряму; n – кількість показників, за якими проводився розрахунок за окремим напрямом.

За результатами розрахунків визначається інтегральна рейтингова оцінка як середнє арифметичне значення суми рейтингових оцінок конкретного регіону за всіма напрямами за формулою:

$$I_j = \frac{\sum_1^m R_{cpj}}{m} \quad (2.3)$$

де I_j – середнє арифметичне суми рейтингів конкретного регіону за всіма напрямами; m – кількість напрямів, за якими проведено розрахунок.

Лаврентьєв М.М. пропонує ввести усереднення за показниками кожного напряму за останні 3 роки та здійснити ранжування за усередненими показниками за кожним напрямом з урахуванням вагових коефіцієнтів за кожним показником [86]. Рейтинг, побудований на таких підходах, буде показувати більш реалістичний розподіл регіонів за їх соціально-економічним станом, позбавлений різких змін позицій у рейтингу, як це можливо при застосуванні річного підходу з використанням даних за останній період.

За вдосконаленою Методикою проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації державної регіональної політики Лаврентьєва М.М., пропонується рейтингову оцінку інноваційно-туристичного потенціалу проводити шляхом порівняння відхилень значень усереднених за останні 3 роки показників за кожним конкретним регіоном від їх найкращих значень за регіонами за відповідний (звітний) період та відповідне ранжування регіонів від 1-го до n-го місця.

Знизити значні відхилення рейтингової оцінки за певними регіонами при застосуванні різної кількості показників оцінки можливо шляхом введення вагового коефіцієнта за кожним показником оцінки.

Лаврентьєв М.М. пропонує здійснювати рейтингову оцінку на основі розрахунку відносних відхилень показників кожного регіону від максимальних та мінімальних значень таких показників інших регіонів, скорегований на ваговий коефіцієнт показника за наступною формулою:

$$R_i = (\sum_{i=1}^{n} \frac{\bar{x}_{ij} - \bar{x}_{mini}}{\bar{x}_{maxi} - \bar{x}_{mini}}) * \omega i + (\sum_{i=1}^{n} \frac{\bar{x}_{maxi} - \bar{x}_{ij}}{\bar{x}_{maxi} - \bar{x}_{mini}}) * \omega i \qquad (2.4)$$

$$\bar{x}_{ij} = \frac{\sum_{r=1}^{3} x_{ij}^{r}}{3}$$

де R_j – сума рейтингових оцінок конкретного регіону за кожним з показників, що характеризують окремий напрям діяльності; X_{ij} – усереднене за останні 3 роки значення і-го показника j-го регіону; X_{maxi} – усереднене за останні 3 роки максимальне значення і-го показника; X_{mini} – усереднене за останні 3 роки мінімальне значення і-го показника; ω_i – ваговий коефіцієнт важливості показника в межах напряму.

Перша частина формули використовується для оцінки показників, підвищення яких має позитивне значення, друга частина – для оцінки показників, підвищення яких має негативне значення.

Доповнимо показник рейтингової оцінки на основі розрахунку відносних відхилень показників кожного регіону від максимальних та мінімальних значень таких показників інших регіонів Лаврентьєва М.М. ваговим коефіцієнтом напряму (блоку), що визначає ступінь його важливості:

$$R_i = (\sum_{i=1}^{n} \frac{\bar{x}_{ij} - \bar{x}_{mini}}{\bar{x}_{maxi} - \bar{x}_{mini}}) * \omega i * \omega j + (\sum_{i=1}^{n} \frac{\bar{x}_{maxi} - \bar{x}_{ij}}{\bar{x}_{maxi} - \bar{x}_{mini}}) * \omega i * \omega j \qquad (2.5)$$

де ω_j – ваговий коефіцієнт важливості кожного напряму (блоку).

Відповідно до алгоритму, побудова рейтингу складається з наступних етапів.

1. На першому етапі здійснюється усереднення показників за останні три роки та виконується розрахунок відносних відхилень показників кожного регіону від максимальних та мінімальних значень таких показників інших регіонів.

2. На другому етапі визначаються вагові коефіцієнти показників:

2.1. В межах кожного напряму (блоку).

2.1.1 Розрахунок вагових коефіцієнтів базується на ранжуванні показників (X_j) для кожного блоку за ступенем їхньої важливості (C_i = 1 – найбільш важливий показник, C_i = 2 – менш важливий показник тощо).

Розрахунок вагових коефіцієнтів показників у межах кожного напряму (блоку) здійснюється за формулою:

$$\omega_i = 1 - \frac{C_i - 1}{K} \tag{2.6}$$

де К – кількість показників у блоці.

2.1.2. Нормування вагових коефіцієнтів здійснюється за формулою:

$$\widehat{\omega}_i = \frac{\omega_i}{\sum \omega_i} \tag{2.7}$$

2.2. В межах аналізованих напрямів (блоків). Проводиться розрахунок вагових коефіцієнтів порівнюваних областей за кожним показником для кожного з чотирьох блоків (ω_{ij}).

2.3. У кожному блоці розраховується узагальнений показник для кожної області за наступною формулою:

$$\bar{X}_{\text{обл}} = \widehat{\omega}_i \times R_{ij} \tag{2.8}$$

3. На третьому етапі здійснюється розрахунок узагальненого показника для кожної з порівнюваних областей.

3.1. Ранжування блоків показників за ступенем їхньої важливості (C_j = 1 – найбільш важливий показник, C_j = 2 – менш важливий показник тощо).

3.2. Розрахунок вагових коефіцієнтів блоків показників здійснюється за формулою:

$$\omega_j = 1 - \frac{C_j - 1}{K} \tag{2.9}$$

де К – число блоків показників.

3.3. Нормування вагових коефіцієнтів здійснюється за формулою:

$$\widehat{\omega}_j = \frac{C_j}{\sum C_j} \tag{2.10}$$

4. На четвертому етапі проводиться розрахунок комплексного показника для кожної з областей шляхом множення рейтингової оцінки на основі відносних відхилень показників кожного регіону від максимальних та мінімальних значень інших регіонів за кожним блоком для кожної області на нормовані вагові коефіцієнти блоків із наступним підсумовуванням отриманих добутків.

Побудова рейтингу передбачає процедуру ранжирування показників всередині кожного блоку, а також ранжування блоків за ступенем їхньої важливості. Нами були присвоєні ранги C_j показникам X_j всередині кожного з 4 блоків за ступенем важливості для оцінки інноваційного потенціалу області в сфері туризму (С = 1 – найбільш важливий показник, С = 2 – менш важливий показник і т.д.). Результати ранжирування представлені в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Результати ранжирування показників у блоках

Блок 1		Блок 2		Блок 3							Блок 4		
C_{11}	C_{12}	C_{21}	C_{22}	C_{31}	C_{32}	C_{33}	C_{34}	C_{35}	C_{36}	C_{37}	C_{41}	C_{42}	C_{43}
1	2	2	1	3	1	2	5	6	4	7	1	3	2

Джерело: виконано автором

Аналогічним чином присвоєні ранги (C_j) блокам показників $(Б_j)$. Результати ранжирування представлені в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Результати ранжирування блоків показників

C_1	C_2	C_3	C_4
1	4	2	3

Джерело: виконано автором

Дана система рейтингової оцінки має ряд особливостей, одна з яких полягає в тому, що на ранжування показників за важливістю значний вплив може здійснювати суб'єктивна думка дослідника. З іншого боку це надає

системі оцінки більшої гнучкості, дозволяючи складати рейтинг з урахуванням особливостей його подальшого застосування.

Побудуємо рейтинг вихідних умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу областей.

І. На першому етапі проводиться розрахунок комплексного показника для кожного з чотирьох блоків.

Був проведений розрахунок вагових коефіцієнтів (ω_i) за формулою (6) і нормування вагових коефіцієнтів ($\widehat{\omega}_i$) показників кожного з 4-х блоків за формулою (2.7). Результати розрахунків представлені в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Розрахунок і нормування вагових коефіцієнтів показників у блоках

X_j	X_{11}	X_{12}	X_{21}	X_{22}	X_{31}	X_{32}	X_{33}	X_{34}	X_{35}	X_{36}	X_{37}	X_{41}	X_{42}	X_{43}
ω_i	1	0,5	0,5	1	0,71	1	0,86	0,43	0,29	0,57	0,14	1	0,33	0,66
$\widehat{\omega}_i$	0,67	0,33	0,33	0,67	0,18	0,25	0,22	0,11	0,07	0,14	0,04	0,5	0,17	0,33

Джерело: виконано автором

ІІ. На другому етапі необхідно провести розрахунок вагових коефіцієнтів порівнюваних областей за кожним показником для кожного з чотирьох блоків, а також розрахувати узагальнені показники для кожної області для всіх чотирьох блоків.

1. В табл. 2.6 наведені результати розрахунку усередненої рейтингової оцінки на основі відносних відхилень показників кожного регіону від максимальних та мінімальних значень досліджуваних областей (Дніпропетровської, Полтавської, Черкаської, Кіровоградської та Запорізької) за показниками кожного з чотирьох блоків, які характеризують умови розвитку інноваційно-туристичного потенціалу. Так як операційні витрати суб'єктів туристичної діяльності у Полтавській області перевищують дохід від надання туристичних послуг, показник рентабельності має від’ємне значення, під час визначення рейтингової оцінки на основі відносних відхилень

показників кожного регіону від максимальних та мінімальних значень інших регіонів для Полтавської області приймемо показник рентабельності на нульовому рівні.

Таблиця 2.6

Результати розрахунку рейтингової оцінки на основі відносних відхилень показників кожного регіону (середнє значення за 3 роки)

Область	X_{11}	X_{12}	X_{21}	X_{22}	X_{31}	X_{32}	X_{33}	X_{34}	X_{35}	X_{36}	X_{37}	X_{41}	X_{42}	X_{43}
Дніпропетровська	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,53	0,24	0,74	0,14	0,26	0,60	1	1
Полтавська	0,00	0,22	0,02	0,02	0,42	0,00	0,24	0,16	0,41	0,00	0,37	0,20	1	0
Черкаська	0,10	0,00	0,13	0,08	0,23	0,24	0,00	0,34	0,22	1,00	0,00	0,00	1	1
Кіровоградська	0,00	0,04	0,00	0,00	0,00	0,03	0,00	0,00	0,00	0,04		0,00	0	0
Запорізька	0,30	0,13	0,48	0,53	0,49	0,61	1,00	1,00	1,00	0,74	1,00	1,00	1	1

Джерело: виконано автором

2. Розрахуємо узагальнений показник для кожного з порівнюваних областей ($X_{обл}$) всередині кожного з 4-х блоків за формулою (2.7).

2.1. Розрахуємо узагальнений показник для кожного з порівнюваних областей ($X_{обл}$) всередині 1-го блоку.

$X_{Дн}$= 1*0,67+1*0,33 = 1

$X_{Пол}$ = 0*0,67+0,22*0,33 = 0,07

$X_{Чер}$ =0,1*0,67+0*0,33 = 0,07

$X_{Кір}$ = 0*0,67+0,04*0,33 = 0,01

$X_{Зап}$ = 0,3*0,67+0,13*0,33 = 0,24

2.2. Розрахований узагальнений показник для кожного з порівнюваних областей ($X_{обл}$) всередині 2-го блоку.

$X_{Дн}$= 1*0,33+1*0,67= 1

$X_{Пол}$ = 0,02*0,33+0,02*0,67= 0,02

$X_{Чер}$ = 0,13*0,33+0,08*0,67= 0,1

$X_{Кір}$ = 0*0,33+0*0,67 = 0

$X_{Зап}$ =0,48*0,33+0,53*0,67= 0,51

2.3. Розрахований узагальнений показник для кожної з порівнюваних областей ($X_{обл}$) всередині 3-го блоку.

$X_{Дн}$= 1*0,18+1*0,25+0,53*0,22+0,24*0,11+0,74*0,07+0,14*0,14+0,26*0,04 = 0,65

$X_{Пол}$ = 0,42*0,18+0*0,25+0,24*0,22+0,16*0,11+0,41*0,07+0*0,14+0,37*0,04= 0,19

$X_{Чер}$ = 0,23*0,18+0,24*0,25+0*0,22+0,34*0,11+0,22*0,07+1*0,14+0*0,04 = 0,29

$X_{Кір}$ = 0*0,18+0,03*0,25+0*0,22+0*0,11+0*0,07+0,96*0,14+0*0,04 = 0,14

$X_{Зап}$ = 0,49*0,18+0,61*0,25+1*0,22+1*0,11+1*0,07+0,74*0,14+1*0,04 = 0,8

2.4. Розрахований узагальнений показник для кожної з порівнюваних областей ($X_{обл}$) всередині 4-го блоку. Динаміка зміни узагальненого показника наведена у табл. 2.6.

$X_{Дн}$= 0,6*0,5+1*0,17+1*0,33 = 0,8

$X_{Пол}$ =0,2*0,5+1*0,17+0*0,33 = 0,27

$X_{Чер}$ = 0*0,5+1*0,17+1*0,33 = 0,5

$X_{Кір}$ = 0*0,5+0*0,17+0*0,33 = 0

$X_{Зап}$ = 1*0,5+1*0,17+1*0,33 = 1

III. На третьому етапі здійснюється розрахунок узагальненого показника для кожної з порівнюваних областей.

1. Розрахуємо вагові коефіцієнти блоків показників за формулою (2.9) і виконаємо нормування вагових коефіцієнтів блоків показників з використанням формули (2.10).

Таблиця 2.7

Динаміка зміни узагальненого показника за період 2017-2019 рр.

Область	$X_{обл}$			
Дніпропетровська	1	1	0,65	0,8
Полтавська	0,07	0,02	0,19	0,27
Черкаська	0,07	0,1	0,29	0,5
Кіровоградська	0,01	0	0,14	0
Запорізька	0,24	0,51	0,78	1

Джерело: виконано автором

Таблиця 2.8

Результати розрахунку і нормування вагових коефіцієнтів блоків показників

$Б_i$	$Б_1$	$Б_2$	$Б_3$	$Б_4$
C_i	1	0,25	0,75	0,5
$\hat{C}_i$	0,4	0,1	0,3	0,2

Джерело: виконано автором

IV. На четвертому етапі проводиться розрахунок комплексного показника для кожної з порівнюваних областей ($X_{обл}$).

$X_{Дн}$= 1*0,4+1*0,1+0,65*0,3+0,8*0,2 = 0,86

$X_{Пол}$ = 0,07*0,4+0,02*0,1+0,19*0,3+0,27*0,2 = 0,14

$X_{Чер}$ = 0,07*0,4+0,1*0,1+0,29*0,3+0,5*0,2 = 0,23

$X_{Кір}$ = 0,01*0,4+0*0,1+0,14*0,3+0*0,2 = 0,05

$X_{Зап}$ = 0,24*0,4+0,51*0,1+0,78*0,3+1*0,2 = 0,58

Визначимо рейтинг областей (табл. 2.9, 2.10). Таким чином, проведені розрахунки дають підстави стверджувати, що Дніпропетровський регіон займає лідируючу позицію серед п’яти регіонів за рівнем вихідних умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу.

Таблиця 2.9

Результати оцінки областей за рівнем вихідних умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу

Область	$X_{обл}$	Місце у рейтингу
Дніпропетровська	0,86	1
Полтавська	0,14	4
Черкаська	0,23	3
Кіровоградська	0,05	5
Запорізька	0,58	2

Джерело: виконано автором

На підставі проведеної оцінки можна зробити висновок про доцільність та перспективність впровадження кластерного формату розвитку туристичної

сфери, про наявність для цього сприятливих стартових умов, які підвищують імовірність отримання успішного результату і дозволять у повній мірі реалізувати наявний у Дніпропетровському регіоні інноваційно-туристичний потенціал.

Таблиця 2.10

Рейтинг областей за рівнем вихідних умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу

Місце у рейтингу	Область
1	Дніпропетровська
2	Запорізька
3	Черкаська
4	Полтавська
5	Кіровоградська

Джерело: виконано автором

Дані свідчать, що наведений у табл. 2.10 рейтинг за рівнем вихідних умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу регіонів повністю співпадає з їхнім рейтингом за кількістю населення. Не будемо заперечувати той факт, що кількісна оцінка обраних показників логічно залежить від людського потенціалу регіонів, що переважно і вплинуло на підсумковий результат. Але цей факт лише підтверджує те, що джерелом інноваційної ідеї та активними носієм інформації інноваційного характеру є людина, яка у подальшому трансформує цю ідею у конкретний результат (інноваційний продукт), знову ж таки, за допомогою інших людей.

Таким чином, рейтингування фактично відображає результат діалектичного перетворення кількості у якість, тобто, коли збільшення концентрації носіїв інтелекту у певному місці, завдяки зростанню кількості і, відповідно, конкуренції ідей і думок, активізує мисленнєві процеси і підвищує ймовірність появи інноваційної ідеї як результату нешаблонного перетворення вхідної інформації на вихідну за умови адекватного врахування наявних умов і обмежень. До цього потрібно додати таку властивість наукового середовища як доцентровість його учасників, тобто, коли носії наукових думок

концентруються в умовному центрі з метою спрощення контактів і процесу обміну думками, що значно підвищує ймовірність появи принципово нових ідей і підходів до вирішення традиційних задач.

Але у будь-якому випадку, з огляду на очевидно неодиничну кореляцію вказаного вище діалектичного зв'язку між кількістю і якістю, означена залежність між кількістю населення регіону і рівнем його вихідних умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу, на нашу думку, не є жорсткою. Це, у свою чергу, не дозволяє розглядати рейтинг регіонів за кількістю населення у якості їхнього рейтингу за рівнем вихідних умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу. Тому для даного дослідження будемо розглядати цей факт як випадковий збіг.

Подальша логіка дослідження дозволяє розширити і уточнити зроблений висновок про доцільність та перспективність впровадження кластерного формату розвитку туристичної сфери у певних регіонах. У своїй сукупності інноваційний потенціал підприємств і організацій туристичної сфери, що представлені у регіоні, складає регіональний інноваційно-туристичний потенціал. При цьому не існує ніяких обмежень щодо участі компаній даної сфери з інших регіонів у створенні інноваційних туристичних продуктів, територіально належних до конкретної місцевості. Такі компанії можуть здійснювати управлінську підтримку проєкту, що реалізується в рамках туристичного кластеру, надавати йому інформаційні, фінансові, страхові, юридичні, аудиторські або консультаційні послуги [100]. Тобто, вони можуть виконувати ряд універсальних або уніфікованих функцій, реалізація яких не вимагає фізичної присутності виконавця у безпосередній близькості до об'єкту впливу (взаємодії), і в той же час сприяти досягненню якісно нового рівня інноваційного потенціалу туристичного кластеру і, відповідно, регіонального інноваційно-туристичного потенціалу.

Це, у свою чергу, дозволяє стверджувати, що за умов кластерного формату розвитку туристичної сфери інноваційно-туристичний потенціал регіону набуває екстериторіального характеру, що зумовлено відносною

необмеженістю та потенційною відкритістю щодо участі у його формуванні в рамках кластерів. Продовжуючи даний висновок, можна говорити, що розвиток кластерів суттєво змінює умови середовища, у якому вони функціонують. Тобто, спостерігається циклічність впливу за послідовністю «середовище → умови функціонування об'єкту → об'єкт → середовище».

З іншого боку, це дозволяє стверджувати про умовну необмеженість інноваційно-туристичного потенціалу регіону, зумовлену теоретично безмежною кількістю як кластерних об'єднань, так і їх учасників та, відповідно, необмеженою кількістю інноваційних проєктів туристичних продуктів, які можуть бути розроблені і реалізовані у результаті діяльності кластерів.

Вказана вище циклічність зв'язку «середовище – об'єкт», пов'язана з перспективою впровадження кластерного формату розвитку туристичної сфери регіону, ускладнює точну оцінку умов розвитку його інноваційно-туристичного потенціалу. Тому можна казати про певну статичність здійсненої оцінки, яка у більшій мірі відображає ряд базових вихідних умов, що уможливлюють реалізацію наявного у поточний момент потенціалу. Подальший розвиток процесів кластероутворення у розглянутих регіонах з великою імовірністю приведе до змін кількісних та якісних характеристик розглянутих показників та, скоріш за все, розширить їхній перелік.

Інноваційна природа діяльності кластерних об'єднань, зумовлена інноваційним характером продукції, яка виробляється підприємствами в результаті кластерного формату взаємодії, на нашу думку, веде до певних перетворень у складових інноваційно-туристичного потенціалу регіону. Перш за все, мова йде про зростання професійного рівня кадрового складу цих підприємств, про підвищення стандартів корпоративної та професійної взаємодії, стандартів управління і рівня якості управлінських рішень [92].

Також відбувається покращення якісних характеристик науково-освітнього потенціалу. Поглиблюється ступінь наукової розробки питань туристичної проблематики регіону, зростають масштаби відповідних науково-

дослідницьких робіт, відбувається інтенсифікація досліджень історико-культурних, природно-геологічних особливостей території регіону у контексті збільшення його туристично-рекреаційних можливостей. Це, у свою чергу, актуалізує необхідність наукових дискусій щодо проблем розвитку інноваційно-туристичного потенціалу регіону, що виражається у збільшенні кількості відповідних конференцій, симпозіумів, семінарів та форумів. Підготовка фахівців туристичної сфери у закладах професійної освіти набуває більшої інформаційної насиченості та прикладного характеру. Майбутні спеціалісти при цьому набувають можливість отримання практичного досвіду діяльності, орієнтованої на кластерну модель розвитку.

Зростання якості підприємницького середовища, зумовлене активністю кластерів, збільшить потенційні вимоги до характеру співпраці і взаємодії бізнесу та влади, якості інституційного забезпечення процесу підприємницької діяльності, і не тільки в рамках реалізації кластерних ініціатив. Позитивний досвід діяльності кластерів повинен стати взірцем моделі державно-приватного та муніципально-приватного партнерства для її розповсюдження за межі кластерного формату і стимулювати переведення цих відносин у якісно нову площину вже у більших масштабах [54; 153].

Таким чином, на нашу думку, активізація процесу кластеризації туристично-рекреаційної сфери регіону спричиняє виникнення ефекту спіралеподібної трансформації умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу регіону через підвищення кількісних і якісних характеристик окремих складових цього потенціалу, яке відбувається внаслідок результативної співпраці учасників туристичних кластерів (рис. 2.6).

Діяльність кластерів стає джерелом інформаційних потоків, за допомогою яких оцінюється ефективність кластерів, формуються відповідні аналітичні матеріали, які використовуються далеко за межами регіону, тим самим ініціюючи процеси інформаційного обміну, залучаючи зовнішні інвестиційні, наукові, кадрові й інші ресурси у туристичну сфера регіону та надаючи свої ресурси у розпорядження кластерних об’єднань інших регіонів.

Тому можна говорити про певні ефекти, що мають інформаційну природу, і результати яких носять «надкластерний» характер. Таким чином, можна зробити висновок про можливість посилення інноваційно-туристичного потенціалу регіону за рахунок взаємодії елементів зовнішнього середовища.

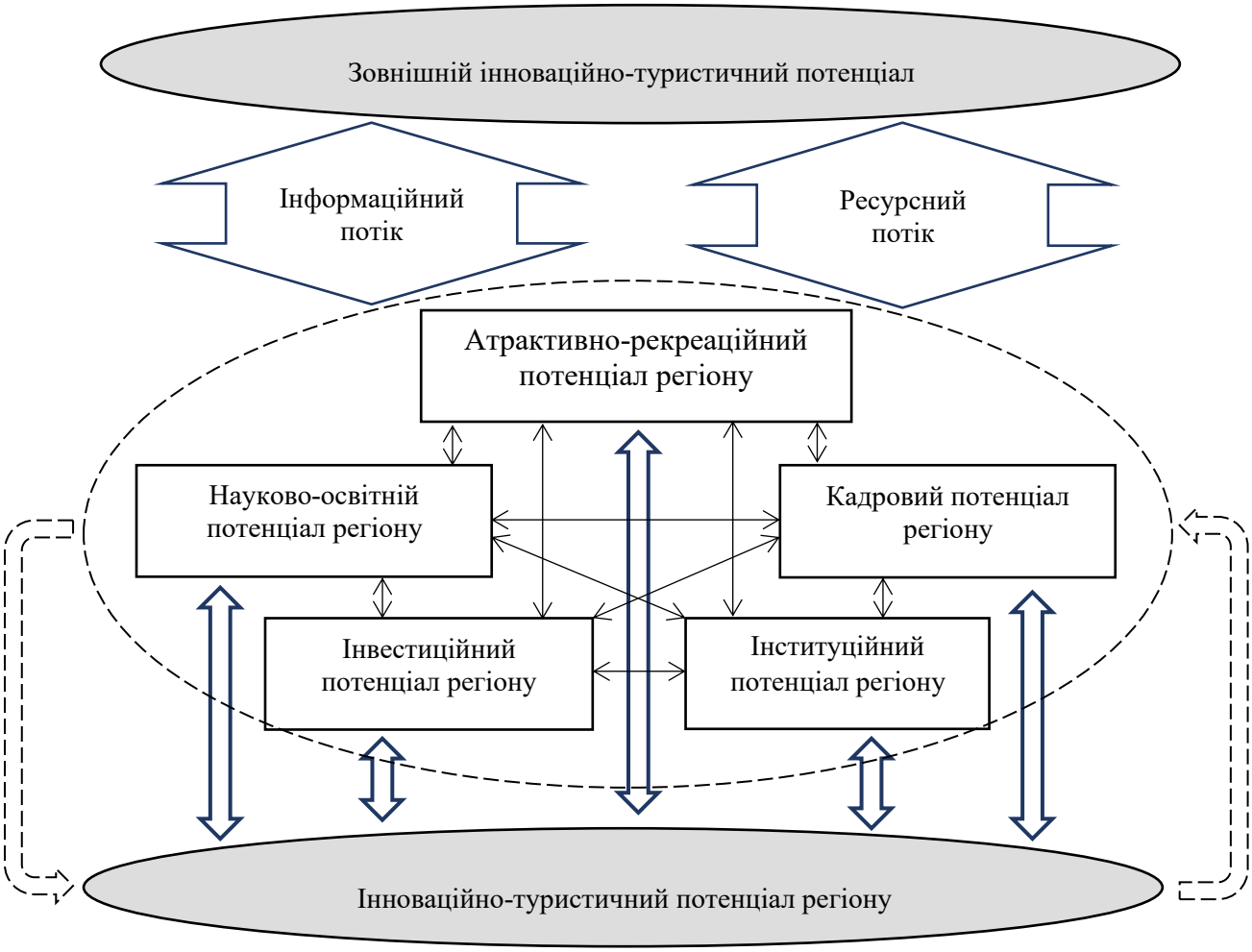


Рис. 2.6. Схема циклічного розвитку інноваційно-туристичного потенціалу регіону

Джерело: розроблено автором

Аналізуючи рис. 2.6, реалізація зустрічного впливу зростаючої величини інноваційно-туристичного потенціалу регіону на величину окремих його складових, забезпечить запуск процесу, що самопідсилюється. При цьому інтенсивність таких процесів у різних регіонах може бути різною і буде

залежати, перш за все, від активності місцевої влади, самоврядних професійних організацій та бізнес-структур у напрямі створення сприятливого інституційного середовища. У результаті можна отримати ситуацію, коли регіони, які в умовній точці відліку мали не найбільш сприятливі умови розвитку інноваційно-туристичного потенціалу, завдяки активному розвитку туристичних кластерів опиняться у лідерах рейтингу за рівнем інноваційно-туристичного потенціалу.

Продовжуючи зроблений висновок, відзначимо, що наявність сприятливого інституційного середовища є «вузьким» місцем процесу циклічного розвитку цього потенціалу у кластерному форматі. На нашу думку, саме якість інституційного забезпечення інноваційного розвитку виступає ключовою умовою започаткування та подальшої інтенсифікації інноваційних процесів у кластерному форматі туристичної сфери.

На початкових етапах створення туристичних кластерів вимоги до кадрового забезпечення не надто високі. У будь-якому регіоні присутні суб’єкти підприємницької діяльності, які спеціалізуються на туристичному бізнесі, і які мають у своєму розпорядженні професійні кадри.

Компоненти науково-освітнього та інвестиційного потенціалу не обов’язково повинні володіти ознакою приналежності до території діяльності кластеру, адже, можуть бути залучені із зовні. Отже, можна вважати, що кадрова, науково-освітня та інвестиційна компоненти представлені у кожному регіоні у тій мірі, яка є достатньою для започаткування взаємодії у кластерному форматі.

Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» [55], результатом інноваційної діяльності можуть бути або знов створені або удосконалені (тобто, існуючі до моменту інноваційного перетворення) об’єкти. Отже, наявність вже існуючих до моменту створення кластеру об’єктів атрактивно-рекреаційного потенціалу також не є критичною умовою, адже їхнє створення і є метою започаткування і функціонування кластерних об’єднань. Хоча й, як було зазначено вище, існування таких об’єктів спрощує

новостворенним кластерним об’єднанням досягнення запланованих цілей завдяки використанню існуючих туристичних потоків.

Таким чином, проведений аналіз дозволяє зробити висновок про ключовий характер інституційного потенціалу у забезпеченні ініціації кластероутворюючих процесів та їхнього подальшого спіралеподібного циклічного розвитку. Формування комплексу елементів інституційного середовища, доповнених активними діями органів місцевої влади, спрямованими на інтенсифікацію взаємодії з бізнес-структурами у рамках муніципально-приватного партнерства, здійснює активуючий вплив на процеси започаткування кластерів [76; 89].

Подальше функціонування кластерних об’єднань безумовно підвищуватиме вимоги до якості інституційного забезпечення цих процесів, що, у свою чергу, вимагатиме його відповідного удосконалення, тим самим забезпечуючи циклічність і сталість діалектичного розвитку кластерів. Зацікавленість місцевої влади у такій взаємодії ґрунтується на необхідності соціально-економічного розвитку територій, підвищенню ступеня їхньої інвестиційної привабливості, покращення ділового клімату, зростання рівня зайнятості.

2.3. Дослідження можливостей розвитку підприємств туристичної сфери в Дніпропетровському регіоні з використанням кластерного підходу

Дніпропетровський регіон України має всі ознаки території зі значним туристичним потенціалом [119]. Тому, на наш погляд є сенс в тому, щоб розглянути можливість інноваційного розвитку підприємств сфери туризму на основі кластерного підходу, саме в цьому регіоні.

Перш за все, проведемо аналіз поточного стану туристичної сфери Дніпропетровського регіону, який визначає умови її подальшого існування і розвитку за інформацією Головного управління статистики у Дніпропетровській області, яка, нажаль, включає дані лише до 2020 року (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Кількість туристів Дніпропетровського регіону, обслугованих туроператорами та турагентами (за видами туризму)

Рік	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього	у тому числі		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
2000	49869	1588	6909	41372
2001	75922	12687	10686	52549
2002	88873	11155	12494	65224
2003	125421	12004	15665	97752
2004	103177	11711	17293	74173
2005	103320	17189	21332	64799
2006	125408	14772	35543	75093
2007	168431	15676	81120	71635
2008	164461	8656	82820	72985
2009	105725	4873	49897	50955
2010	105413	1122	48788	55503
2011	64476	16	45939	18515
2012	68303	105	52983	15215
2013	81249	28	68504	12717
2014	56803	—	49540	7263
2015	46121	—	38926	7195
2016	57770	—	49994	7776
2017	75526	1	68043	7482
2018	116981	—	107752	9229
2019	154215	2	136215	17998
2020	78100	—	73202	4898

Джерело: [110]

Відповідно до представлених даних, внутрішній туристичний потік перевищував виїзний у періодах 2000-2006 рр. та 2009-2010 рр. Починаючи з 2011 року виїзний потік впевнено переважав над внутрішнім туристичним потоком. Максимум активності регіонального в’їзного туризму спостерігався у 2005 р., після чого до 2014 р. відбулося майже повне його зникнення, що було пов’язано із початком повномасштабного військового вторгнення російської федерації. Як свідчать дані, в’їзний туристичний потік до 2020 р. так і не відновився.

У періоді 2000-2020 рр. спостерігалось два піки туристичного потоку, один з яких прийшовся на 2007-2008 рр., а другий – на 2019 р. При цьому якщо у періоді 2007-2008 рр. ці пікові значення стосувались всіх категорій туристичного потоку – внутрішнього, виїзного і в'їзного, то у 2019 р. – тільки виїзного та внутрішнього. Для пікового періоду 2008-2009 рр. наступне після тривалого зростання стрімке падіння туристичного потоку було пов'язано зі світовою економічної кризою, яка суттєво вплинула на соціально-економічний стан нашої країни і доходи населення. Перші ознаки післякризового відновлення туристичної сфери Дніпропетровського регіону з'явилися лише у 2017 р.

Зростання туристичного потоку продовжилось до 2019 р. і було перерване наростаючою пандемією COVID-19 та відповідними обмежувальними заходами, наслідки яких для туристичної сфери стали особливо відчутні у 2020 р. [103]. Очевидною є різна чутливість до вказаних стресових соціально-економічних станів попиту на виїзні тури, порівняно із попитом на внутрішній туризм. Наслідком кризи 2009 р. стало стрімке падіння валютного курсу гривні, що у значно більшій мірі привело до падіння попиту на виїзний туризм відносно попиту на внутрішній. У випадку обмежувальних заходів 2020 р. темпи падіння попиту на внутрішній туризм суттєво перевищили темпи падіння попиту на виїзний, що свідчить про значно меншу жорсткість дотримання вимог карантинних обмежень у країнах, куди спрямовується найбільший зовнішній туристичний потік – Туреччині та Єгипті. Таким чином, можна зробити висновок про більшу стійкість виїзного туристичного потоку до стресових соціально-економічних станів (військові дії, карантинні обмеження тощо), і максимально високу чутливість до вказаних факторів в'їзного туристичного потоку. Внутрішній туризм на цій умовній шкалі займає проміжну позицію і, як свідчать дані поточного періоду, найбільшому негативному впливу піддається у випадку військових дій на території країни або введення організаційних обмежень медико-санітарного характеру (карантину) і, в меншій мірі, внаслідок падіння рівня життя

(особистих доходів).

Дані, які характеризують кількість туристичних операторів і туристичних агентів у 2018-2020 рр., наведені у табл. 2.12. Вони свідчать про тенденцію зниження кількості підприємницьких структур туристичної сфери, які працюють як юридичні особи, і збільшення кількості підприємців – фізичних осіб. Вказана тенденція, ймовірніше за все, пов'язана з особливостями оподаткування підприємницької діяльності і свідчить про бажання туристичного бізнесу мінімізувати власне податкове навантаження.

Таблиця 2.12

Кількість туроператорів та турагентів у Дніпропетровському регіоні за період 2018-2020 рр.

Рік	Кількість туристичних операторів і туристичних агентів		
	2018 р.	2019 р.	2020 р.
Юридичні особи	119	111	109
Фізичні особи-підприємці	297	318	322

Джерело: складено автором за даними [114]

У табл. 2.13 наведені дані, які ілюструють потенціал колективних засобів розміщування (КЗР) Дніпропетровського регіону у 2018-2020 рр. Очевидно, що впродовж досліджуваного періоду кількість КЗР і, відповідно, кількість місць у них коливалась синхронно до попиту. Його зростання у 2018-2019 рр. було перервано пандемією, що спричинило зменшення й кількості КЗР у 2020 р. Характерно, що при зменшенні кількості КЗР у 2020 р. на 8,5% зниження кількості місць у них становило 38,4%. При цьому зменшення кількості осіб, що перебували у КЗР у 2020 році, становило 60%. Очевидно, що дане зменшення кількості КЗР відбулося переважно за рахунок великих учасників ринку, які скоріше за все, переорієнтували свій бізнес на надання належних їм площ у оренду, зокрема, у якості офісних приміщень.

Із наведених даних можна зробити два висновки. По-перше, великі учасники ринку мають більш високу стійкість до коливань кон'юнктури туристичного ринку з огляду на більшу можливість переорієнтації на інші

ринки. Таким чином, завдяки своїй гнучкості, саме великі учасники ринку КЗР формують резерв місць розміщення туристів на внутрішньому регіональному туристичному ринку, забезпечуючи гнучкість всього ринку КЗР і його адаптацію під мінливий туристичний потік.

Таблиця 2.13

Колективні засоби розміщування Дніпропетровського регіону (юридичні особи, відокремлені підрозділи юридичних осіб)

Рік	Кількість колективних засобів розміщування, од	Темп зміни до попер попер року, %	Кількість місць у колективних засобах розміщування, од	Темп зміни до попер попер року, %	Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування	Темп зміни до попер попер року, %
2018	93	-	11826	-	383907	-
2019	106	114,0	13070	110,5	377294	98,3
2020	87	91,5	8047	61,6	151077	40,0

Джерело: складено автором за даними [110]

По-друге, очевидними є більш висока конкурентоздатність і цінова гнучкість малих учасників ринку КЗР, які виграють у великих учасників конкурентну боротьбу за споживача. Але, з огляду на суттєве переважання темпів зменшення кількості осіб, що перебували у КЗР (60%) над темпами зниження кількості місць у них (38,4%), можна стверджувати про загальне зниження завантаженості КЗР. Тобто, не дивлячись на більшу конкурентоздатність дрібних учасників ринку, саме вони виявились найбільш економічно вразливими до карантинних обмежень та відповідного зниження ринкової кон’юнктури.

Також, звертає на себе увагу відмінність цифр щодо кількості осіб, що перебували у КЗР за даними табл. 2.13, та кількості внутрішніх туристів у регіоні за даними табл. 2.12. Суттєва відмінність цих значень свідчить про різницю між потоком туристів, які скористувались послугами туристичних посередників, та реальною кількістю людей, які здійснили внутрішні туристичні подорожі у Дніпропетровський регіон. на користь варіанту

самостійного вибору траєкторії внутрішнього туризму, свідчить про те, що:

– користувачами внутрішнього туризму виступають переважно люди з середнім і нижче рівнем добробуту (доходу);

– значна кількість внутрішніх туристів користується послугами незареєстрованих (переважно, індивідуальних) і, відповідно, більш дешевих засобів розміщення;

– споживачі не бажають сплачувати посереднику за послугу, яка не володіє заявленою цінністю, і яку вони здатні виконати самостійно;

– посередник пропонує стандартний і давно відомий набір варіантів внутрішніх подорожей (атракцій), які не викликають у споживача інтересу і бажання скористатись його послугою, а, тим більше, сплачувати за неї.

До речі, останні два твердження пояснюють причину того, чому туристичні фірми та агенти фокусують свою діяльність саме на виїзному туризмі, тобто, коли послуга посередника у очах споживача має цінність (і не тільки інформаційну), і він готовий за неї платити, а перелік варіантів маршрутів подорожей або варіантів відпочинку необмежений і залежить лише від бюджету споживача.

Очевидно, що споживчою цінністю буде володіти право хоча б обмеженої виключності доступу посередника до певного унікального туристичного маршруту чи атракції. Така можливість може з’явитись у посередника, якщо він стане учасником ланцюга реалізації інноваційного туристичного продукту, яким за своєю природою є кластерний продукт.

В туристичній сфері регіону в досліджуваному періоді простежується певне зростання обсягів наданих послуг, проте він менший, ніж у промисловому сектору. Відповідно, приріст наданих туристичних послуг у 2017 р. порівняно з попереднім роком склав 17,2%, у 2018 р. - 16,1%, у 2019 р. - 17,5%, у 2020 р. - 13,3% [110]. Найбільш представленим напрямом сфери туризму регіону є виїзний туризм.

На підставі проведеного аналізу соціально-економічного потенціалу Дніпропетровського регіону були визначені сильні і слабкі сторони, а також загрози і можливості перспективного розвитку регіону (Додаток И).

Варто відмітити, що динаміка розвитку регіону в цілому є позитивною. Тому, підприємства сфери туризму Дніпропетровського регіону мають потенціал для ефективного розвитку на основі об'єднання в кластери. Необхідно врахувати той факт, що розвиток підприємств сфери туризму в кластерах в перспективі може вирішити численні проблеми, наявні в регіоні:

– знос основних фондів готельно-ресторанного комплексу і загалом сфери послуг (більш ніж на 60%), при цьому, підприємства не мають фінансових ресурсів для модернізації і впровадження новітніх технологій;

– безробіття, збільшення кількості людей, які знаходяться за межею бідності, зниження платоспроможного попиту;

– співвідношення в'їзного і виїзного туризму визначається не на користь першого. Тому, просування на туристичний ринок інноваційного продукту туристичного кластера здатне змінити негативну тенденцію на користь в'їзного туризму в регіоні;

– погіршення демографічної ситуації, яке посилюється масовим виїздом працездатного населення на роботу за кордон;

– недосконаліть міжбюджетних стосунків: за величиною валового регіонального продукту Дніпропетровський регіон щорічно займає одне з перших місць серед інших регіонів України (тобто, його внесок у формування доходної частини державного бюджету є одним з найбільших), а за рівнем зустрічного потоку – у вигляді субвенцій та субсидій з державного бюджету до бюджету регіону – Дніпропетровська область займає останні позиції серед регіонів України.

Виходячи з цього, пропозицію розвитку підприємств сфери туризму можна розглядати не лише в економічному, але і в соціальному контексті. Це сприятиме рішенню як економічних, так і наболілих соціальних проблем підприємств сфери туризму, і регіону в цілому. Необхідно відмітити, що

реалізація кластерних проєктів може виступити як дієвий інструмент державних органів влади у напрямі формування сприятливих умов соціально-економічного розвитку. Проте враховуючи той факт, що процес об'єднання підприємств сфери туризму Дніпропетровського регіону, незважаючи на позитивний досвід інших українських областей, досі не був розпочатий, можна зробити висновок, що існують чинники, які гальмують процеси розвитку підприємств сфери туризму на основі кластерного підходу.

Виходячи із завдання, що стоїть перед нами, був проведений аналіз і визначені сильні і слабкі сторони, можливості і загрози розвитку регіону та малого бізнесу (Додатки И, К) і науково-освітнього сектора (Додаток Л) Дніпропетровського регіону. У підсумку були отримані, на основі узагальнення, результати анкетування представників підприємств сфери туризму і сфери освіти, яке проводилося з використанням анкетування (питання анкет наведені в Додатку М) і з урахуванням поточного соціально-економічного стану Дніпропетровського регіону. В цілому на основі проведеного аналізу і з урахуванням отриманих результатів можна стверджувати, що підприємства сфери туризму регіону мають можливості для кластерного розвитку. До усіх кластерів доцільно притягати навчальні заклади, компанії фінансового сектора, підприємства з надання спеціалізованих послуг.

Учені, які досліджували кластерний розвиток підприємств, акцентують увагу на тому, що наявність різноманітних економічних, науково-технологічних, географічних та інших чинників не дає впевненості у напрацюванні єдиної універсальної моделі об'єднання підприємств для формування кластерів [21; 29; 38; 64; 69]. Також не існує єдиного шаблону кластера, оскільки міжгалузеві взаємозв'язки підприємств у кожному конкретному випадку унікальні. Крім того, відсутній єдиний універсальний метод розвитку кластерів [36].

На наш погляд, об'єднання підприємств сфери туризму в кластер повинне базуватися на соціально-економічних умовах певного регіону, які

здійснюватимуть значний вплив на діяльність кластерних об’єднань.

Дослідження можливостей розвитку підприємств туристичної сфери Дніпропетровського регіону на основі кластерного підходу доцільно провести за методологією М. Портера, яка передбачає використання моделі «Даймонд», що представляє собою ромб конкурентних переваг, які у своїй взаємодії можуть посилювати або послабляти рівень конкурентних переваг певної території [125].

Модель «Даймонд» характеризує середовище підприємств і інституцій кластеру і включає в себе наступні параметри, аналіз наявності яких у Дніпропетровському регіоні наведемо нижче:

І. Умови формування чинників виробництва - розмір, структура і кількість ресурсів, які здатні створити конкурентні переваги підприємствам кластера.

1.1. Природні ресурси. Розташування підприємств регіону, включаючи туристичний комплекс, у басейні річок Дніпро, Оріль, Самара, Вовча та Інгулець і ще більше 200 невеликих річок формує стратегічні рекреаційні переваги регіону. Наявність водних артерій створює можливості для їхнього використання в туристичних цілях. На території Дніпропетровщини знаходяться більше 291 річок, понад 3292 ставків, 1129 озер (з яких 219 озер площею три і більше гектарів) та 100 водосховищ [113].

Ліси на території регіону розташовані переважно у долинах річок і займають 3,6% території області. У межах області розташований реліктовий Самарський бір – унікальне природне утворення світового масштабу. Усі ліси області віднесені до 1-ї групи лісів (ліси, що виконують переважно природоохоронні функції, ліси, що мають наукове або історичне значення, а також ліси на територіях природно-заповідного фонду).

До природно-заповідного фонду регіону включено 179 об’єктів площею 100,2 тис. га, що становить 3,14 % від загальної площі території області. При цьому кількість об’єктів загальнодержавного значення становить 32

загальною площею 36,6 тис. га, а об’єктів місцевого значення – 147 загальною площею 63,6 тис. га [113].

1.2. Людські (трудові) ресурси. Діяльність більшості підприємств різних сфер діяльності економіки, залежить від кількості економічно активного населення, яке приймає участь в забезпеченні усіх секторів виробництва товарів і послуг. Динаміка чисельності населення в Дніпропетровському регіоні приведена в таблиці 2.14.

Дані дозволяють зробити висновок про наявність негативної тенденції до поступового зниження чисельності населення і, відповідно, рівня економічно активного населення у загальної кількості населення регіону (менше ніж 50%). Поясненням цьому може бути стале негативне сальдо між народжуваністю та смертністю, яке вже тривалий час не змінюється на краще (скорочення народжуваності - з 35 360 осіб в 1990 р. до 19 441 особи в 2020 р. при одночасному зростанні кількості померлих - від 28 589 осіб в 1990 р. до 31 314 осіб в 2020 р). Тому приріст населення в регіоні за період 2018-2020 рр. має негативне значення: - 24,7 тис. осіб в 2018 р.; - 29,8 тис. осіб в 2019 р.; - 34,6 тис. осіб в 2020 р. [111].

Несприятливою залишається ситуація з міграцією економічного активного населення в регіоні. Так, в 2020 р. офіційно на роботу за кордон виїхало 18330 особи в 2020 р. (проти виїзду 12010 осіб в 2019 р.) [110]. Відмічена ситуація має негативний вплив на економіку регіону в цілому, так і на діяльність підприємств туристичного комплексу. Попри те, що більшість населення зайнята в промисловості регіону (36,1% в 2019 р.), зменшення людських ресурсів має негативний вплив і на здійснення економічної діяльності підприємствами туристичної сфери.

Для характеристики ефективності праці у сфері туризму можна застосувати показник середньої продуктивності праці на одного працівника (П), який розраховується відношенням загального об'єму туристичної продукції і послуг сфери до середньорічної кількості найнятих робітників цієї

сфери. Середня продуктивність праці на одного працівника у сфері туризму представляла:

– у 2017 р.: П = 36521,4 тис. грн. : 374 осіб = 97 650 тис. грн. за рік з розрахунку на одного працівника;

– у 2018 р.: П = 30937,8 тис. грн. : 351 особи = 88 140 тис. грн. за рік з розрахунку на одного працівника;

– у 2019р.: П = 38778,9 тис. грн. : 332 особи = 116 804 тис. грн. за рік з розрахунку на одного працівника.

Таблиця 2.14

Динаміка чисельності населення Дніпропетровського регіону у 2010-2020 рр.

Період	Чисельність населення, тис. осіб	Абсолютна зміна, тис. осіб	Відносна зміна, %
2010	3336,5	-19,0	-0,57
2011	3320,3	-16,2	-0,49
2012	3307,8	-12,5	-0,38
2013	3292,4	-15,4	-0,47
2014	3276,6	-15,8	-0,48
2015	3254,9	-21,7	-0,66
2016	3230,4	-24,5	-0,75
2017	3231,1	0,7	0,02
2018	3206,5	-24,7	-0,76
2019	3176,6	-29,8	-0,93
2020	3142,0	-34,6	-1,09

Джерело : [110]

За цим показником туристична сфера займає шосте місце в регіоні, який позитивно характеризує можливості розвитку в сфери. Слід зазначити, що чинником, який позитивно впливає на рівень продуктивності праці і створює стимули для робочої сили, є рівень середньомісячної заробітної плати. За цим показником діяльність підприємств у сфері туризму станом на 2020 р. займала 2-е місце з усіх сфер послуг (12160 грн.) і 6-те місце з усієї промисловості в цілому, що свідчить про достатній рівень розвитку туристичної сфери регіону [110].

1.3. Ресурси капіталу (фінансові). Оборотні активи підприємств, так або інакше, пов'язаних з сферою туризму на кінець 2019 р. складали 13 310,9 млн грн., або 8,3% від загального розміру оборотних активів за усіма видами економічної діяльності, на кінець 2020 р. - відповідно до 15 728,9 млн грн., або 9,0%. Власний капітал в туризмі на кінець в 2019 р. дорівнював 17 482,2 млн грн., або 10,8% від загального розміру власного капіталу підприємств за усіма видами економічної діяльності, в 2020 р. - відповідно до 19 556,3 млн грн., або 11,5% [110]. Приведені цифри знову підтверджують те, що сфера послуг, включаючи туристичний комплекс, є одним з сегментів економіки регіону, що динамічно розвиваються.

Позитивною є динаміка щорічного росту об'ємів прямих іноземних інвестицій (ПІІ) в економіку регіону: з 229 979,31 тис. дол. на початку 2016 р. до 609 858,16 тис. дол. на початок 2019 р. (ріст - 11,2% порівняно із станом на початок 2020р.). При цьому на початок 2019р. ПІІ в туризм складали 9161 тис. дол. США, або 1,5% від загальної кількості ПІІ в економіку регіону. За цим показником туристична сфера регіону займає перше місце з усіх видів сфери послуг, яка свідчить про значні можливості підприємств туристичного комплексу і довіру з боку прямих іноземних інвесторів.

1.4. Фізична інфраструктура. Позитивним чинником, який сприяє розвитку як сфери послуг в цілому, так і туризму, зокрема, є розвиток в регіоні фізичної інфраструктури, яка забезпечує значну підтримку діяльності і підвищує можливості окремих підприємств та їхніх об'єднань.

У Дніпропетровській області представлена широка мережа суб’єктів туристичної діяльності, зокрема, 15 туроператорів та 414 турагентів (Додаток Г.2). У 2020 р. їхніми послугами скористалися близько 154 тис. осіб.

Відповідно до даних Реєстру свідоцтв про встановлення категорій готелям та іншим об’єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), загалом у регіоні послуги з розміщення надають 106 закладів тимчасового розміщення, які мають 13070 місць, що дозволяє прийняти і розмістити понад 380 тис. відвідувачів за рік.

Серед 25 готельних закладів, які представлені на території області, 2 готелі мають категорію 5 зірок, 8 – 4 зірки, 9 – 3 зірки, 5 – 2 зірки та 1 готель має категорію – одна зірка [113].

Регіон характеризується наявністю спеціалізованої транспортної інфраструктури: розвинений залізничний, автомобільний, водний транспорт, який створює значні можливості для пасажирських перевезень. Річкові порти регіону спеціалізуються, в основному, на промислових вантажах, але і здатні приймати майже усі види річкового транспорту туристичного призначення. Територію регіону перетинають 2 автомагістралі міжнародного значення (Київ – Луганськ, Харків – Севастополь), а також 3 автомагістралі національного значення (Бориспіль – Запоріжжя, Дніпро – Миколаїв, Кропивницький – Запоріжжя). В області діють 2 міжнародні аеропорти, які забезпечують можливість використання повітряного транспорту.

1.5. Інформаційна інфраструктура. Необхідно відмітити наявність в Дніпропетровському регіоні розвиненої інформаційної сфери: впроваджуються сучасні інформаційні технології, які полегшують підприємствам сфери туризму доступ до необхідної інформації і отримання різноманітних інформаційних послуг. Регіональні заклади вищої освіти забезпечують випуск кваліфікованих фахівців з інформаційно-комунікаційних технологій: здійснюється підготовка фахівців комп'ютерної інженерії, готельно-ресторанного бізнесу, туризму, маркетингу - Університет імені Альфреда Нобеля, Національний технічний університет «Дніпровська Політехніка»; фахівців з інформаційно-комп'ютерних технологій, транспортної логістики – Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, і інші. На базі Університету імені Альфреда Нобеля також організована Перша міська школа гідів – Dnipro city walks [113].

Просування туристичного потенціалу Дніпропетровської області здійснюється, зокрема, шляхом презентацій на профільних заходах, таких як: «DniproExpo» (м. Дніпро), UITT, UITM (м. Київ), ТурЕКСПО (м. Львів). На регіональному рівні для підтримки розвитку туристичної сфери постійно

проводяться різноманітні круглі столи, вебінари, презентації, конференції, онлайн-зустрічі, тощо [113].

Відмітимо важливість приведених фактів з урахуванням того, що конкурентоспроможність туристичних підприємств значною мірою залежить від обсягів знань і інформації, які вони отримають від взаємодії з науковими установами і фахівцями певних напрямів. Як відмічає С. Соколенко [136, с. 138], «...високоякісний доступ до інформації є одним з шляхів досягнення успіху підприємств в конкурентній боротьбі».

Сайт Дніпропетровської ОДА містить окремий масив інформації про ініціативи регіональної влади щодо розвитку туристичної сфери. Зокрема, представлена онлайн-мапа області із позначенням місцевих туристичних атракцій з їх описом. Також надається можливість здійснити 3D-подорож за різними туристичними маршрутами [113].

На сайті представлена інформація про один із популярних в Україні напрямів туристичної діяльності – медичний туризм. Користувачі можуть ознайомитись з Концепцією розвитку медично-оздоровчого туризму у регіоні, а також суміжних із ним сфер діяльності, складом медико-туристичних маршрутів.

Крім того, відвідувачі сайту можуть дізнатись про функціонування на території регіону Дніпровського Медичного Кластеру, як підструктурного елементу Української Асоціації Медичного Туризму, який представляє собою логістичний комплекс, створений для просування медичного та туристичного потенціалу Дніпропетровщини, розвитку масового регіонального, міжрегіонального та міжнародного медично-оздоровчого туризму регіону шляхом організації та реалізації спільних проєктів. Метою діяльності кластеру є сприяння розвитку лікувального та оздоровчого туризму, популяризація продуктів медичного характеру підприємств – учасників кластеру, сприяння розвитку інклюзивного туризму, який представляє собою вид рекреаційного туризму, розрахований на людей із особливими освітніми потребами та фізичними вадами.

Також проєкт Медичного Кластеру передбачає створення інтернет-ресурсу, за допомогою якого потенційний клієнт може самостійно сформувати свій туристичний маршрут, поєднуючи лікування, діагностику та реабілітацію з організацією активного відпочинку та ознайомленням з культурною спадщиною регіону [113].

Більше інформації про туристичні маршрути Дніпропетровської області можна дізнатися у Секторі споживчого ринку та розвитку туризму Управління з питань інвестиційної діяльності та дерегуляції бізнесу департаменту економічного розвитку Дніпропетровської ОДА. Також, для розвитку інформаційного забезпечення туристичної сфери у м. Дніпро створений і функціонує туристичний інформаційний центр Дніпровської міської ради, у Кривому Розі – туристичний центр «Кривбастур», а у Петриківському районі – інформаційний центр «Петриківка туристична». Крім цього, інформаційні послуги з туристичних питань надають КП «Центр народної творчості «Дивокрай» Дніпропетровської обласної ради.

1.6. Ринкова інфраструктура. У Дніпропетровському регіоні, на теперішній час, функціонують усі необхідні елементи фінансової структури. Регіон має розвинену банківську систему: окрім власне банків Дніпропетровського регіону в області представлені 21 банк регіонів-партнерів. За об'ємом депозитів Дніпропетровська область займає четверте місце по Україні [111].

Позитивна динаміка розвитку регіонального страхового ринку (в 2019 р. доходи страхових компаній склали 1 340 342 тис. грн., в 2020 р. 2 256 247 тис. грн. [110] дозволяє стверджувати про те, що страхові компанії можуть виступати потенційними інвесторами в перспективних інноваційних проєктах, у тому числі і в туристичному секторі.

1.7. Адміністративна інфраструктура. Ефективна підприємницька діяльність в регіоні забезпечується Фондом підтримки малого бізнесу, регіональним фондом підтримки підприємництва у Дніпропетровській області. Їх основним завданням є інформаційний супровід суб'єктів та надання

державної фінансової допомоги при реалізації значущих проєктів. При регіональному фонді функціонує Дніпропетровський обласний бізнес-центр, який надає консалтингові послуги підприємцям [113]. Здійснює свою діяльність і Дніпропетровський державний центр науково-технічної і економічної інформації (ДЦНТЕІ), який сприяє вільному доступу підприємницьких структур до необхідних інформаційних баз. Разом з цим, ДЦНТЕІ став ініціатором створення в місті Дніпро бізнес-інкубатору, діяльність якого була б спрямована на сприяння діяльності підприємців [113]. Функціонує і Дніпровська торгово-промислова палата (ДТПП), яка є сполучною ланкою між владою і бізнесом в регіоні.

Регулярно відбуваються галузеві виставки «Туризм», які допомагають підприємствам проведенню ділових переговорів, встановленню контактів, налагодженню партнерських зв'язків, укладенню договорів і тому подібне. У регіоні прийнята і діє Програма розвитку туризму у Дніпропетровській області на період до 2025 року.

На основі наведеного вище можна стверджувати, що Дніпропетровський регіон має розвинену адміністративну інфраструктуру, яка є одним з важливих чинників сприяння розвитку підприємницької діяльності в регіоні, яка, у свою чергу, є основою стабільного розвитку економіки в цілому.

1.8. Наукова і технологічна інфраструктура. В регіоні існує широка мережа спеціалізованих наукових установ, в тому числі і в туристичній сфери, які забезпечують високий рівень науково-технічного потенціалу, науково-технологічні розробки для впровадження у виробництво, а отже, умови для використання підприємствами сфери туризму регіону інноваційних конкурентних переваг. Наявність наукових установ може сприяти розвитку кластерних об'єднань шляхом забезпечення необхідною науково-технічною інформацією і створення можливостей у напрямі найбільш пріоритетних розробок. Взаємодія підприємств туристичної сфери з науковим сектором також сприятиме прискоренню комерціалізації розробок [16, с. 342]. Діючі аспірантури (8 закладів), докторантури (3 заклади), вчені ради із захисту

дисертацій можуть сприяти в майбутньому підвищенню наукової складової діяльності кластерів.

ІІ. Споріднені і підтримуючі сфери діяльності. Наявність споріднених та підтримуючих сфер діяльності є важливим чинником для досягнення результативності діяльності кластерних об'єднань. Визначимо наявність в області підприємств підтримуючих і споріднених сфер діяльності (табл. 2.14) для туризму.

Таблиця 2.14

Сфери діяльності, які підтримують розвиток туризму в Дніпропетровській області

Сфери діяльності	Провідні підприємства і продукція (послуги), що пропонуються
Науковий сектор	Науково-дослідний інститут хімії та геології Дніпровського національного університету ім. О. Гончара (НДЛ геології, гідрогеології та геоінформатики, НДЛ стратиграфії та палеонтології)
Фінансовий сектор	ПАТ «Кредит Дніпро», ПАТ КБ «Індустріалбанк»; ПАТ КБ «Райффайзенбанк-Аваль», ПАТ АБ «Приватбанк», АТ «Радабанк» та інші - надання фінансово-кредитних послуг
Страхова сфера	ПАТ СК «ВУСО», ПАТ СК «Оранта», ПрАТ СК «Альянс», ПАТ «Альфа страхування» - надання послуг у сфери страхування
Транспорт	ТВО «Дніпроавтотранс», чисельні АТП м. Дніпро і регіону - надання транспортних і експедиторських послуг на замовлення
Енергетичний комплекс	ДніпроГЕС - виробництво електроенергії; ПАТ «Дніпрообленерго» - електричні мережі і розподіл електроенергії
Посередницькі організації	ДТПП, ДЦНТЕІ - координація діяльності підприємств, захист прав, загальних інтересів, інформаційне забезпечення підприємств
Освіта	ДНУ, УАН, НТУ «Дніпровська політехніка», Університет митної справи та фінансів, ДГУ та інші (11 ЗВО) - підготовка кадрів з вищою кваліфікацією
Сфера послуг	Торгово-промислова компанія «Прімекс», ТОВ «Дніпропетровський експоцентр», ТОВ «Юридичний центр «ІСК», ТОВ НПК «Консул» та інші - надання рекламних, маркетингових, консалтингових, юридичних, аудиторських, лізингових послуг, консультацій з питань комерційної діяльності, фінансів і управління і т. ін.
Готельно-ресторанний комплекс	готельно-ресторанний комплекс «OstrovRiverClub»; торгівельно розважальний комплекс «Lavina Mall»; концерт-хол«Бубамара (Bubamara)»; салон харчового обладнання ТОВ «Контакт»; ресторанно-садовий комплекс «Сакура»; екологічно чиста ферма «SokolovoFoodForest»; музей-садиба Микити Коржа; готель «Reikartz» Дніпро; мережа піцерій «Mamamia» та інші (загалом більше 500 підприємств)

Джерело: виконано автором

III. Контекст для формування конкурентної стратегії фірм.

3.1. Місцева ринкова кон’юнктура, інвестиційний клімат і політика регіональної влади.

На сьогодні сформований позитивний імідж Дніпропетровського регіону, який розглядається як цінний ресурс для подальшого інноваційного розвитку підприємств регіону і є складовою регіональних конкурентних переваг, у тому числі у питанні залучення інвестицій. У регіоні створені і підтримуються Банк інвестиційних проєктів (БІП) і Електронна інвестиційна карта Дніпропетровської області, забезпечений режим максимального інформаційного сприяння.

В регіоні розроблені Програма збільшення об'ємів залучення інвестицій для економічного розвитку Дніпропетровської області (поновлюється кожні два роки), регіональна програма «Зміцнення міжнародного і інвестиційного іміджу Дніпропетровської області» (поновлюється кожні два роки), програма розвитку інвестиційної діяльності на період до 2027 р. Через засоби масової інформації постійно поширюються інформаційні матеріали про економічний потенціал регіону, інвестиційної привабливості окремих сфер діяльності і економіки регіону, перспективні інвестиційні проєкти регіональних підприємств [113].

Однією із стратегічних цілей розвитку регіону є структурна перебудова економіки на принципах затвердження інноваційно-інвестиційної моделі розвитку [140]. Основними напрямами становлення інноваційної економіки регіону визнана системна модернізація виробництва і відповідність сучасним вимогам науково-технічного прогресу; створення регіональних кластерів; забезпечення ефективної взаємодії науки і виробництва, сприяння впровадженню у виробництво нових енерго- і ресурсозберігаючих технологій.

Політика регіональної влади спрямована на створення сприятливих умов для підприємництва. Працюють обласна Громадська приймальня з підтримки розвитку підприємництва, малого і середнього бізнесу і обласна Координаційна рада з питань розвитку підприємництва. Одним з головних

напрямів роботи облдержадміністрації сьогодні є підтримка і захист провідних підприємств регіон. З урахуванням важливого економічного значення реалізації кластерного проєкту для підприємств і регіону, вважаємо, що підприємства сфери туризму - учасники кластеру можуть розраховувати на владну підтримку і допомогу на усіх рівнях.

3.2. Інтенсивність місцевої конкуренції (наявність конкурентів і свобода конкуренції) для активізації суперництва. Конкуренція на місцевому ринку стимулює підприємства розвивати і постійно удосконалювати наявні конкурентні переваги (які призводять до появи кластерів), а також постійно удосконалювати виробництво і організацію власної діяльності.

Відносно стану конкуренції в межах туристичної сфери відмітимо, що більшість підприємств туризму регіону історично діють одноосібно, кожне у власному секторі діяльності, що досі забезпечувало їм деякі замовлення і незначні прибутки. На сьогодні є лише окремі приклади співпраці між підприємствами туристичної сфери та підприємствами і науково-дослідними інститутами відповідного профілю. Можна стверджувати, що власники туристичних підприємств у більшості випадків не підуть на поглиблення кооперації і створення кластерів. Тому, держава та місцеві органи влади повинні сформувати відповідне інформаційне поле, створити сприятливі умови і необхідні стимули власникам цих підприємств у напрямку руху до кластерного формату взаємодії.

IV. Стан попиту. Відмітимо, що інтенсивний попит на внутрішньому ринку є одним з головних стимулів для кластеризації підприємств.

Одним з важливих компонентів попиту є витрати на кінцеве споживання. На жаль, недостатній рівень доходів суб'єктів господарювання, недостатність обігових коштів в малих та середніх підприємств сфери туризму зумовлюють незадовільний стан внутрішнього попиту на туристичну продукцію та послуги. Це позбавляє вітчизняні підприємства можливості орієнтуватися на потреби внутрішнього ринку і змушує акцентувати свою діяльність на задоволення потреб споживачів туристичної продукції та послуг

в виїзному туризмі. Отже, відсутність платоспроможного попиту обмежує внутрішні ринки збуту продукції туризму, проте потенціал попиту є досить значним. Як відмічає А. Парфіненко, «…різке скорочення внутрішнього попиту значно обмежило ринки збуту туристичної продукції, тому на перспективу внутрішній кінцевий попит є основним чинником економічного зростання». Незважаючи на те, що сьогодні більше ніж 70% (70-90%) послуг підприємств туризму спрямовується на виїзний туризм, потреби внутрішнього ринку в продукції та послугах, за найбільш скромними підрахунками, представляють від 6 до 10 млрд грн. [118].

На підставі означених фактів можна констатувати, що в наявності значний потенційний попит на товари та послуги регіональних підприємств сфери туризму як на території Дніпропетровської області, так і по усій Україні в цілому.

Слід зауважити, що розвиток підприємств сфери туризму на основі кластерного підходу слід практикувати там, де вже є в наявності необхідна база для функціонування кластерних об’єднань, а також підприємства, зі значним потенціалом зростання. Досліджуючи конкурентні переваги підприємств сфери туризму Дніпропетровського регіону, можна зробити висновок, про наявність необхідного потужного ресурсного середовища, навчальних закладів з необхідною спеціалізацією, достатньо розвиненого спеціалізованого сектора науки для потреб туризму. Все це дозволяє стверджувати, що підприємства сфери туризму мають характерні властивості для здійснення своєї діяльності у кластерній структурі. Цей висновок базується, перш за все, на наявності значних факторних умов та потенційного попиту, близькості споріднених та підтримуючих сфер діяльності. Як відмічають дослідники, «…кластери, які тільки зароджуються, зазвичай спираються на дві детермінанти - факторні умови і умови попиту» [126]. Все це відноситься і до об'єднання підприємств туризму в кластер, який пропонується створити в Дніпропетровській області.

На основі проведеного аналізу нами визначені такі передумови для

кластерного розвитку підприємств туризму регіону:

– наявність діючих підприємств необхідного профілю, а також спеціалізованих наукових інститутів;

– наявність підприємств споріднених та підтримуючих сфер діяльності, розвиненої інфраструктури і потужної освітньої бази;

– значна зношеність основних засобів готельно-ресторанного комплексу і загалом сфери послуг (більш ніж 60%);

– наявність державної необхідності в зміні направленості вектору з виїзного на в'їздний туризм.

Починати кластерний розвиток можна на рівні міста Дніпро, яке зосереджує необхідні компоненти для реалізації проєкту. Відмітимо, що об'єднання підприємств сфери туризму в кластер в м. Дніпро повністю узгоджується з таким напрямом розвитку міста, як формування зон пріоритетного розвитку з метою залучення інвестицій для розвитку інноваційних виробництв [140]. Таким чином, реалізація кластерних туристичних проєктів дасть можливість не лише усвідомити життєву необхідність змін в сфері туризму регіону, але і підвищити ефективність функціонування регіональних підприємств туристичного комплексу.

Висновки до розділу 2

1. Зроблено висновок про те, що підґрунтя для формування конкурентних переваг підприємств туристичної сфери на національному та міжнародному ринках туристичних послуг формується саме на регіональному рівні. В основі цього підґрунтя знаходяться існуючі регіональні природно-рекреаційні характеристики, наявні культурні, ментальні, підприємницькі особливості, ступінь розвитку науково-дослідницьких організацій, установ, які надають освітні послуги та здійснюють перепідготовку кадрів. Наголошено на необхідності концентрованої цілеспрямованої підтримки з боку державних органів управління і розвитку на формуванні саме

регіонального базису забезпечення конкурентоздатності підприємств туристичної сфери.

2. Виявлено, що еволюція кластерних процесів приводить до масштабування інноваційного середовища за рахунок його інформаційної складової і, відповідно, до його якісної зміни. Властивість інформації поширюватись у будь-якому вигляді у перспективі приведе до необхідності виходу інноваційного середовища існуючих кластерів за власні рамки і утворення якісно нового і більш масштабного інноваційного середовища, яке вже буде мати надкластерний характер, що, очевидно, стане передумовою переходу кластерної форми співробітництва на принципово новий щабель розвитку.

3. Побудовано процесно-орієнтовану схематичну модель туристичного кластера, яка демонструє можливість спрямованого використання всіх наявних у регіоні потенціалів (науково-інноваційного, кадрового, матеріального, ринкового, техніко-технологічного, фінансового, управлінського тощо) завдяки ефектам емерджентності та масштабу, а також синергетичному ефекту. Відповідно до моделі, кількісне збільшення цих потенціалів (інвестиції у наукові розробки, ноу-хау, формування інших матеріальних та нематеріальних благ), дасть безпрецедентний ефект результативності кластера туристичної сфери діяльності.

4. На підставі визначеної групової структури факторів, що впливають на формування інноваційно-туристичного потенціалу регіону, розроблено систему комплексної оцінки вихідних умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу регіону, які дозволили якісно охарактеризувати та кількісно оцінити стан цих умов у розрізі таких його складових як науково-освітній, кадровий потенціал, інвестиційний та інституційний потенціал. Отримана інтегральна оцінка за рівнем вихідних умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу п’яти регіонів України, відповідно до якої Дніпропетровський регіон володіє найбільшим її показником, що дозволяє зробити висновок про наявність добрих стартових умов для впровадження

кластерного формату розвитку туристичної сфери регіону, його доцільність та перспективність.

5. Доведено, що за умов кластерного формату розвитку туристичної сфери інноваційно-туристичний потенціал регіону набуває екстериторіального характеру, що зумовлено відносною необмеженістю та потенційною відкритістю щодо участі у його формуванні в рамках кластерів. Це дозволяє говорити про умовну необмеженість інноваційно-туристичного потенціалу регіону, зумовлену теоретично безмежною кількістю як кластерних об’єднань, так і їхніх учасників та, відповідно, необмеженою кількістю інноваційних проєктів туристичних продуктів, які можуть бути розроблені і реалізовані у результаті діяльності кластерів. Вказана особливість ускладнює точну оцінку інноваційно-туристичного потенціалу регіону і дає підстави стверджувати про статичність будь-якої його розрахованої величини.

6. Обґрунтована можливість посилення інноваційно-туристичного потенціалу регіону за рахунок елементів зовнішнього інноваційно-туристичного потенціалу, які не мають відповідної територіальної приналежності і формально не відносяться до його складових. Підставою для вказаного виступає твердження про те, що діяльність кластерних об’єднань стає джерелом інформаційних потоків, які використовуються для оцінки їхньої ефективності та формування відповідних аналітичних матеріалів. Дані матеріали використовуються далеко за межами регіону, тим самим ініціюючи процеси інформаційного обміну, залучаючи зовнішні інвестиційні, наукові, кадрові й інші ресурси у туристичну сфера регіону та надаючи свої ресурси у розпорядження кластерних об’єднань інших регіонів.

7. Зроблений висновок про ключовий характер інституційного потенціалу у забезпеченні ініціації кластероутворюючих процесів та їхнього подальшого спіралеподібного циклічного розвитку. Формування комплексу елементів інституційного середовища, доповнених активними діями органів місцевої влади, спрямованими на інтенсифікацію взаємодії з бізнес-структурами у рамках муніципально-приватного партнерства, здійснює

активуючий вплив на процеси започаткування кластерів. Подальше функціонування кластерних об’єднань безумовно підвищуватиме вимоги до якості інституційного забезпечення цих процесів, що, у свою чергу, вимагатиме його відповідного удосконалення, тим самим забезпечуючи циклічність і сталість діалектичного розвитку кластерів.

8. Доповнено перелік переваг інноваційно-туристичних кластерів твердженням про зростання інноваційної активності організацій усього кластерного ланцюжка (від організації освітнього і науково-дослідницького процесів до виробництва туристичного продукту і його збуту) внаслідок інноваційної активності одного або декількох великих учасників кластера, які ініціюють формування кластеру. При цьому відшкодування додаткових витрат на інноваційну діяльність та зниження ризиків, пов'язаних з впровадженням інноваційних продуктів, здійснюється за рахунок розширення напрямів діяльності, єдності виробничого і сервісного процесів, технологічної і технічної економії.

9. Дано визначення процесу формування регіональної інноваційної політики у сфері туризму як результату узгодженої взаємодії в умовах поточного стану соціально-економічного розвитку країни таких елементів як державна інноваційно-інвестиційна політика, кластерна політика та політика у туристичній сфері, а також регіональна інституційна політика.

10. Запропонована процесно-орієнтована схематична модель діяльності туристичного кластеру, відповідно до якої підприємства туристичного кластера мотивуються до безперервної оптимізації свого бізнесу, модернізації всіх бізнес-процесів за рахунок структурування та проведення наукових досліджень, впровадження їх результатів у виробництво, наслідком чого стає зниження сукупних витрат з виведення на ринок інноваційного туристичного продукту, підвищення прибутковості бізнесу і отримання конкурентних переваг. Максимізація ефективності використання можливостей кластерного об’єднання, відповідно до цієї моделі, досягається за рахунок ефектів емерджентності та масштабу, а також синергетичного ефекту.

11. З метою формування та кількісної оцінки системи показників, які характеризують інноваційно-туристичний потенціал регіону, визначені складові, що забезпечують його формування, серед яких виділені науково-освітній, кадровий, інвестиційний, інституційний та атрактивно-рекреаційний потенціали. Результати проведеної оцінки продемонстрували наявність в Дніпропетровському регіоні найвищого рівня інноваційно-туристичного потенціалу серед п’яти досліджуваних регіонів.

12. Зроблений висновок про обов’язковість перетворень у складових елементах інноваційно-туристичного потенціалу регіону, які відбудуться внаслідок впровадження кластерного формату співробітництва у туристичній сфері. Вказано на циклічність зв’язку між рівнем розвитку чинників, що формують інноваційно-туристичний потенціал, і величиною цього потенціалу, яка буде об’єктивно зростати внаслідок функціонування кластерних об’єднань підприємств туристичної сфери. Подібне взаємне посилення закладає перспективу високої життєздатності кластерної форми господарювання.

13. Відзначена ключова роль інституційного потенціалу, як у забезпеченні активації процесів кластероутворення, так і у їхньому подальшому спіралеподібному циклічного розвитку, що передбачає нагальність формування комплексу елементів інституційного середовища, зокрема, інтенсифікацію взаємодії з туристичним бізнесом у рамках муніципально-приватного партнерства. Перспективний розвиток кластерних об’єднань підвищуватиме вимоги до якості інституційного забезпечення процесів їхньої діяльності для забезпечення циклічності і сталості діалектичного розвитку кластерів.

14. Зроблений висновок, що найбільшою стійкістю до стресових соціально-економічних станів (військових дій, карантинних обмежень тощо) володіє виїзний туристичний потік, у той час, як в’їзний туристичний потік є максимально чутливим до вказаних факторів. При цьому внутрішній туризм на цій умовній шкалі займає проміжну позицію: його найбільше зниження спостерігається в умовах загрози або наявності військових дій на території

країни або при введенні організаційних обмежень медико-санітарного характеру і, в меншій мірі він знижується в результаті падіння рівня особистих доходів населення.

15. Показано, що великі учасники ринку колективних засобів розміщення (КЗР) у Дніпропетровському регіоні є більш фінансово стійкими до коливань кон'юнктури туристичного ринку, що пояснюється їхньою високою здатністю до маневрування власними площами, зокрема, здачею їх в оренду як офісні приміщення у випадку зменшення туристичного потоку. Вказана здатність дозволяє стверджувати, що саме великі учасники ринку КЗР забезпечують резерв місць для розміщення туристів на регіональному туристичному ринку, тим самим забезпечуючи адаптацію ринкової пропозиції у відповідності зі зміною туристичного потоку. У той же час, дрібні учасники ринку КЗР, які об'єктивно володіють більш високою оперативною конкурентоспроможністю, виявляються найбільш вразливими до зниження кон'юнктури туристичного ринку.

16. Доведено, що кластеризація туристичної сфери створює умови для виробництва туристичного продукту з максимальною споживчою цінністю, перш за все, для внутрішнього туристичного потоку і, насамперед, посилює внутрішню конкурентоспроможність компаній, які входять у кластер. У свою чергу, виведення кластерного інноваційного продукту на міжнародний ринок та залучення в'їзного туристичного потоку стає можливим у результаті досягнення певного рівня внутрішньої конкурентоспроможності, похідною від якої виступає зовнішня конкурентоспроможність.

Результати досліджень за другим розділом дисертації опубліковані у наукових працях здобувача [9; 81; 167; 168].

РОЗДІЛ 3
КОНЦЕПТУАЛЬНІ НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ ТА ОЦІНКА ЙОГО ВПЛИВУ НА СТАН ІННОВАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

3.1. Концептуальне забезпечення активізації розвитку кластерного формату співробітництва в туристичній сфері регіону

Формування і перспективний розвиток кластерних об’єднань підприємств туристичної сфери є складним, комплексним і багатоаспектним процесом, у ході якого вирішується велика кількість завдань, кожне з яких спрямоване на реалізацію окремого елементу системи цілей в рамках кластерного проєкту. Комплексність таких завдань у комбінації з їхньою масштабністю дозволяє говорити про необхідність концептуального забезпечення процесу їхнього виконання.

Зазначимо, що характерною особливістю процесу створення туристичного продукту в рамках кластерних утворень є домінування інформаційної складової, що зумовлюється практичною відсутністю обмежень щодо інформаційного обміну між учасниками кластеру. Це означає, що вимога щодо концентрації на певній території учасників кластерного проєкту є не обов’язковою, адже при здійсненні інформаційної обміну умова територіальної наближеності учасників цієї взаємодії не є критичною. Хоча окремі автори і вказують на можливість зміни меж туристичного кластеру у зв’язку із появою нових підприємств і галузей, зі зміною умов ринку або державного регулювання [4], але мова йде про організаційно-економічні межі, а не про географічні.

Експлуатація туристичної атракції, створеного у результаті функціонування кластеру у переважній більшості випадків має прив’язку до певної території, а безпосередньо на етапі створення туристичного продукту умова територіальної близькості його творців не є критичною. Це, у свою

чергу, дає підстави скорегувати домінуючу точку зору щодо визначення кластеризації в туризмі як процесу концентрації підприємств різних сфер економіки за ознакою територіальної близькості [3; 22; 99].

Також, необхідно врахувати економічну доцільність кластерного об'єднання, яка ґрунтується на досягненні конкурентних переваг як мети своєї діяльності [6].

Не зважаючи на вказану вище масштабність та багатогранність комплексу завдань щодо реалізації процесу функціонування кластерних об'єднань підприємств туристичної сфери, можна відзначити наявність характерних складових цього комплексу завдань, які актуалізуються у певні часові інтервали. Тобто, ці складові зумовлені відмінностями цілей процесу функціонування туристичних кластерів на різних етапах їхнього розвитку. Етапізація цього процесу дозволить, на нашу думку, більш точно і коректно визначити і деталізувати умови його ефективного проходження.

Діалектика будь-якого процесу передбачає наявність у його рамках етапів утворення (народження), розвитку (зростання), усталеності (зрілості) та занепаду (зникнення), які формують життєвий цикл процесу. Очевидно, що наявність життєвого циклу є характерною і для кластеру.

Для більш коректного розуміння поняття життєвого циклу кластеру необхідно уточнити відмінність між поняттями кластеру і продукту кластеру. В основі створення кластеру лежить ідея створення певного продукту. Ідея будь-якого продукту (товару), виробництво якого ініціюється підприємством, лише у частині випадків може передбачати взаємодію та кооперацію з іншими підприємствами. Таким чином, умовне туристичне підприємство, яке працює із широким колом туристичних продуктів, одночасно може функціонувати як в межах кластеру (якщо передбачено взаємодію та кооперацію з іншими підприємствами в рамках створення та просування переважно інноваційного туристичного продукту), так і поза його межами. У міру насичення товарного ринку, появи складних, високотехнологічних і наукоємних товарів і відповідного ускладнення виробничих, технологічних та логістичних зв'язків

кількість таких продуктів стрімко збільшується. І, навіть, у таких сучасних умовах не всі подібні товари для ефективного забезпечення процесу свого виробництва передбачають формування кластерних об'єднань підприємств різних галузей.

Аналіз широкого спектру товарних позицій сучасного товарного ринку на предмет можливості їхнього виробництва у рамках кластерних утворень не є завданням нашого дослідження. Нам достатньо констатувати той факт, що життєвий цикл продукту кластеру передбачає етап розуміння необхідності і доцільності застосування кластерного формату взаємодії співвиконавців. Це дозволяє стверджувати, що життєвим циклом кластеру є інтервал часу від моменту обґрунтування ідеї кластерного формату виробництва продукту (продуктів) до моменту виведення кластерного продукту (останнього з продуктів) з ринку і розформування кластеру. Наявність певного часового лагу між моментом виведення кластерного продукту з ринку і розформування кластеру обумовлена переважно юридичними та технічними факторами, що, на нашу думку, не має принципового значення у площині даного дослідження.

Стосовно туристичного кластеру, дане визначення вимагає певного уточнення (з метою спрощення будемо розглядати однопродуктовий кластер). Необхідність такого уточнення ґрунтується на тому, що створення інноваційного туристичного продукту апріорі передбачає щільну інформаційну, технологічну та виробничу взаємодію співвиконавців, яка найбільш оптимально, ефективно і, головне, безальтернативно реалізується саме у кластерному форматі їхнього співробітництва, який передбачає принципову відсутність бар'єрів для інформаційного обміну, що лежить в основі вказаної взаємодії. Тому точкою відліку процесу формування кластеру доцільно вважати момент обґрунтування ідеї виробництва інноваційного туристичного продукту, тобто, коли пройдений етап її конкретизації («кристалізації»), а її життєздатність і економічна доцільність доведена на основі попереднього аналізу та експертних оцінок (додаток О).

Життєвим циклом інноваційно-туристичного кластеру є інтервал часу

від моменту техніко-економічного обґрунтування ідеї виробництва інноваційного туристичного продукту до моменту його виведення з ринку із наступним розформуванням кластеру. Як видно з Додатку О, нами пропонується поділ життєвого циклу кластеру на дві складові – етап побудови кластеру та етап експлуатації кластеру. Принципова відмінність цих етапів полягає у функціональних відмінностях складів завдань, які необхідно вирішити на цих етапах для забезпечення їхньої успішної реалізації. З огляду на цілі даного дослідження найбільший інтерес викликає концептуальне забезпечення саме процесу формування кластерного утворення, тобто, етапу побудови кластеру.

Відповідно до Додатку О, етап побудови кластеру складається з трьох послідовних підпроцесів:

– обґрунтування ідеї інноваційного туристичного продукту;

– формування протокластеру;

– створення інноваційно-туристичного кластеру.

Особливістю підпроцесу обґрунтування ідеї інноваційного туристичного продукту є те, що він у найменшій мірі піддається формалізації та регламентації. У той же час він, очевидно, є точкою відліку всього життєвого циклу кластеру, що зумовлює підвищені вимоги до концептуального забезпечення успішної реалізації цього підпроцесу.

Ідея не може виникнути сама по собі, «нізвідки», а, тому, як екзистенціальна категорія передбачає насамперед наявність її носія – людини, яка здатна побачити нові можливості, поперед усе, для власної самореалізації, які відкриває їй оточуюче середовище. Ключовими умовами продуктивної мисленнєвої діяльності людини виступають її ментальна свобода, відсутність загроз її фізичного існування, здатність до критичного мислення та обґрунтування власної позиції, простота і необмеженість доступу до джерел інформації, свобода інформаційного обміну.

Якщо подальше обґрунтування ідеї та її реалізація є масштабним та комплексним завданням, то до цього процесу необхідно залучати співносіїв

ідеї, які допоможуть її обґрунтувати, розвинути, удосконалити і втілити. Відповідно, ключовою умовою ефективного і продуктивного розвитку вказаного процесу виступає можливість, свобода і повнота інформаційного обміну між потенційними носіями ідеї, існування форматів продуктивної взаємодії між ними.

Необхідно відзначити, що не будь-яка з ідей, згенерованих їхніми потенційними первинними носіями, у подальшому набуває рис конкретного проєкту. Кожна з них піддається техніко-економічній оцінці та аналізу на предмет життєздатності, проходить ряд певних «фільтрів», у результаті чого до практичної реалізації може бути прийнято лише незначна кількість з них. Тобто, чим більшим буде масив таких ідей, чим більшим буде набір проєктних альтернатив, тим більш плідним буде загальний результат такої роботи в межах певного регіону.

Також, можна стверджувати, що виконання вищезазначених умов є у значній мірі наслідком зростання рівня загального економічного розвитку та підвищення рівня конкуренції в економічній сфері в цілому, що забезпечить відповідні умови ефективного розвитку і туристичної сфери. Таким чином, обов’язковою вимогою, підґрунтям для започаткування кластероутворюючих процесів з можливістю подальшого створення інноваційних туристичних продуктів виступає формування конкурентного ринку туристичних послуг, насиченого традиційними туристичними продуктами. В таких умовах учасники цього ринку будуть розглядати перспективу переведення своєї діяльності у кластерний формат як оптимальну можливість перейти на якісно новий рівень свого функціонування, підвищити свою конкурентоздатність, зайняти новий сегмент ринку, якісно і кількісно розширивши пропозицію своїх послуг за рахунок принципово нового підходу до їх створення.

Очевидно, що процес створення цих умов у певному регіоні є досить тривалим і не може бути вирваним із контексту загального економічного розвитку країни і, зокрема, її туристичної сфери. Також зазначимо, що, практика ініціювання органами влади кластероутворюючих процесів як форми

втілення «модних» організаційно-економічних тенденцій без формування висококонкурентного та насиченого туристичними продуктами ринку у переважній більшості випадків веде до протилежного результату. Те саме стосується і процесів створення відповідного інституційного забезпечення без належного залучення широкого кола зацікавлених суб'єктів знову ж таки в умовах ненасиченого туристичними продуктами ринку [155].

На нашу думку, без ініціативи «знизу» переважна більшість інституціональних об'єктів та конструкцій, створених за ініціативи «згори» не будуть функціонувати належним чином, що приведе до негативних наслідків, а саме, спотворення та дискредитації самої кластерної ідеї. У цьому питанні ініціатива «знизу» є обов'язковою і такою, яка виходить від широкого кола учасників висококонкурентного та насиченого ринку туристичних послуг, тобто, повинна сформуватись у результаті його діалектичного розвитку. В такому випадку до процедур формування інституційного забезпечення процесів кластероутворення буде залучене широке коло учасників ринку, завдяки чому вони матимуть можливість здійснювати безпосередній вплив на ці процеси, а також у них буде виникати розуміння їхньої доцільності, логіки та послідовності.

В свою чергу інституційне забезпечення процесів формування та функціонування кластерів у туристичній сфері передбачає:

– розробку відповідного документального забезпечення;

– планування стратегічного розвитку туристичної сфери регіону на основі інноваційних інвестиційних проєктів та програм;

– побудову системи відносин в рамках приватно-муніципального партнерства;

– формування комплексу взаємозв'язків між елементами інституційного забезпечення процесів формування та функціонування кластерів.

Зазначимо, що формування інформаційного простору з високим ступенем інтенсивності та свободи інформаційного обміну, висококонкурентного ринку туристичних послуг та інституційного

забезпечення процесів формування та функціонування туристичних кластерів є діалектично взаємопов'язаними процесами, які відбуваються синхронно, підживлюючи та стимулюючи один одного. На підставі викладеного наведемо комбінацію концептуальних передумов формування переходу економічних суб'єктів до кластерної моделі господарювання (рис. 3.1).

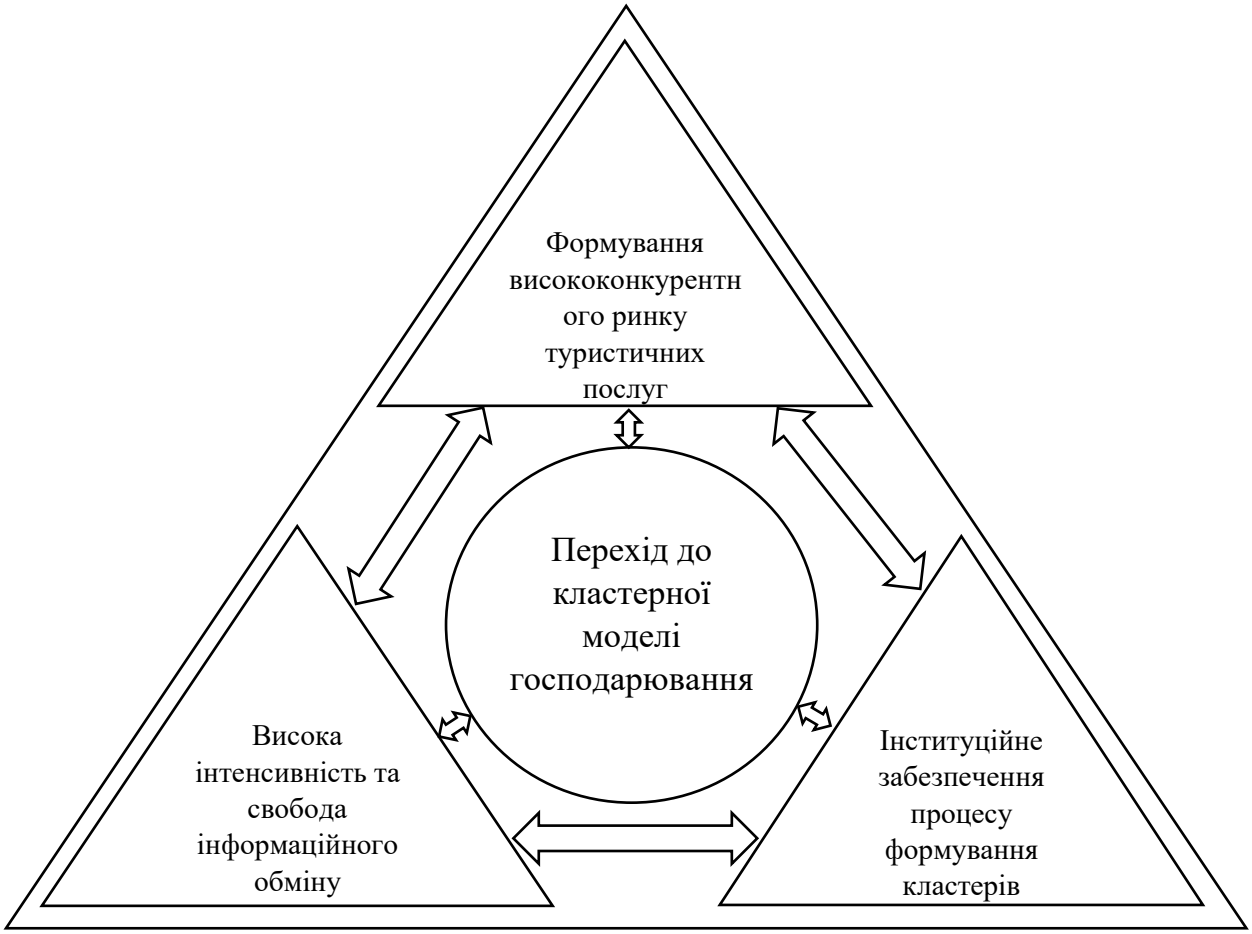


Рис. 3.1. Концептуальні передумови формування переходу економічних суб'єктів до кластерної моделі господарювання

Джерело: розроблено автором

Викладене вище, на наш погляд, дозволяє стверджувати, що, своєрідною точкою відліку у ініціації процесу формування кластерних об'єднань у туристичній сфері регіону є створення висококонкурентного ринку туристичних послуг, який функціонує на основі використання потенціалу регіональних туристичних атракцій. Тому цей етап повинен стати першочерговим у вирішенні комплексу завдань щодо кластеризації

туристичної сфери.

Перш за все, мова йде про формування у Дніпропетровської області іміджу «business friendly» регіону шляхом максимального спрощення організаційної процедури створення суб'єктів підприємницької діяльності та їхніх регіональних представництв, а також, мінімізація кількості перевірок контролюючих органів, насамперед, позапланових. Також на певному (початковому) етапі доцільним виглядає контроль за балансом пропозиції офісних площ з метою попередження стрімкого зростання орендних ставок та утримання їх на прийнятному рівні. Цей контроль можна здійснювати на етапі надання дозволів на будівництво (або зміну призначення використання нерухомості) у центральній частині м. Дніпро та інших великих міст області.
Умови формування іміджу бізнес-сприятливого та туристично-сприятливого регіону не можуть бути виконані без створення відповідного інфраструктурного забезпечення. За результатами анкетування, проведеного організаторами одного з туристичних маршрутів Дніпропетровської області - дводенного туру «Грушевський Кут» - серед груп туристів, що відвідали в жовтні 2018 р. місто Дніпро, вдалося визначити ряд проблеми, серед яких виділимо відсутність належної інфраструктури (проживання, харчування, транспорт), суттєву відстань між культурними об'єктами, неадекватне співвідношення «ціна-якість» туру, а також низький рівень придорожнього сервісу.

Більшість опитаних респондентів вказували на те, що сприятливе враження від пам'яток Дніпропетровського регіону виявилися знівельованими тривалою дорогою, в середньому 4-5 годин шляху по дорогах з низькою якістю дорожнього покриття, при практично повній відсутності придорожнього сервісу на усьому шляху подорожі.

Ми впевнені, що з подібними проблемами зіштовхувались й учасники багатьох інших туристичних маршрутів. Ці факти свідчать про першочерговість завдання вирішення проблеми дорожньої та придорожньої інфраструктури (якість асфальтового покриття, наявність площ для

паркування, заправок, зон тимчасового відпочинку, закладів харчування, туалетів, контейнерів для сміття тощо). Зазначимо, що у якості транспортної артерії, перш за все, для пасажирських перевезень майже не використовується р. Дніпро. Що стосується міжнародного аеропорту у м. Дніпро, то у 2021 р. він використовувався менш ніж на 10% своєї пропускної здатності [61]. Враховуючи те, що Дніпропетровська область розташована на перехресті основних внутрішніх та міжнародних транспортних магістралей, цілком очевидно, що регіон має високий потенціал зростання інфраструктурного забезпечення туристичної сфери.

Не менш актуальними є вирішення екологічних проблем регіону та питань утилізації (переробки) промислових і побутових відходів, прибирання сміття. Основною причиною виникнення комплексу екологічних проблем виступає високий рівень урбанізації та індустріалізації регіону, які зумовлюють високе техногенне навантаження на довкілля [7; 8]. Відповідно до оцінок фахівців, майже вся територія області підпадає під категорію «дуже забруднена», а більше третини – до категорії «надзвичайно забруднена». Близькість до даного регіону Запорізької АЕС також несе певні ризики для його екології. Все це значно ускладнює досягнення мети забезпечення високої туристичної привабливості області.

Фахівцями фіксується недостатня кількість природоохоронних територій та заповідних зон, яка становить лише 0,8% загальної площі області. На цих територіях розташовано 15 заказників державного значення та 33 заказники місцевого значення, а також 51 пам’ятка природи, 8 парків-пам’яток садово-паркового мистецтва та 3 заповідні урочища [26]. Єдиним місцем у регіоні, де присутній повноцінний комплекс лісової заплавної рослинності, є Дніпровсько-Орільський заповідник.

З метою зниження антропогенного навантаження та поступового відновлення оточуючого середовища шляхом реалізації інноваційних технологій виробництва, мінімізації викидів парникових газів, зростання екологічної культури і свідомості населення Дніпропетровського регіону

прийнята та діє обласна комплексна програма (стратегія) екологічної безпеки та запобігання змінам клімату на 2016-2025 роки [127].

Досягнення мети посилення туристичного потоку у Дніпропетровський регіон неможливе без застосування заходів територіального маркетингу, ініціатива щодо здійснення яких повинна належати Управлінню культури, туризму, національностей і релігій Дніпропетровської ОДА. Зокрема, мова йде про заходи, спрямовані на формування туристично привабливого іміджу регіону.

Очевидно, що наявний рівень туристичної привабливості регіону не є достатнім, що вимагає подальшого розвитку ініціатив, закладених у Програмі соціально-економічного та культурного розвитку Дніпропетровської області на 2022 рік [127], щодо виправлення цієї ситуації. Зокрема, з метою позиціонування Дніпропетровської області як регіону, насиченого туристичними атракціями, необхідна, як зазначалось вище, активізація діяльності дослідницьких організацій, які спеціалізуються на вивченні природно-геологічних, археологічних, історико-культурних, архітектурних та інших особливостей регіону. Однією з форм подібної активізації може стати проведення за ініціативою Управління культури, туризму, національностей і релігій Дніпропетровської обласної державної адміністрації конкурсів ідей щодо відтворення об’єктів або подій, які пов’язані з цими особливостями, з наступною систематизацією і обробкою зібраної таким чином інформації. Метою подальшої роботи з цією інформацією повинно стати виокремлення найбільш перспективної ідеї або ідей туристичних атракцій з розробкою техніко-економічного обґрунтування та відповідної проєктної документації.

Наступний етап може передбачати утворення комунального підприємства, яке буде створювати та експлуатувати новий туристичний об’єкт, що, у свою чергу, створить додаткове навантаження на регіональний бюджет. Тому більш продуктивним кроком стане оголошення національного конкурсу щодо пошуку української або іноземної компанії, яка була б здатна реалізувати проєктну ідею в рамках муніципально-приватного партнерства.

При цьому не виключена участь у реалізації проєкту декількох компаній, що у перспективі може стати основою для формування кластерного об'єднання за їхньої участі.

Також, на нашу думку, існує цілком реальна можливість, щонайменше, на початковому етапі, знизити вартість перебування туристів на території регіону за рахунок перегляду ставки такого місцевого неподаткового платежу як туристичний збір. Відповідно до п.3.1 статті 268 Податкового кодексу України, ставка туристичного збору за кожну добу тимчасового розміщення особи у місцях проживання становить для внутрішнього туризму – до 0,5%, для в'їзного туризму – до 5% від розміру мінімальної заробітної плати, встановленої на 1 січня звітного (податкового) року. На території Дніпропетровської області залежно від району ставки збору коливаються: для внутрішнього туризму – від 0,1% до 0,5%, для в'їзного туризму – від 0,5% до 5% від розміру мінімальної заробітної плати [58].

Зазначимо, що Протягом 2021 року місцеві бюджети Дніпропетровської області отримали від платників туристичного збору понад 10,7 млн. грн. [98]. Враховуючи те, що сума податкових надходжень до місцевих бюджетів області у 2021 році становила 31 875,2 млн. грн., сума туристичного збору складає близько 0,03% від величини їхніх податкових надходжень [60].

На нашу думку, запровадження нульової ставки цього збору на території Дніпропетровського регіону на декілька років, з одного боку, знизить вартість розміщення туристів у місцях проживання, а з іншого, практично не вплине на ступінь виконання доходної частини місцевих бюджетів. Але головною метою цього кроку, звичайно ж, за умов широкого застосування відповідних рекламних заходів стане формування для області іміджу «гостинного» туристичного регіону, відкритого до всіх своїх гостей, який готовий заради них відмовитись від частини свого доходу і тим самим знизити вартість перебування на території регіону.

Формування і перспективний розвиток висококонкурентного ринку туристичних послуг сприятиме інтенсифікації інформаційного обміну та появі

попиту на інноваційні ідеї нових туристичних продуктів. Це, з одного боку, активізує залучення наукових та дослідницьких організацій до процесу розробки нових туристичних продуктів, а, з іншого, актуалізує необхідність посилення ролі органів місцевого самоврядування у питаннях формування інституційного забезпечення процесів розвитку туристичної сфери. Останній напрям реалізовуватиметься, у тому числі, шляхом взаємодії в рамках механізму муніципально-приватного партнерства та розробки відповідних регіональних програм розвитку туристичної сфери. Програмою соціально-економічного та культурного розвитку Дніпропетровської області на 2022 рік закладаються концептуальні підходи до інноваційного розвитку регіону на основі його смарт-спеціалізації. В її рамках передбачена активізація та фінансова підтримка комунікаційних заходів закладів вищої освіти та науки, популяризація наукової діяльності, активне залучення молоді до проведення наукових досліджень, сприяння встановленню науково-виробничих зв’язків у регіоні [127].

Одним з факторів, який суттєво сприятиме розвитку ринку туристичних послуг, у тому числі, у напрямі кластероутворення, виступає розширення та активізація форматів, у яких може відбуватися, виникнення новий ідей, взаємодія та інформаційний обмін між носіями ідей та майбутніми співвиконавцями проєктів у туристичній сфері, тобто, фактично, реалізація інформаційного забезпечення концепції смарт-спеціалізації регіону. Ці формати комунікаційних заходів, передбачених Програмою, можуть бути використані, у тому числі, для просування Дніпропетровської області як інноваційно-орієнтованого туристично сприятливого регіону з високими комунікативними характеристиками.

Подіями, які здатні реалізувати подібні формати, можуть виступати:

– наукові конференції, семінари;

– бізнес-форуми;

– тематичні «круглі столи»;

– співробітництво та партнерство у рамках профільних організацій та

асоціацій;

– заходи в рамках реалізації приватно-муніципального партнерства.

Ініціаторами перелічених подій можуть виступати представники:

– місцевих органів влади (Управління культури, туризму, національностей і релігій Дніпропетровської ОДА);

– національних або іноземних компаній, які мають досвід створення та експлуатації туристичних атракцій у інших регіонах або країнах;

– профільних об’єднань підприємств туристичної сфери;

– місцевих осередків самоврядних організацій туристичної сфери;

– наукових та дослідницьких закладів, які спеціалізуються на відповідних профільних дослідженнях у регіоні.

Зазначимо, що означені вище заходи повинні мати щільний інформаційний супровід, який буде виконувати функції нативної реклами та вирішувати задачі такого елементу маркетинг-міксу як public relations (PR). Крім виконання своєї основної мети – інформування про події – цей інформаційний комплекс повинен формувати у потенційного споживача туристичних послуг образ Дніпропетровської області як інноваційно-орієнтованого туристично сприятливого регіону.

Також, цілями проведення вказаних заходів повинна стати підготовка до інституалізації кластерного формату співробітництва, його популяризація з акцентом на виключній перспективності, зокрема, шляхом запрошення до участі в цих заходах представників компаній, які виступають учасниками діючих кластерів, в тому числі, з інших країн. При цьому обов’язково необхідно розглядати як досвід успішних кластерних проєктів у туристичній сфері, так і, звичайно ж, аналізувати досвід негативних прикладів з деталізацією причин помилок. Очевидно, що наведені заходи безпосередньо відповідають концептуальним підходам до інноваційного розвитку Дніпропетровського регіону на основі його смарт-спеціалізації, які закладені у Програмі його соціально-економічного та культурного розвитку. Відповідно, концептуальні засади розвитку інноваційно-туристичного потенціалу регіону

мають виступати їхнім логічним продовженням.

Проведене вище дослідження дозволяє сформувати процесно-орієнтовану модель етапу побудови інноваційного туристичного кластера, яка, на нашу думку, виглядає наступним чином (додаток П).

Перш за все, визначимо склад суб'єктів процесу кластероутворення, яких можна представити як потенційних первинних носіїв ідеї проєкту, а у перспективі – організаторів кластеру та його співвиконавців:

а) туристичні оператори (резиденти, нерезиденти або їхні місцеві представництва);

б) органи місцевої влади (департаменти розвитку туризму органів місцевого самоврядування);

в) дослідницькі організації, які спеціалізуються на вивченні природно-геологічних, археологічних, історико-культурних, архітектурних та інших особливостей регіону;

г) профільні комунальні підприємства, які спеціалізуються на обслуговуванні потреб туристично-рекреаційної сфери;

д) інші організації (музеї, бібліотеки, архіви тощо), які прямо або опосередковано можуть ініціювати пошукову активність науковців, дослідників та інших потенційних первинних носіїв ідеї проєкту..

Як було вказано вище, лише незначна частка потенційних ідей проєктів у туристичній сфері проходить через фазу аналізу, оцінки та втілення і набуває форму реального об'єкта, який успішно експлуатується протягом певного періоду. Необхідно відзначити, що існує ряд факторів, які сприяють формуванню економічно більш обґрунтованих проєктних ідей і дозволяють підвищити їхній відсоток у загальній кількості. До таких факторів, на наш погляд, належать:

1) досвід створення туристичних продуктів у носіїв ідей;
2) регіональні програми розвитку туристичної сфери;
3) муніципальні програми розвитку туристичної сфери;
4) активні історико-культурні, археологічні, історико-архітектурні та

етнокультурні дослідження у регіоні;

5) наявність ландшафтно-географічних та природно-кліматичних особливостей території;

6) розвиненість інфраструктурно-логістичних об’єктів у регіоні;

7) рівень ділової активності у туристичній сфері.

Викладені вище твердження стали основою запропонованого нами тезису щодо безальтернативності варіанту утворення кластерних об’єднань при виробництві інноваційних туристичних продуктів. Це, у свою чергу, дозволяє сформулювати перелік чинників, які обумовлюють доцільність кластерного формату реалізації проєкту туристичного продукту, до яких належать:

1) ступінь інноваційності (унікальності, новизни) проєкту;

2) організаційно-технічна складність виконання проєкту;

3) комплексність (масштабність) проєкту;

4) складність залучення коштів для фінансування проєкту (в окремих випадках);

5) наявність та розвиненість інституційного забезпечення формування кластерів;

6) успішний досвід реалізації кластерних проєктів у регіоні;

7) наявність у потенційних учасників кластеру позитивного досвіду створення кластерів або участі у них.

Присутність вказаних чинників сприятиме застосуванню кластерного формату співробітництва при реалізації проєктних ініціатив у туристичній сфері бізнесу регіону. Очевидно, що останні два чинники можуть стати суттєвими каталізаторами кластероутворюючих процесів у туристичній сфері регіону, а їхня впливовість буде залежати від успішності реалізації пілотних кластерних проєктів у регіоні, причому не обов’язково туристичних.

Таким чином, можна говорити про те, що розвиток ідеї туристичного продукту, її рух у напрямі матеріалізації у кластерному форматі як процес у зростаючій мірі набуває все більших можливостей для його формалізації.

Подальша перспектива розвитку даного процесу неминуче веде до етапу формування протокластеру. Мова йде про підготовчий етап створення кластеру, в рамках якого авторами ідеї повинні бути вирішені наступні завдання:

– конкретизація мети і завдань створення кластеру;

– декомпозиція цілей і задач створення кластеру з метою визначення профілю діяльності його потенційних учасників та вимог щодо їхніх можливостей;

– визначення переліку варіантів потенційних учасників проєкту;

– підготовка переговорних пропозицій для конкретизації характеру та ступеню участі у проєкті його потенційних учасників;

– перемовини з потенційними учасниками проєкту та визначення попереднього складу виконавців кластерного об’єднання;

– розробка рамкової угоди про співробітництво в рамках інноваційно-туристичного кластеру.

Успішне проходження етапу формування протокластеру стає підґрунтям для здійснення процедури створення інноваційно-туристичного кластеру, яка передбачає реалізацію наступних кроків:

– формування фінального складу партнерів – співвиконавців кластерного проєкту;

– підписання угоди про кластерний формат співробітництва;

– утворення ядра кластеру та Ради кластеру;

– техніко-економічне обґрунтування проєкту;

– розробка проєктної документації;

– обґрунтування ресурсного забезпечення реалізації проєкту;

– розробка бюджету проєкту;

– складання графіку реалізації проєкту;

– формування системи контролю за виконанням проєкту та використанням ресурсів.

Продовжуючи дане дослідження, можна визначити ряд елементів

зовнішнього середовища інноваційно-туристичних кластерів, наявність яких розглядається у якості умов виникнення і функціонування інноваційно-туристичних кластерів у регіоні. Ці елементи виступають складовими частинами зовнішнього середовища інноваційно-туристичного кластера, яке представлене у його принциповій моделі, наведеній в додатку П.

Перш за все, необхідним є законодавче і нормативне забезпечення процесів формування кластерів безвідносно до сфери застосування даного формату об'єднань підприємств. Також, з огляду на викладене, до переліку ключових умов потрібно ввести наявність розвиненого інституційного забезпечення процесу формування кластерів.

Наступною позицією у даному переліку умов є стан інноваційних процесів та науково-виробничого співробітництва у регіоні, рівень інтенсивності дослідницьких процесів у науковій сфері туристичного профілю та комунікативної активності з метою висвітлення отриманих результатів.

З огляду на той значний вплив, який може здійснити діяльність кластерів на добробут населення регіону, співпраця потенційних учасників кластерів з органами місцевої влади може стати суттєвою каталізуючою умовою забезпечення процесів успішного формування кластерів.

При цьому найбільш оптимальною формою матеріалізації такої взаємної зацікавленості, як вже зазначалось, виступає співробітництво в рамках муніципально-приватного партнерства, зокрема, при реалізації регіональних програм розвитку туристично-рекреаційної сфери. Хоча, значною мірою комплекс задач, які вирішуються в рамках муніципально-приватного партнерства, можна віднести до інституційного забезпечення процесу формування та функціонування кластерів, нами ця форма співпраці виділена на рис. 3.4 окремо з огляду на специфіку її використання в рамках реалізації завдань соціально-економічного розвитку регіону.

Наступною позицією у даному переліку умов є стан інноваційних процесів та науково-виробничого співробітництва у регіоні, рівень інтенсивності дослідницьких процесів у науковій сфері туристичного профілю

та комунікативної активності з метою висвітлення отриманих результатів.

З огляду на той значний вплив, який може здійснити діяльність кластерів на добробут населення регіону, співпраця потенційних учасників кластерів з органами місцевої влади може стати суттєвою каталізуючою умовою забезпечення процесів успішного формування кластерів. При цьому найбільш оптимальною формою матеріалізації такої взаємної зацікавленості, як вже зазначалось, виступає співробітництво в рамках муніципально-приватного партнерства, зокрема, при реалізації регіональних програм розвитку туристично-рекреаційної сфери. Хоча, значною мірою комплекс задач, які вирішуються в рамках муніципально-приватного партнерства, можна віднести до інституційного забезпечення процесу формування та функціонування кластерів, нами ця форма співпраці виділена в додатку Р окремо з огляду на специфіку її використання в рамках реалізації завдань соціально-економічного розвитку регіону.

Також, серед необхідних складових зовнішнього середовища інноваційно-туристичного кластера відзначений ряд елементів інфраструктурного забезпечення: промислово-будівельного, інформаційно-комунікаційного, транспортно-логістичного, готельно-ресторанного. Вказані елементи дозволяють виконувати комплекс робіт зі створення та подальшої експлуатації інноваційного туристичного продукту, і тим самим забезпечують можливість формування внутрішнього середовища інноваційно-туристичного кластера.

Характерною особливістю принципової моделі, представленої в додатку Р, є те, що у ній наведений універсальний варіант комбінації складових внутрішнього середовища інноваційно-туристичного кластеру, який потенційно може включати різні елементи зовнішнього середовища (як складових інфраструктури), що представлені як елементи певних видів забезпечень (проєктного, технічного, технологічного, інформаційного, трансфертного тощо).

Тобто, у кожному конкретному випадку інноваційно-туристичного

кластеру склад його внутрішнього середовища буде залежати від специфіки виробництва туристичного продукту або експлуатації туристичної атракції, який виступає як продукт кластеру. При цьому незмінними (обов'язковими) складовими внутрішнього середовища виступатимуть такі елементи як ядро кластеру, безпосередньо атракція та керуюча компанія, яка здійснює комплекс робіт щодо його організаційно-технічного обслуговування та економічної експлуатації.

Логіка присутності інших (вибіркових) елементів у внутрішньому середовищі кластеру диктується, в першу чергу, періодичністю потреби у використанні їхніх потенційних спроможностей або властивостей в процесі створення або експлуатації туристичного продукту. Якщо така потреба є разовою, то присутність виконавця у складі учасників кластеру є технічно та економічно недоцільною. З ним можна укласти, відповідно, разовий договір на виконання певних робіт або надання послуг. При більш частій потребі у послугах виконавця до уваги береться інший чинник.

Таким іншим, але не менш важливим чинником, який зумовлює логіку формування складу учасників кластеру, є виключність внеску або функції, яку здійснюють такі учасники у процесі забезпечення діяльності кластеру. Подібна виключність зумовлюється унікальністю їхніх потенційних виробничо-економічних можливостей або інших, властивих тільки їм спроможностей, які, з одного боку, утворюють їх індивідуальний ринковий потенціал, а, з іншого, в результаті синергії взаємодії всіх елементів кластеру, забезпечують формування групового результату, яким стає висококонкурентний туристичний продукт.

Якщо потреба у здійсненні певних робіт (наданні послуг) при створенні кластерного продукту є постійною, але вони не є якимись унікальними (тобто, виконавець не повинен володіти можливістю виконувати якісь виключні виробничо-економічні функції), то доцільним є проведення конкурсу (тендеру) серед подібних виконавців на виконання таких робіт (надання послуг) для кластеру, без включення переможця конкурсу у склад кластеру.

Це дасть можливість кластерному об’єднанню бути більш гнучкою конструкцією у питаннях ціноутворення та якості кінцевого туристичного продукту, не відмовляючись від переваг, які надає такий формат співробітництва.

У будь-якому випадку критерієм включення співвиконавця до складу учасників туристичного кластеру повинна бути виробничо-економічна доцільність, зумовлена технологічними особливостями створення кластерного продукту, вимогами мінімізації його вартості та максимізації якості. Тобто, висока норма прибутку від реалізації кластерного продукту повинна стати винагородою потенційного учасника кластеру за унікальність та виключність його функціональних властивостей.

Одночасно, дотримання подібного підходу при конструюванні кластерних структур повинно стимулювати суб’єктів туристичного ринку, які бажають стати претендентами на участь у розподілі чистого прибутку від реалізації кластерного продукту, до пошуку та активації чинників власної функціональної та ринкової унікальності, яка в умовах насичення ринку можлива лише шляхом застосування інноваційної моделі розвитку свого бізнесу. Відповідним чином буде відбуватись зміна інституційного середовища підприємництва у сфері туризму, у якому інноваційність діяльності розглядатиметься як обов’язкова умова успішності будь-якої бізнес-ініціативи. У середньо- та довгостроковій перспективі створення продуктів туристичних кластерів приведе не тільки до кількісного зростання пропозиції атракцій на ринку, а й до її якісного наповнення. При цьому розвиток цього процесу матиме, на нашу думку, двоаспектну характеристику. З одного боку, зростання кількості туристичних об’єктів в межах певного регіону приведе до загального збільшення туристичного потоку у регіон і кумулятивне посилення попиту на туристичні атракції, що пропонуються в цілому до уваги його гостей.

З іншого, буде спостерігатись певне посилення конкуренції між суб’єктами туристичного ринку, які пропонують споживачам класичні

туристичні продукти, і суб'єктами кластерних формувань, які експлуатують інноваційні туристичні атракції. При цьому останні, на наш погляд, матимуть очевидну перевагу у цій боротьбі, адже потенціал зростання і розвитку будь-якого «усередненого» інноваційного туристичної атракції набагато вищий, ніж в «усередненого» класичного, який, у більшості випадків, знаходиться на вершині своєї туристичної привабливості з самого початку періоду своєї експлуатації. Вже не кажучи про те, що теоретична пропозиція інноваційних туристичних продуктів потенційно необмежена, на відміну від пропозиції класичних.

Викладене вище свідчить про потенційно високу перспективність кластеризації туристичної сфери та її високі потенційні можливості у виконанні завдань соціально-економічного розвитку регіону. Реалізація туристично-рекреаційного потенціалу Дніпропетровської області на основі інноваційного підходу дозволить створити нові робочі місця у туристичній та суміжних сферах, задіяти науково-дослідницький потенціал регіону, встановити комплекс нових виробничих та економічних зв'язків та за рахунок мультиплікаційного ефекту забезпечити прискорене зростання валового регіонального продукту.

3.2. Оцінка впливу процесу кластеризації туристичної сфери на стан інноваційно-туристичного потенціалу регіону

На теперішній час очевидним є значний нереалізований інноваційний потенціал туристичної сфери в Україні як такої, що може виступити у якості співдрайверу економічного розвитку як на регіональному рівні, так і на рівні всієї держави. Її унікальні можливості як сфери підприємницької діяльності, що здатна виступити системоутворюючим елементом комплексу ланцюжків створення вартості, стати замикаючою ланкою потенційно нескінченного набору туристичних продуктів, на даний час майже не використовуються у нашій країні. Обмеженість або, взагалі, відсутність природних атракцій чи

об’єктів, що мають культурно-історичну цінність, у окремих географічних регіонах зумовлює необхідність застосування інноваційних підходів у процесі їхнього «штучного» формування.

Найбільш оптимальною управлінсько-інформаційною моделлю, яка створює умови узгодженої співпраці учасників такого комплексу і водночас зберігає гнучкість та відкритість організаційної структури подібного міжгалузевого утворення, виступає кластерна модель взаємодії господарюючих суб’єктів. Якщо для промисловості утворення кластерів є шляхом підвищення конкурентоздатності потенційних учасників, то для сучасної туристичної сфери кластери є чи не єдиним форматом створення конкурентоздатного туристичного продукту.

Відповідно до сучасного підходу щодо розуміння кластерної парадигми виділяють наступні складові процесу кластероутворення:

а) виробнича – реалізується шляхом співпраці підприємств різних галузей в кластері з наступним формуванням повного виробничого циклу та локалізацією виробництва в межах окремих територій, що веде до зростання економічних показників діяльності учасників кластеру;

б) просторова – зумовлюється вимогою географічно-просторової близькості учасників основного виробництва, що особливо актуально для туристичної сфери, адже витрати на трансфер споживачів туристичного продукту в межах певної дестинації можуть суттєво впливати на його собівартість, тому виступають об’єктом мінімізації;

в) інноваційна – забезпечується, по-перше, наявністю науково-дослідних закладів, які реалізують творчий потенціал своїх співробітників; по-друге, існуванням ефективного механізму відбору та впровадження (комерціалізації) інноваційних ідей; по-третє, високим рівнем комунікативних зв’язків, які уможливлюють інтенсивний інформаційний обмін всередині кластеру та суттєво впливають на його інноваційну ємність;

г) соціальна – зумовлена необхідністю певного рівня довіри між учасниками кластеру в процесі координації та у комунікаційному процесі,

адже недостатня якість інформаційного обміну може звести нанівець переваги самої ідеї кластерного формату співробітництва, які, в свою чергу, забезпечують синергічний ефект від його використання.

Логічним виглядає дослідження туристичного кластеру як інноваційної форми організації туристичної бізнесу, яка утворюється, ґрунтуючись на потенційно спорідненій виробничо-тематичній спеціалізації потенційних учасників кластеру у досить гнучких межах певних локалітетів, та передбачає формування нових туристичних продуктів на базі існуючих дестинацій, або шляхом створення та експлуатації нових туристичних атракцій. У кінцевому підсумку результатом успішності утворюваного туристичного кластеру стає:

– розширення переліку туристичних продуктів;

– зростання інтенсивності туристичного потоку;

– формування нових ланцюгів доданої вартості із залученням до них нових учасників;

– зниження витрат в межах існуючих ланцюгів доданої вартості;

– підвищення ефективності використання наявних ресурсів;

– поява інноваційно-чутливого середовища, здатного забезпечити генерацію і втілення ідей нових туристичних продуктів;

– забезпечення збільшення конкурентних переваг як підприємств, що утворюють кластер, так і, безпосередньо, самого кластера;

– підвищення рівня конкуренції на ринку туристичних послуг, що стимулює подальше розширення асортименту та зростання якості туристичних продуктів, а також рівня задоволеності споживчого попиту.

Наша увага фокусується на дослідженні зростання інноваційно-туристичного потенціалу регіонів, які ініціюють впровадження кластеризації у туристичній сфері, що у подальшому визначає здатність підприємств цієї сфери до генерації ідей нових туристичних продуктів та їхньої подальшої комерціалізації.

Якщо фактичний (наявний) рівень інноваційно-туристичного потенціалу можна оцінити за допомогою ряду факторів, розглянутих у

підрозділі 2.2., то оцінка його зростання у результаті реалізації кластерних ініціатив є у значній мірі суб'єктивною характеристикою, яка формується на основі оціночних суджень. Але, не дивлячись на вказану суб'єктивність, дана характеристика визначається, в тому числі, на підставі цілком конкретних кількісно вимірюваних показників з використанням методу експертних оцінок.

Оцінка узгодженості думок експертів повинна бути здійснена за допомогою коефіцієнтів Пірсона та конкордації, щоб мати підстави вважати їхні думки достатньо обґрунтованим та використовувати даний механізм для постійного моніторингу інноваційного потенціалу. У іншому випадку дослідження треба повторити з іншою групою експертів або шукати помилки на інформаційному рівні – у розумінні обраних показників та механізму їхнього розрахунку.

На нашу думку, при оцінці зміни величини інноваційно-туристичного потенціалу перелік складових, на відміну від зазначених в підрозділі 2.2, доцільно обмежити. Дане обмеження ґрунтується на сформульованому нами у цьому підрозділі твердженні щодо екстериторіальності характеру інноваційно-туристичного потенціалу регіону в умовах кластерного формату розвитку туристичної сфери. Така характеристика, як зазначено, зумовлена відносною необмеженістю та потенційною відкритістю щодо участі у формуванні цього потенціалу в умовах застосування кластерних моделей. Відповідно, нами було вказано на аморфний характер кількісних параметрів оцінки зміни кадрового потенціалу, зумовлений процесом кластеризації, але дане твердження є справедливим і для інших складових інноваційно-туристичного потенціалу регіону: науково-освітньої, інвестиційної, інституційної і атрактивно-рекреаційної.

Множинність похибок, які можна отримати при оцінці змін окремих складових інноваційно-туристичного потенціалу регіону, накладаючись одна на одну, у кінцевому підсумку може сформувати надто велику сумарну похибку в оцінці зміни інноваційно-туристичного потенціалу регіону як

такого. Тому, на нашу думку, для мінімізації впливу похибок оцінки зміни складових і, відповідно, мінімізації інтегральної похибки доцільно обмежити їхній вплив шляхом укрупнення складових.

Нами пропонується для цього використати поняття підприємницького потенціалу та інтелектуального потенціалу. Їхні ймовірні комбінації охоплюють все різноманіття можливих станів інноваційно-туристичного потенціалу регіону. Застосування поняття підприємницького потенціалу передбачає об'єднання у його рамках у повному обсязі інвестиційної та інституційної складової інноваційно-туристичного потенціалу, у той час як поняття інтелектуального потенціалу передбачає поєднання його кадрової та науково-освітньої складових.

Окремого розгляду потребує атрактивно-рекреаційна складова. Як зазначалося вище, атрактивно-рекреаційний потенціал регіону утворюють об'єкти культурно-історичної спадщини, рекреаційні об'єкти та ряд інших туристичних атракцій. Якщо їхня кількісна оцінка до початку процесів кластероутворення не викликає ускладнень, то процес оцінки збільшення їхньої кількості на основі кластерної моделі розвитку туристичного бізнесу з прийнятним рівнем похибки виглядає проблематично.

Також, необхідно зазначити, що процес створення об'єктів атрактивно-рекреаційного потенціалу як результат діяльності туристичних кластерів є продуктом діалектичної взаємодії підприємницького та інтелектуального потенціалів. Кількісне та якісне наповнення лінійки туристичних атракцій регіону висуває нові підвищені вимоги до нових туристичних продуктів, адже для збереження своєї конкурентоздатності у туристичній сфері регіону необхідно залучати не тільки нових відвідувачів, а й тих, хто вже має досвід (безумовно, позитивний) відвідування «старих» атракцій, розташованих на його території. Це, у свою чергу, висуває підвищені вимоги до якості і наповнення підприємницького та інтелектуального потенціалів, стимулюючи їхній розвиток. Отже, можна відзначити циклічність і гармонійну взаємозалежність процесів їхнього розвитку. Це твердження дає нам підстави

розглядати атрактивно-рекреаційний потенціал як частиною підприємницького, так і частиною інтелектуального потенціалів.

З точки зору дослідження інноваційного потенціалу туристичної сфери України, цікавим є дослідження Н Лохман та ін. [87], в рамках якого доведено, що «…такі фактори як кількість інноваційно активних підприємств (надання інформаційних послуг) та питома вага підприємств, що впроваджували інновації, % не підтвердили свого впливу на реалізацію інноваційного потенціалу туристичної сфери України за період, що досліджувався» (2014-2020 рр.). Це підтверджує необхідність використання альтернативних показників для оцінювання зміни величини інноваційно-туристичного потенціалу регіонів, якими можуть стати підприємницький та інтелектуальний потенціали. На користь цього твердження свідчить також робота Ю. Юхновської [154], де зазначено, що «інноваційний потенціал туристичної галузі виражається через наявність певних соціально-економічних ресурсів, які спрямовані на розробку та реалізацію нововведень в туристичній діяльності з метою задоволення потреб туристів». Саме такими ресурсами є підприємницький та інтелектуальний потенціали.

Окрім того, відповідно до даного підходу, наявність двох складових інноваційно-туристичного потенціалу – підприємницького та інтелектуального – дозволяє візуалізувати зміну величини цього потенціалу у двомірній системі координат.

На рис. 3.5 показаний весь простір оцінок інноваційно-туристичного потенціалу регіонів, який утворюють вказані вище його визначальні складові. Дві ортогональні вісі декартової системи координат, які дозволяють за умовною десятибальною шкалою кількісно відобразити обидві складові, формують двомірний простір, що складається з 7 принципово відмінних характеристичних областей (на рисунку - ділянок), які відповідають можливостям регіонів щодо реалізації їхнього власного інноваційно-туристичного потенціалу.

Для встановлення межі достатності кількісних значень оцінок

підприємницького та інтелектуального потенціалів використано правило маркетингових досліджень «п’ятдесят на п’ятдесят», реалізоване у модифіковану шкалу Лайкета [30], у якій використані нерівні інтервали

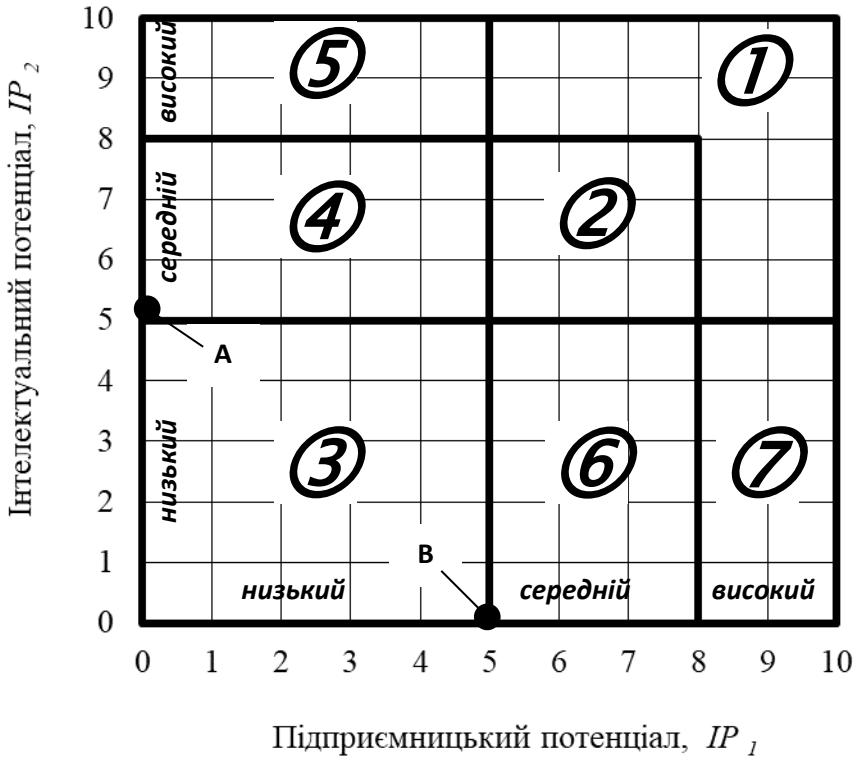


Рис. 3.5. Простір теоретичної оцінки інноваційно-туристичного потенціалу регіонів [138]

Джерело: виконано автором

Точка самодостатності, що відповідає рівню 50% інтервалу оцінки (або 5 балам за шкалою оцінки), відображає паритетність складових, тобто їхні рівні можливості. Межа областей високого інтелектуального та підприємницького потенціалу визначена на рівні 80% інтервалу оцінки (8 балів за шкалою), що відповідає результатам досліджень світових тенденцій інноваційного розвитку [49].

Таким чином, простір оцінок інноваційно-туристичного потенціалу регіону має дві ключові точки достатності:

– точка А – точка достатності, вище якої вважається, що регіон володіє достатнім інтелектуальним потенціалом;

– точка В – точка достатності, вище якої вважається, що регіон володіє достатнім підприємницьким потенціалом.

Якщо регіон має кількісні значення показників обох потенціалів, вищі за рівень точки достатності, можна вважати, що він володіє достатнім інноваційно-туристичним потенціалом.

Перш, ніж перейти до аналізу характеристик регіонів, оцінка яких розташована у одній з областей, зауважимо, що їхня тривала присутність у мінімальній близькості до вісей майже виключена. На сучасному туристичному ринку жоден суб'єкт (регіон) не може забезпечити свою конкурентоздатність тільки за рахунок одного із компонентів інноваційно-туристичного потенціалу. Обов'язковою умовою життєздатності суб'єктів ринку є гармонійне поєднання обох складових у пропорціях, зумовлених поточними інституціональними, організаційно-функціональними, кадровими, підприємницькими, мотиваційними особливостями, характерними для кожного конкретного регіону.

Регіони, оцінка яких знаходиться у межах області 1, володіють високим інноваційно-туристичним потенціалом. Інноваційна діяльність в туристичній сфері у таких регіонах можлива як у формі розробки власних інновацій, так і шляхом впровадження інновацій, розроблених у інших регіонах. Такі регіони є інноваційними лідерами, яким необхідно підтримувати обраний темп інноваційного розвитку для утримання досягнутого рівня. Туристичні компанії у таких регіонах мають високу чутливість до новацій у туристичній сфері, приймають активну участь у діяльності профільних об'єднань, форумів, виставок, конференцій та інших інформаційно-генеративних «онлайн» та «оффлайн» середовищ, які виступають для них джерелами виникнення перспективних та продуктивних ідей. Вони пропонують, активно розвивають і просувають нестандартні та унікальні туристичні дестинації, або нетрадиційно комбінують елементи поширених продуктів, створюючи, таким

чином, новий продукт, завдяки чому постійно перебувають попереду своїх конкурентів.

Регіони, оцінка яких знаходиться у межах області 2, володіють достатнім інноваційно-туристичним потенціалом при середньому рівні підприємницького та інтелектуального потенціалу. Перелік туристичних продуктів, що ними пропонується, не настільки широкий, як у регіонів із області 1, але завдяки достатньому рівню підприємницької активності, достатньому платоспроможному попиту та досвіду роботи туристичних компаній-резидентів такі регіони мають стійку конкурентну позицію, володіють досить стабільною часткою ринку та мають стійкий дохід від туристичних послуг у складі регіонального валового продукту.

В межах області 3 розташовані оцінки регіонів, рівень підприємницького та інтелектуального потенціалу яких нижче середнього, що зумовлює їхній низький інноваційно-туристичний потенціал. Враховуючи високий рівень конкуренції на ринку туристичних послуг, такі регіони стають відвертими аутсайдерами ринку з мінімальною часткою доходу від туристичних послуг у складі регіонального валового продукту. Для того, щоб змінити таке становище, їм необхідно переформатовати діяльність суб’єктів внутрішнього туристичного ринку у напрямі посилення як мінімум однієї зі складових інноваційно-туристичного потенціалу, щоб перейти у область 2, 4 або 6.

У межах областей 4 та 5 знаходяться регіони, які володіють достатнім рівнем конкурентоздатності, який забезпечується, перш за все, за рахунок їхнього інтелектуального потенціалу. Їхні туристичні компанії-резиденти пропонують інноваційні туристичні продукти, цікаві дестинації, демонструють нестандартні підходи до формування нових пропозицій для клієнтів, але розширення клієнтської бази відбувається досить стримано переважно з причин недостатньої активності у просуванні як самих регіонів внаслідок слабкого територіального маркетингу, так і компаній-резидентів з їхніми продуктами. Недостатня збалансованість інтелектуального та

підприємницького потенціалу не дозволяють таким регіонам стати повноцінними інноваційними лідерами у туристичному бізнесі.

Регіони, оцінки яких розташовані у областях 6 та 7, мають, відповідно, середній та високий підприємницький потенціал, але рівень їхнього інтелектуального потенціалу є низьким. Такі регіони забезпечують свою конкурентоздатність за рахунок активного територіального маркетингу, реклами та просування дестинацій та атракцій, розташованих на їхній території, в тому числі у сегментах ринку, де вони раніше були відсутні, розвитку мережі контактів з резидентами у інших регіонах. Як і випадку з регіонами, оцінки яких знаходяться у області 4 та 5, у них спостерігається недостатня збалансованість інтелектуального та підприємницького потенціалу, що також виступає перешкодою на шляху до їхнього інноваційного лідерства.

З огляду на мету дослідження нас цікавить, в якій мірі процес кластеризації позначиться на динаміці інноваційно-туристичного потенціалу регіону. Для нашого дослідження виберемо ті ж самі регіони, які досліджувались у підрозділі 2.2, а саме, Дніпропетровський, Запорізький, Полтавський, Черкаський, Кіровоградський.

Для оцінки зміни інноваційно-туристичного потенціалу обраних регіонів скористуємося моделлю, розробленою О. Станіславік [138]. Вона передбачає використання та подальшу обробку балів, виставлених експертами у якості оцінок ряду критеріїв, що відображають як інтелектуальний, так і підприємницький потенціал кожного окремого регіону. Незважаючи на те, що дана модель застосована її автором для оцінки інноваційного потенціалу промислових підприємств, її застосування для оцінки зміни інноваційно-туристичного потенціалу регіонів, на нашу думку, є виправданим. Якщо розглядати окремий регіон і окреме підприємство, то вони, за своєю суттю є функціонально-процесними аналогами, але різних масштабів, адже у складі кожного з них є елементи, що виконують управлінські, виробничі, постачальницькі та інші функції, які, у свою чергу, забезпечують нормальне

проходження бізнес-процесів. І регіон, і підприємство виробляють туристичні продукти, споживаючи при цьому матеріальні, трудові, фінансові та інші ресурси.

Отже, за допомогою панельного методу сформовано загальну групу з 16 експертів, яким були присвоєні відповідні ранги за ступенем потенційної надійності їхніх оцінок. В результаті ранжування експертів утворені 5 груп, кожній з яких відповідає свій клас надійності та вагомість голосів. У результаті відбору була сформована підсумкова експертна група з 9 експертів, які увійшли до складу груп з класами надійності А, В та С (табл. 3.1).

Обраною групою експертів були сформульовані п’ять критеріїв наявності інноваційно-туристичного потенціалу, відповідність яким оцінюється на підставі організаційно-функціональних, науково-дослідницьких, кадрових, ресурсних особливостей, рівня інституційного забезпечення та інших характеристик конкретного регіону.

Таблиця 3.1

Шкала класів надійності експертів [151]

Клас надійності	Ступінь надійності відповідей (експертів)	Довірча імовірність, %	Довірчий інтервал при нормальному розподілі ± середньоквадратичне відхилення
А	Практично достовірні	Більш 99,7	Понад 3,0
В	З малим ризиком	95,0 — 99,7	2,0 — 3,0
С	Із середнім ризиком	80,0 — 94,9	1,3 — 1,99
Д	З підвищеним	60,0 — 79,9	0,8 — 1,29
Е	Азартні	Менш 60	До 0,8

Джерело: виконано автором

1) наявність кадрів з відповідною освітою («Туризм», «Готельно-ресторанна справа», «Менеджмент готельно-ресторанного і туристичного бізнесу» та ін.);

2) кількість позицій туристичних продуктів та дестинацій;

3) рівень застосування прийомів територіального маркетингу;

4) рівень інституційного забезпечення діяльності туристичного бізнесу;

5) інноваційна чутливість підприємств туристичної сфери регіону.

Узагальнена модель для визначення координат позицій регіону в просторі оцінок інноваційно-туристичного потенціалу має наступний вигляд:

$$
\begin{aligned}
ITP &= R \times \tilde{F} \times \left(R \times E_{1\times m}\right)^{-1} \times \\
&\times \left(\left({}^{1}P \times E_{1\times n} \times R \times {}^{1}\tilde{Z} + {}^{2}P \times E_{1\times n} \times R \times {}^{2}\tilde{Z}\right) \times \left(R \times E_{1\times m}\right)^{-1}\right)^{T} \times \\
&\times \left({}^{3}P \times \left({}^{1}P \times E_{1\times n} \times R \times {}^{1}\tilde{Z} + {}^{2}P \times E_{1\times n} \times R \times {}^{2}\tilde{Z}\right) \times \left(R \times E_{1\times m}\right)^{-1} \times E_{2\times} \times {}^{3}P + \right. \\
&\left. + {}^{4}P \times \left({}^{1}P \times E_{1\times n} \times R \times {}^{1}\tilde{Z} + {}^{2}P \times E_{1\times n} \times R \times {}^{2}\tilde{Z}\right) \left(R \times E_{1\times m}\right)^{-1} \times E_{2\times n} \times {}^{4}P\right)^{-1} = \\
&= \left[ITP_1 \; ITP_2 \right]_{n}.
\end{aligned}
\tag{3.1}
$$

де R – матриця рангів експертів;

$\tilde{F}$ – матриця експертних оцінок значень чинників інноваційно-туристичного потенціалу регіону;

$E_{1\times m}$ – одинична матриця;

$E_{1\times n}$ – одинична матриця;

$\widetilde{{}^{1}Z}$ і $\widetilde{{}^{2}Z}$ – матриці експертних оцінок вагомості чинників для формування оцінки відповідно підприємницького та інтелектуального потенціалу регіону;

${}^{1}P$ і ${}^{2}P$; ${}^{3}P$ і ${}^{4}P$ – проєкційні матриці.

Виконаємо на основі даної моделі розрахунок показників інноваційно-туристичного потенціалу для аналізованих регіонів. Розрахунок показника інноваційно-туристичного потенціалу проведемо на прикладі Дніпропетровського регіону (табл. 3.2-3.3).

Таблиця 3.2

Експертні оцінки вагомості чинників підприємницького потенціалу Дніпропетровського регіону

Експерти		Кількісна оцінка вагомості чинників підприємницького потенціалу				
ідентифікатор	ранг	критерій 1	критерій 2	критерій 3	критерій 4	критерій 5
Група А	10	10	9	2	1	2
Група В	8	9	10	3	2	3
Група С	7	10	10	1	2	1

Джерело: виконано автором

Таблиця 3.3

Експертні оцінки вагомості чинників інтелектуального потенціалу Дніпропетровського регіону

Експерти		Кількісна оцінка вагомості чинників інтелектуального потенціалу				
ідентифікатор	ранг	критерій 1	критерій 2	критерій 3	критерій 4	критерій 5
Група А	10	2	1	10	10	9
Група В	8	1	3	10	9	9
Група С	7	3	2	9	10	9

Джерело: виконано автором

Етап 1. Визначення вагомості чинників.

Для визначення інноваційно-туристичного потенціалу Дніпропетровського регіону на основі обраних критеріїв використаємо результати експертного оцінювання вагомості чинників підприємницького та інтелектуального потенціалу. У матричній формі табл. 3.3 і табл. 3.4 мають вигляд:

$$ {}^{1}\tilde{\mathbf{Z}} = \begin{bmatrix} 10 & 9 & 2 & 1 & 2 \\ 9 & 10 & 3 & 2 & 3 \\ 10 & 10 & 1 & 2 & 1 \end{bmatrix}; \; {}^{2}\tilde{\mathbf{Z}} = \begin{bmatrix} 2 & 1 & 10 & 10 & 9 \\ 1 & 3 & 10 & 9 & 9 \\ 3 & 2 & 9 & 10 & 9 \end{bmatrix}. \qquad (3.2) $$

Матриця рангів експертів складається за табл. 3.2 (графа 2) і в нашому випадку має вигляд:

$$ R = [10 \quad 8 \quad 7]. \qquad (3.3) $$

Знаючи кількість розглянутих чинників ($n = 5$) і число груп експертів ($m = 3$), відповідно формують проєкційні матриці ${}^{1}\mathbf{P}$ і ${}^{2}\mathbf{P}$:

$$ {}^{1}\mathbf{P} = \begin{bmatrix} 1 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 & 0 \end{bmatrix}; \; {}^{2}\mathbf{P} = \begin{bmatrix} 0 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 1 & 0 & 0 & 0 & 0 \end{bmatrix}. \qquad (3.4) $$

і відповідно – одиничні матриці $E_{1\times n}$ та $E_{1\times m}$:

$$E_{1\times n} = \begin{bmatrix}1\\1\\1\\1\\1\end{bmatrix}; E_{1\times m} = \begin{bmatrix}1\\1\\1\end{bmatrix}. \quad (3.5)$$

Після чого обчислюють матрицю вагомості чинників (3.6) за формулою (3.1), яку для зручності представлено у табл. 3.4:

$$Z = \left({}^{1}P \times E_{1\times n} \times R \times \widetilde{{}^{1}Z} + {}^{2}P \times E_{1\times n} \times R \times \widetilde{{}^{2}Z} \right) \times (R \times E_{1\times m})^{-1} =$$

$$= \left(\begin{bmatrix}1&0&0&0&0\\0&0&0&0&0\end{bmatrix} \times \begin{bmatrix}1\\1\\1\\1\\1\end{bmatrix} \times \begin{bmatrix}10&8&7\end{bmatrix} \times \begin{bmatrix}10&9&2&1&2\\9&10&3&2&3\\10&10&1&2&1\end{bmatrix} + \begin{bmatrix}0&0&0&0&0\\1&0&0&0&0\end{bmatrix} \times \right.$$

$$\left. \times \begin{bmatrix}1\\1\\1\\1\\1\end{bmatrix} \times \begin{bmatrix}10&8&7\end{bmatrix} \times \begin{bmatrix}2&1&10&10&9\\1&3&10&9&9\\3&2&9&10&9\end{bmatrix} \right) \times \left(\begin{bmatrix}10&8&7\end{bmatrix} \times \begin{bmatrix}1\\1\\1\end{bmatrix} \right)^{-1} =$$

$$= \begin{bmatrix}9{,}667&9{,}625&2{,}042&1{,}625&2{,}042\\1{,}958&1{,}958&9{,}708&9{,}667&9{,}000\end{bmatrix}.$$

або,

$$Z = \begin{bmatrix}9{,}667&9{,}625&2{,}042&1{,}625&2{,}042\\1{,}958&1{,}958&9{,}708&9{,}667&9{,}000\end{bmatrix}. \quad (3.6)$$

Таблиця 3.4

Значення вагомості чинників інноваційно-туристичного потенціалу Дніпропетровського регіону

Складові інноваційно-туристичного потенціалу	критерій 1	критерій 2	критерій 3	критерій 4	критерій 5
Підприємницький потенціал	9,667	9,625	2,042	1,625	2,042
Інтелектуальний потенціал	1,958	1,958	9,708	9,667	9,000

Джерело: виконано автором

Етап 2. Визначення значень чинників.

Для визначення значень чинників інноваційно-туристичного потенціалу регіону група експертів заповнює таблицю (табл. 3.5) експертних оцінок значень. Вагомість голосів експертів визначається на підставі їхнього рангу.

Таблиця 3.5

Таблиця експертних оцінок значень чинників інноваційно-туристичного потенціалу Дніпропетровського регіону на основі обраних критеріїв

Експерт		Кількісні оцінки значень чинників інноваційно-туристичного потенціалу				
ідентифікатор	ранг	критерій 1	критерій 2	критерій 3	критерій 4	критерій 5
Група А	10	5	4	8	7	6
Група В	8	3	4	4	6	8
Група С	7	2	3	7	8	6

Джерело: виконано автором

У матричній формі табл. 3.5 має вигляд:

$$\widetilde{F} = \begin{bmatrix} 5 & 4 & 8 & 7 & 6 \\ 3 & 4 & 4 & 6 & 8 \\ 2 & 3 & 7 & 8 & 6 \end{bmatrix}. \quad (3.7)$$

За даними графи 2 табл. 5 формується матриця рангів експертів:

$$R = [10 \quad 8 \quad 7]. \quad (3.8)$$

На підставі кількості груп експертів формуємо одиничну матрицю $\mathbf{E_{1\times m}}$:

$$E_{1\times m} = \begin{bmatrix} 1 \\ 1 \\ 1 \end{bmatrix}. \quad (3.9)$$

Обчислюємо матрицю вагомості чинників (3.10), яку для зручності представляють у вигляді табл. 3.6:

$$F = R \times \tilde{F} \times (R \times E_{1\times m})^{-1} =$$

$$= [10 \quad 8 \quad 7] \times \begin{bmatrix} 5 & 4 & 8 & 7 & 6 \\ 3 & 4 & 4 & 6 & 8 \\ 2 & 3 & 7 & 8 & 6 \end{bmatrix} \times \left([10 \quad 8 \quad 7] \times \begin{bmatrix} 1 \\ 1 \\ 1 \end{bmatrix} \right)^{-1} =$$

$$= [3{,}52 \quad 3{,}72 \quad 6{,}44 \quad 6{,}96 \quad 6{,}64], \tag{3.10}$$

або

$$F = [3{,}52 \quad 3{,}72 \quad 6{,}44 \quad 6{,}96 \quad 6{,}64].$$

Таблиця 3.6

Таблиця значень чинників інноваційно-туристичного потенціалу Дніпропетровського регіону

Показник	Чинники інноваційно-туристичного потенціалу				
	критерій 1	критерій 2	критерій 3	критерій 4	критерій 5
Значення чинників інноваційно-туристичного потенціалу підприємства	3,52	3,72	6,44	6,96	6,64

Джерело: виконано автором

Розрахунок величин чинників інноваційно-туристичного потенціалу регіону закінчено.

Етап 3. Оцінка інноваційно-туристичного потенціалу регіону.

Для графічної візуалізації та подальшої оцінки інноваційно-туристичного потенціалу Дніпропетровського регіону визначимо позицію регіону в просторі оцінок інноваційно-туристичного потенціалу. Для визначення координат позицій регіону в просторі оцінок інноваційно-туристичного потенціалу сформовано одиничну матрицю $E_{2\times n}$ на підставі кількості чинників:

$$\mathrm{E}_{2\times \mathrm{n}} = \begin{bmatrix} 1 & 1 \\ 1 & 1 \\ 1 & 1 \\ 1 & 1 \\ 1 & 1 \end{bmatrix} \tag{3.11}$$

Проєкційні матриці $^{3}\mathbf{P}$ та $^{4}\mathbf{P}$ постійні, тому використовуються без змін. Використовуючи раніше сформовані матриці, виконаємо обчислення:

$$IP = F \times Z^T \times \left({}^3P \times Z \times E_{2\times n} \times {}^3P + {}^4P \times Z \times E_{2\times n} \times {}^4P \right)^{-1} =$$

$$= \begin{bmatrix} 3{,}52 & 3{,}72 & 6{,}44 & 6{,}96 & 6{,}64 \end{bmatrix} \times \begin{bmatrix} 9{,}67 & 1{,}96 \\ 9{,}63 & 1{,}96 \\ 2{,}04 & 9{,}71 \\ 1{,}63 & 9{,}67 \\ 2{,}04 & 9{,}00 \end{bmatrix} \times$$

$$\times \left(\begin{bmatrix} 1 & 0 \\ 0 & 0 \end{bmatrix} \times \begin{bmatrix} 9{,}67 & 9{,}63 & 2{,}04 & 1{,}63 & 2{,}04 \\ 1{,}96 & 1{,}96 & 9{,}71 & 9{,}67 & 9{,}00 \end{bmatrix} \times \begin{bmatrix} 1 & 1 \\ 1 & 1 \\ 1 & 1 \\ 1 & 1 \\ 1 & 1 \end{bmatrix} \times \begin{bmatrix} 1 & 0 \\ 0 & 0 \end{bmatrix} + \right.$$

$$\left. + \begin{bmatrix} 0 & 0 \\ 0 & 1 \end{bmatrix} \times \begin{bmatrix} 9{,}67 & 9{,}63 & 2{,}04 & 1{,}63 & 2{,}04 \\ 1{,}96 & 1{,}96 & 9{,}71 & 9{,}67 & 9{,}00 \end{bmatrix} \times \begin{bmatrix} 1 & 1 \\ 1 & 1 \\ 1 & 1 \\ 1 & 1 \\ 1 & 1 \end{bmatrix} \times \begin{bmatrix} 0 & 0 \\ 0 & 1 \end{bmatrix} \right)^{-1} = \begin{bmatrix} 5{,}62 & 6{,}89 \end{bmatrix}$$

Результати розрахунків визначають матрицю координат позицій регіону в просторі оцінок інноваційно-туристичного потенціалу:

$$ITP = [5{,}62 \quad 6{,}89]. \tag{3.12}$$

Таким чином, позиції Дніпропетровського регіону в просторі оцінок інноваційно-туристичного потенціалу мають наступні координати:

на вісі підприємницького потенціалу $ITP_1 = 5{,}62$,

на вісі інтелектуального потенціалу $ITP_2 = 6{,}89$.

Позиція регіону відображена на рис. 3.6. Результати розрахунків за моделлю Станіславік О.С. [138] для інших представлених у дослідженні регіонів наведено на рис. 3.7.

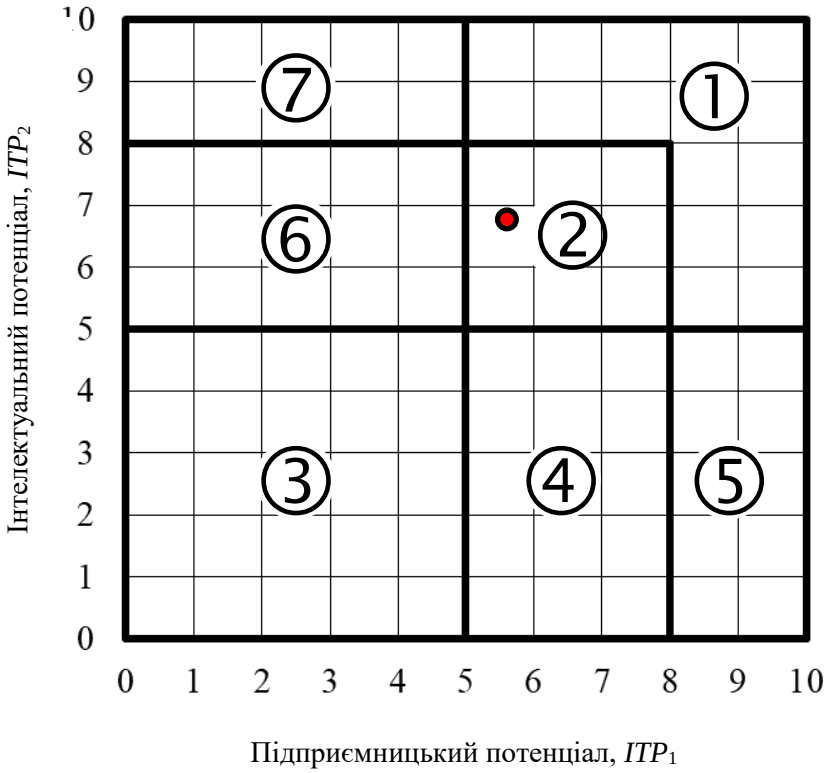


Рис 3.6. Позиція Дніпропетровського регіону у просторі оцінок інноваційно-туристичного потенціалу

Джерело: виконано автором

За результатами порівняння оцінок, отриманих запропонованим методом порівняно із класичним методом апріорного ранжирування, встановлено, що вірогідність отримання достовірної оцінки є високою, а ризик помилки є малим.

Отримані оцінки складових інноваційно-туристичного потенціалу досліджуваних регіонів дозволяють визначити їхні координати у просторі оцінок. Очевидно, що стан їхнього інноваційно-туристичного потенціалу далекий від бажаного (рис. 3.7).

Відповідно до моделі, всі регіони можна поділити на три групи:

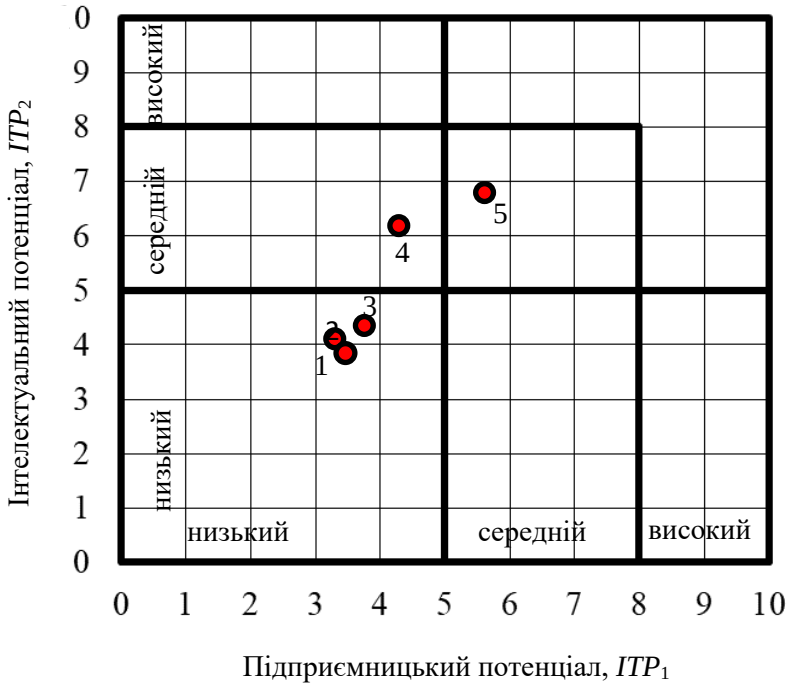
– ті, компанії яких розробляють нові ідеї і реалізують їх (області 1 і 2);

– ті, компанії яких розробляють нові ідеї (області 6 і 7);

– ті, компанії яких реалізують ідеї, розроблені компаніями з інших

регіонів (області 4 і 5).

При цьому треба відзначити, що регіони, які мають збалансоване співвідношення величини інтелектуального та підприємницького потенціалів, знаходяться у більш вигідному стані, ніж регіони, що не мають такого балансу. Преференції полягають у більшій гнучкості при розробці інноваційних стратегій, розробці і реалізації інноваційних проєктів, формуванні інноваційно-сприятливого середовища («простору ідей»), яке втілюється завдяки взаємодії і співпраці з фахівцями туристичних компаній даного регіону.



1. Кіровоградський - [3,32; 4,12]
2. Черкаський - [3,55; 4,27]
3. Полтавський - [3,85; 4,44]
4. Запорізький - [4,31; 6,12]
5. Дніпропетровський - [5,62; 6,89]

Рис. 3.7. Розташування позицій досліджуваних регіонів у просторі оцінок інноваційно-туристичного потенціалу

Джерело: виконано автором

Висновки щодо стану інноваційно-туристичного потенціалу та перспектив інноваційної діяльності регіону формуються на засадах інтерпретації розрахованих показників їхнього підприємницького та інтелектуального потенціалу:

1. Оцінка показника підприємницького потенціалу. Якщо він менший 5 балів (або 50%), можна стверджувати, що підприємницький потенціал є недостатнім для самостійної ефективної інноваційної діяльності у регіоні.

2. Оцінка показника інтелектуального потенціалу. Якщо він більший 5 балів (або 50%), але меншим 8 балів (або 80%), можна стверджувати, що інтелектуальний потенціал є достатнім для активізації інноваційної діяльності та руху точки розташування регіону у напрямі області 7.

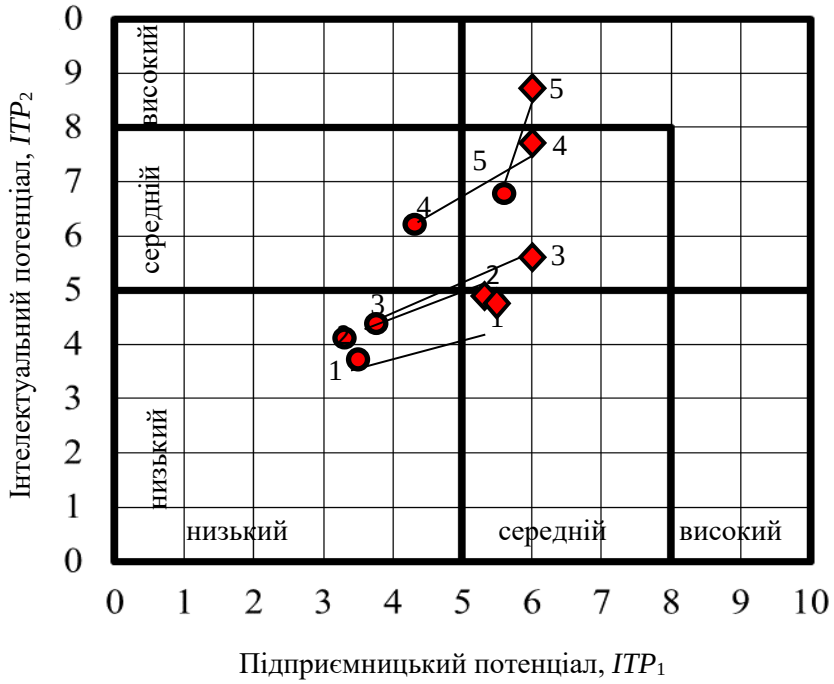
3. Формуються детермінанти інноваційно-туристичного розвитку регіону: у короткостроковій перспективі – стабілізація величини інтелектуального потенціалу (закріплення позицій у області 6), тобто розробка та впровадження власних інноваційних проєктів; у довгостроковій перспективі – проєктний бізнес, тобто розробка та підготовка до продажу власних інноваційних проєктів компаніями регіону (перехід до області 7).

Однак, регіони, які займають лідируючі позиції або в реалізації інтелектуального потенціалу, або в реалізації підприємницького потенціалу, можуть достатньо довго не розвивати другу складову інноваційно-туристичного потенціалу, тому що вони міцно займають свою нішу на інноваційному ринку.

Як вже зазначалось, стан інноваційно-туристичного потенціалу досліджуваних регіонів є далеким від оптимального. Розглянемо, наскільки можливість започаткування кластероутворюючих процесів у туристичній сфері здатна вплинути на стан їхнього інноваційного розвитку та поліпшити позиції на туристичному ринку.

Розрахунок виконаємо з використанням вищерозглянутого підходу. За методом експертних оцінок визначимо зміни у кількісних значеннях чинників інноваційно-туристичного потенціалу за означеними критеріями. Після

застосування отриманих оцінок у розрахунках за формулою (3.1) отримаємо наступні значення (рис. 3.8).



1. Кіровоградський - [5,38; 4,95]
2. Черкаський - [5,51; 5,08]
3. Полтавський - [6,07; 5,59]
4. Запорізький - [6,07; 7,82]
5. Дніпропетровський - [6,07; 8,75]

- до об’єднання у кластер
- після об’єднання у кластер

Рис. 3.8. Простір оцінок зміни інноваційно-туристичного потенціалу досліджуваних регіонів

Джерело: виконано автором

Згідно даним розрахунків у кожного з досліджуваних регіонів спостерігається зростання як підприємницького, так і інтелектуального потенціалів, тобто, відбувається їхнє переміщення у більш «якісні» області оцінок інноваційно-туристичного потенціалу. Це дає підстави стверджувати

про зростання конкурентоспроможності компаній, що об'єднуються у туристичний кластер.

потенціалу досліджуваних регіонів у просторі оцінок є зміна діапазону відмінностей між регіонами за рівнями як підприємницького, так і інтелектуального потенціалів. Так, відповідно до вихідних даних (рис. 3.7), різниця між крайніми точками діапазону оцінок інтелектуального потенціалу (відмінність між оцінками інтелектуального потенціалу для Дніпропетровського та Кіровоградського регіонів) становила:

$\Delta ITP_1 = 5,62 – 3,32 = 2,3$

Відмінність між оцінками підприємницького потенціалу для Дніпропетровського та Кіровоградського регіонів у тих же умовах становила:

$\Delta ITP_2 = 6,89 – 4,12 = 2,77$

У результаті впливу процесів кластероутворення позиції регіонів у просторі оцінок зміни інноваційно-туристичного потенціалу змінилися (рис. 3.8), і тепер діапазон відмінностей для тих же регіонів становить:

$\Delta ITP_1 = 6,07 – 5,38 = 0,69$

$\Delta ITP_2 = 8,75 – 4,95 = 3,8$

Характерною особливістю перетворення інноваційно-туристичного

Очевидно, що разом із зростанням абсолютних величин оцінок обох складових інноваційно-туристичного потенціалу регіонів спостерігається значне зближення рівнів їхніх підприємницьких потенціалів. Відбувається звуження діапазону оцінок з 2,3 до 0,69. При цьому відбувається певне розширення діапазону оцінок рівнів їхніх інтелектуальних потенціалів з 2,77 до 3,8.

Для більш якісної інтерпретації означених тенденцій проведемо аналіз даних щодо динаміки змін обох складових для кожного з досліджуваних регіонів. Згідно даним табл. 3.8, і підприємницький, і інтелектуальний потенціали у всіх досліджуваних регіонах зростають (у середньому на 44,75% і 23,96% відповідно). Найбільший відносний приріст рівнів підприємницького потенціалу спостерігається у регіонах, які мали одну з найнижчих базових

оцінок цієї складової інноваційно-туристичного потенціалу величину з усіх досліджуваних (Кіровоградський – 62,05%, Черкаський – 55,21%, Полтавський – 57,66%). Очевидно, що вони отримують найбільший виграш за даною позицією від активації кластероутворюючих процесів.

Таблиця 3.7

Аналіз динаміки змін підприємницького та інтелектуального потенціалів досліджуваних регіонів

Регіон	Підприємницький потенціал				Інтелектуальний потенціал			
	Базовий $ІТР_1$	Прогнозний $ІТР_1$	Зміна $ІТР_1$		Базовий $ІТР_2$	Прогнозний $ІТР_2$	Зміна $ІТР_2$	
			Абс.	Відн.,%			Абс.	Відн.,%
Кіровоградський	3,32	5,38	2,06	62,05%	4,12	4,95	0,83	20,15%
Черкаський	3,55	5,51	1,96	55,21%	4,27	5,08	0,81	18,97%
Полтавський	3,85	6,07	2,22	57,66%	4,44	5,59	1,15	25,90%
Запорізький	4,31	6,07	1,76	40,84%	6,12	7,82	1,7	27,78%
Дніпропетровський	5,62	6,07	0,45	8,01%	6,89	8,75	1,86	27,00%

Джерело: виконано автором

Прогнозоване, відповідно до експертних оцінок, зближення абсолютних рівнів підприємницьких потенціалів досліджуваних регіонів може бути пояснене наступним чином. Перш за все, у даних регіонах відбувається значне розширення і, головне, уніфікація інституційної бази, спрямованої на забезпечення формування і розвитку кластерних об’єднань.

Також, в умовах активізації формування і функціонування кластерів значно підвищується мобільність інвестиційних капіталів, а, з іншого боку, суттєво розширюється перелік інвестиційних проєктів у туристичній сфері. Відповідно, зростає інвестиційна привабливість регіонів, які запроваджують нові підходи до створення і розвитку на своїй території об’єктів туристично-рекреаційної сфери. Зростаюча активність місцевих органів влади та підприємницьких структур цих регіонів у напрямі розвитку даного виду діяльності дозволяє підвищити їхній локальний конкурентний потенціал і

певним чином зрівняти інституційні умови і підприємницькі можливості туристичного бізнесу у різних регіонах, тим самим суттєво нівелюючи регіональні відмінності у інвестиційному та інституційному потенціалах як складових підприємницького потенціалу.

З експертною оцінкою змін рівнів інтелектуального потенціалу у досліджуваних регіонах ситуація дещо інша. Не дивлячись на те, що його прогнозна величина зростає на всіх територіях, розрив в оцінках посилюється. Аналіз прогнозного приросту інтелектуального потенціалу також є нерівномірним, але на цей раз у більш виграшній позиції опиняються регіони, які мали високі або порівняно високі значення його базових оцінок, до запровадження кластерних ініціатив (Дніпропетровський – 27,0%, Запорізький – 27,78%, Полтавський – 25,90%). Якщо проаналізувати складові інтелектуального потенціалу – кадрову та науково-освітню, – то можна з достатньою впевненістю стверджувати, що переважаючий внесок у подібне збільшення розриву забезпечений змінами у науково-освітньому потенціалі регіонів.

Початкова відмінність у величинах науково-освітніх потенціалів досліджуваних регіонів забезпечує утворення інтелектуальних центрів (ядер) на території тих із них, які із початку мали перевагу за даним потенціалом. Активізація процесів кластероутворення та зростання попиту на наукову продукцію, орієнтовану на туристичну сферу, у свою чергу, зумовлює формування доцентрових процесів наукового характеру. Інакше кажучи, на базі існуючих наукових закладів відбувається концентрація інтелектуального капіталу, яка може носити не тільки регіональний, а й надрегіональний характер. Наслідком таких процесів стає поступово зростаюча диференціація інтелектуального потенціалу регіонів, що й заклало підґрунтя у формування наведених вище експертних оцінок змін його рівня.

З іншого боку, ми усвідомлюємо той факт, що експертні оцінки змін інтелектуального потенціалу, наведені у табл. 3.8, мають, по-перше, об’єктивно обмежений горизонт прогнозування, по-друге, скоріше

відображають формальну сторону ситуації, а, по-третє, є статичними і об’єктивно не здатні врахувати міжрегіональну динаміку руху інформаційних потоків, яка активізується з появою кластерів. Доцільність врахування такої динаміки не викликає сумнівів, адже, результат реалізації інтелектуального потенціалу регіону за своєю суттю є інформацією. При цьому основний продукт кластерного формату взаємодії суб’єктів підприємництва у туристичній сфері також носить інформаційний характер і у більшості випадків не може належати його авторам чи розробникам на правах власності. Його доступність для всіх учасників кластеру значно інтенсифікує процеси інформаційної дифузії, які, знову ж таки, мають міжрегіональний характер, що дозволяє з певним часовим лагом долучитись до використання інноваційних продуктів туристичним компаніям з інших регіонів. Таким чином, через деякий час відбувається відносне вирівнювання регіонів за їхніми продуктовими можливостями у туристичній сфері при збереженні, а, можливо, й певному посиленні відмінностей у рівнях інтелектуального потенціалу .

У свою чергу, цей ефект, на нашу думку, вносить значний внесок у більш інтенсивне зростання підприємницького потенціалу у регіонах з відносно низьким стартовим рівнем інтелектуального потенціалу та відповідне зменшення діапазону розбіжностей у оцінках регіонального підприємницького потенціалу, що було відзначено нами вище. Основний бонус, який дає регіону присутність у нього переваги у величині інтелектуального потенціалу, полягає саму у наявності вказаного часового лагу, впродовж якого інноваційним туристичним продуктом користуються учасники саме того кластеру, у якому він був створений. Це дозволяє отримувати конкурентні переваги і туристичним компаніям і регіону, резидентами якого вони є, пропонуючи споживачу новий туристичний продукт, і заробляючи на ньому шляхом застосування підприємницької стратегії «зняття вершків», доки він не набув достатнього поширення на міжрегіональному ринку туристичних послуг.

Таким чином, активізація процесів кластероутворення має комплексні

наслідки для інноваційно-туристичного потенціалу регіонів. Перш за все, завдяки розширенню та певній уніфікації регіональної інституційної бази створюється підґрунтя для посилення підприємницької активності у туристично-рекреаційній сфері, збільшується кількість відповідних інвестиційних проєктів, пожвавлюється рух інвестиційного капіталу та відбувається загальне зростання інвестиційної привабливості регіонів. Зростаючі підприємницькі можливості туристичного бізнесу за умови відповідної активності місцевих органів влади, спрямованої на розвиток профільних кластерних об'єднань, здатні не тільки забезпечити зростання конкурентного потенціалу регіонів, а й суттєво зблизити їх за рівнем розвитку підприємницького потенціалу, як складової інноваційно-туристичного потенціалу.

Крім того, створення кластерних об'єднань веде, принаймні, на початковому етапі до посилення диференціації у рівнях інтелектуального потенціалу регіонів. Існуючі наукові і науково-освітні заклади виступають у ролі центрів формування інтелектуальних ядер кластерів, які володіють властивістю притягувати наукові кадри і створювати науково-інформаційний простір, сприятливий для утворення та удосконалення інноваційних ідей та проєктів. Логіка подальшого функціонування і розвитку кластерних утворень дозволяє стверджувати, що підвищення підприємницького потенціалу регіонів, перш за все, за рахунок розвитку інституційної складової, а також покращення бізнес-клімату та збільшення інвестиційних можливостей здатне ініціювати зростання попиту на інноваційну продукцію туристично-рекреаційного характеру. Це реалізується, зокрема, через стимулювання у цих регіонах попиту на фахівців відповідного профілю, інноваційні ідеї та розробки, тобто, на елементи інтелектуального капіталу. Збільшення кількості інноваційних проєктів притягує у регіон нові обсяги інвестиційного капіталу, що, у свою чергу, інтенсифікує зростання підприємницького потенціалу та висуває нові вимоги до якості інституційного забезпечення процесу функціонування туристичних кластерів.

Таким чином, на нашу думку, утворюється циклічна послідовність розвитку підприємницького та інтелектуального потенціалу як елементів інноваційно-туристичного потенціалу. Взаємне послідовне підсилення окремих складових створює умови для діалектичного розвитку цілого і переведення його у новий, якісно вищий стан. Розвиваючи цей тезис, можна стверджувати, що регіони, які, відповідно до оцінок експертів, у короткостроковій перспективі функціонування туристичних кластерів мали відносно низький прогнозний початковий рівень інтелектуального потенціалу, за рахунок достатньо високого рівня підприємницького потенціалу здатні у середньо- та довгостроковій перспективі скоротити відставання від більш розвинених за даною позицією регіонів через зв'язки, що забезпечують взаємний циклічний розвиток цих потенціалів. Отже, діапазон регіональних оцінок інтелектуального потенціалу на більш тривалих часових горизонтах повинен звузитись за рахунок підвищення його нижньої межі, тобто, «підтягування» відстаючих до лідерів. Хоча, не виключено, що поява у подальшому нових «революційних» інноваційних туристичних продуктів у регіонах з високим рівнем інтелектуального потенціалу може знову посилити цей розрив. І, знову ж таки, достатній рівень підприємницького потенціалу у відстаючих регіонах повинен через певний проміжок часу створити умови для подолання такого розриву.

Підсумовуючи вищенаведене, необхідно сказати, що завдяки об'єднанню в кластер підприємства туристичної сфери регіону отримують можливість підвищити свій виробничий, інноваційний та організаційний потенціал при спільній діяльності та взаємодії, що в кінцевому підсумку збільшить їхні конкурентні переваги, зберігаючи при цьому їхню самостійність, та підвищить конкурентні позиції регіону, який вони представляють на ринку туристичних послуг. Переваги від об'єднання у кластер отримують й інші структури: органи влади та управління отримують можливість налагодження оптимальних відносин між бізнесом та владою; наукові установи – можливості практичного узгодження асортименту освітніх

послуг та рівнів підготовки кадрів з реальними вимогами підприємств; фінансові установи – можливості збільшити свій кредитний портфель та інші доходи від обслуговування операцій, здійснюваних учасниками кластера.

Висновки до розділу 3

1. Визначено поняття життєвого циклу інноваційно-туристичного кластеру, під яким пропонується розуміти інтервал часу від моменту обґрунтування ідеї виробництва інноваційного туристичного продукту до моменту його виведення з ринку із наступним розформуванням кластеру.

2. Зроблено висновок, що обов'язковою вимогою, підґрунтям для започаткування кластероутворюючих процесів з можливістю подальшого створення інноваційних туристичних продуктів виступає формування конкурентного ринку туристичних послуг, насиченого традиційними туристичними продуктами. Доведено, що в умовах конкурентного ринку його учасники будуть розцінювати перспективу переведення своєї діяльності у кластерний формат як одну з реальних можливостей посилити свою конкурентоздатність шляхом розширення лінійки створюваних туристичних продуктів за рахунок інноваційного підходу до їхнього створення і зайняти новий сегмент ринку.

3. Встановлено, що без ініціативи «знизу» переважна більшість інституціональних об'єктів та конструкцій, створених за ініціативи «згори» не будуть функціонувати належним чином, що приведе до негативних наслідків та спотворення і дискредитації безпосередньо кластерної ідеї. Виявлено, що у цьому процесі ініціатива «знизу» є обов'язковою і такою, яка виходить від широкого кола учасників висококонкурентного та насиченого ринку туристичних послуг (їх об'єднань), тобто, повинна сформуватись у результаті його діалектичного розвитку. Доведено, що залучення широкого кола учасників ринку до процедур формування інституційного забезпечення процесів кластероутворення забезпечить їм можливість не тільки розуміти

їхню доцільність, логіку та послідовність, а й здійснювати безпосередній вплив на хід цих процесів.

4. Проаналізовано результати справляння туристичного збору на території Дніпропетровського регіону та показано, що його частка у структурі доходів обласного бюджету становить близько 0,03%. Запропоновано запровадження нульової ставки цього збору на території регіону на декілька років, що, з одного боку, знизить вартість розміщення туристів у місцях проживання, а з іншого, практично не вплине на ступінь виконання доходної частини місцевих бюджетів. Цільовим результатом цього кроку за умов широкого застосування відповідних рекламних заходів повинно стати формування для Дніпропетровської області іміджу «гостинного» туристичного регіону, який готовий заради своїх гостей відмовитись від частини свого доходу і тим самим знизити вартість їхнього перебування на території області.

5. Запропоновано процесно-орієнтовану модель етапу побудови інноваційного туристичного кластера, яка містить елементи середовища виникнення ідеї проєкту інноваційного туристичного продукту, склад чинників, що зумовлюють доцільність кластерного формату реалізації проєкту туристичного продукту, склад потенційних учасників кластеру та зацікавлених сторін, а також загальний алгоритм формування кластеру.

6. Запропоновано принципову модель інноваційно-туристичного кластеру, яка включає елементи зовнішнього і внутрішнього середовища кластеру. Особливістю розробленої моделі є те, що елементи зовнішнього і середовища розглядаються, у тому числі, як умови виникнення і функціонування інноваційно-туристичних кластерів у регіоні. Іншою характерною рисою моделі є присутність у ній універсального варіанту комбінації складових внутрішнього та зовнішнього середовища кластеру, які виконують у кластері функції окремого виду забезпечення (проєктного, технічного, технологічного, інформаційного, трансфертного та ін.). Кінцевий елементний склад внутрішнього середовища кластеру буде залежати від

специфіки виробництва туристичного продукту або експлуатації туристичної атракції, який виступає як продукт кластеру.

– принципову модель інноваційно-туристичного кластеру, що містить елементи зовнішнього середовища, наявність яких розглядається у якості умов виникнення і функціонування інноваційно-туристичних кластерів у регіоні. Принципова модель відрізняється від інших присутністю у ній універсального варіанту комбінації складових внутрішнього та зовнішнього середовища кластеру, які виконують у кластері функції окремого виду забезпечення (проєктного, технічного, технологічного, інформаційного, трансфертного та ін.). Фінальний елементний склад внутрішнього середовища кластеру буде залежати від специфіки виробництва туристичного продукту або експлуатації туристичного атракції, яка виступає як продукт кластеру.

7. Сформульовано критерій включення співвиконавця до складу учасників туристичного кластеру, який передбачає виробничо-економічну доцільність такої участі, зумовлену ринковою унікальністю можливостей потенційного учасника кластеру, технологічними особливостями створення кластерного продукту, а також вимогами мінімізації його вартості та максимізації якості. Виконання вимоги ринкової унікальності повинно стимулювати потенційних учасників кластеру до пошуку та активації чинників власних функціональних та ринкових переваг, що на конкурентному ринку можливо лише шляхом активної інноваційної діяльності, що, у свою чергу, повинно активізувати процеси трансформації підприємницького менталітету у сфері туризму на користь використання інноваційної моделі ведення бізнесу.

8. За підсумками дослідження впливу процесу кластеризації туристичної сфери на динаміку інноваційно-туристичного потенціалу низки регіонів з використанням методу експертних оцінок отриманий позитивний результат та виявлена нерівномірність впливу цього процесу на регіональні показники інтелектуального та підприємницького потенціалів, як складових інноваційно-туристичного потенціалу.

9. Зафіксовано звуження діапазону оцінок рівнів підприємницьких потенціалів досліджуваних регіонів, пов’язане із розширенням і уніфікацією регіональної інституційної бази діяльності кластерних об’єднань, розширенням переліку інвестиційних проєктів у туристичній сфері, що веде до зростання інвестиційної привабливості регіонів, підвищення їхнього локального конкурентного потенціалу і має наслідком нівелювання регіональних відмінностей у інвестиційному та інституційному потенціалах як складових підприємницького потенціалу.

10. Зроблено висновок про розширення у короткостроковій перспективі діапазону оцінок рівнів інтелектуального потенціалу у досліджуваних регіонах за його загального збільшення, що пов’язано з динамікою такої його складової, як науково-освітній потенціал. На нашу думку, активізація процесів кластероутворення та зростання попиту на наукомістку продукцію, орієнтовану на туристичну сферу, яка його супроводжує, зумовлює формування доцентрових процесів, що ведуть до утворення інтелектуальних центрів (ядер), на базі яких створюється наукомістка продукція, на території регіонів, які мали початкову перевагу за даним потенціалом. Означена концентрація інтелектуального капіталу може носити як регіональний, так і надрегіональний характер, і має наслідком поступово зростаючу відмінність в оцінці інтелектуального потенціалу регіонів.

11. Відзначено, що наявність зв’язків, які забезпечують взаємний циклічний розвиток інтелектуального та підприємницького потенціалів, завдяки яким забезпечується можливість вирівнювання розбіжностей у оцінках інтелектуального потенціалу регіонів у середньо- та довгостроковій перспективі за рахунок посилення їхнього підприємницького потенціалу і наступного зростання попиту на інноваційну продукцію туристичного характеру, яке трансформується у стимулювання попиту на науковців відповідного профілю, інноваційні ідеї та розробки, тобто, на інтелектуальний потенціал.

Результати досліджень за третім розділом дисертації опубліковані у наукових працях здобувача [9; 53; 159].

ВИСНОВКИ

На підставі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

1. На підставі узагальнення основних підходів до визначення поняття «туризм» виділені його основні ознаки та наведено власне визначення туризму як сфери соціально-економічних відносин, що у взаємодії із різними сферами економіки пропонує споживачам систему послуг і продуктів, спрямовану на задоволення зростаючих туристично-рекреаційних потреб споживачів, сприяє відновленню їхньої працездатності та, завдяки своєму інформаційно-видовищному характеру, забезпечує інтенсифікацію процесів міждержавного та міжрегіонального соціально-культурно-інформаційного обміну.

2. Здійснено обґрунтування інноваційного шляху розвитку туризму в Україні з огляду на економічну вичерпаність традиційних схем розвитку туристичної сфери. Відзначена необхідність активізації відповідної діяльності органів державної та регіональної влади, спрямованої на впровадження комплексного підходу до розвитку туризму, який передбачає розробку інноваційних стратегій і програм державного та регіонального рівня, що дозволить окремим регіонам на підставі обраної інноваційної моделі розвитку туризму здійснити власне ринкове позиціонування і підвищити конкурентоспроможність своєї туристичної сфери.

3. Визначена доцільність та сформовано комплекс умов формування і розвитку інноваційно-туристичного потенціалу територій, під яким пропонується розуміти комплекс туристичних ресурсів, чинників, інформаційних та комунікаційних можливостей, який утворює передумови для розробки та реалізації нових туристичних продуктів як результату здійснення інноваційної діяльності у туристичній сфері, акумуляції та перерозподілу фінансових ресурсів з метою забезпечення інноваційного розвитку та отримання конкурентних переваг підприємствами туристичної сфери.

4. Запропоновано для стимулювання інноваційного розвитку туристичної сфери регіону використовувати кластерний підхід, як такий, що ґрунтується на економіко-географічному принципі і передбачає створення і позиціонування кластерів. Наведено авторське визначення поняття «кластер» як форми організації спільної інноваційної і економічної діяльності окремих підприємств, яка використовує їхню географічну і виробничо-тематичну пов'язаність, а також ідентичність організаційних систем виробничої, невиробничої і науково-освітньої сфер, що дозволяє отримати синергетичний ефект при спільному використанні наявних ресурсів, знизити витрати за основними видами діяльності і досягнути конкурентних переваг як самого кластеру, так і його учасників.

5. Визначено поняття «кластеризація туристичної сфери» як процесу формування нормативно-правового поля, інституційного забезпечення, економічної бази, платформ інформаційного обміну потенційних учасників кластерів, результатом чого стає забезпечення умов, що стимулюють утворення кластерних об'єднань підприємств та їхню подальшу діяльність з метою виробництва і експлуатації інноваційних туристичних продуктів, які побудовані на використанні комбінації унікальних особливостей певної території (дестинації) та виробничо-технологічних і організаційно-економічних можливостей цих підприємств, з метою отримання ними ринкових конкурентних переваг і підвищення прибутковості діяльності.

6. Зроблений висновок про базовий характер регіонального рівня підґрунтя формування конкурентних переваг підприємств туристичної сфери на національному та міжнародному ринках туристичних послуг. Відзначено, що основою цього підґрунтя виступають існуючі регіональні природно-рекреаційні характеристики, наявні культурні, ментальні, підприємницькі особливості, ступінь розвитку науково-дослідницьких організацій, установ, які надають освітні послуги та здійснюють перепідготовку кадрів. Наголошено на необхідності забезпечення комплексної цілеспрямованої підтримки з боку державних та регіональних органів управління і розвитку

процесів формування елементів регіонального базису забезпечення конкурентоздатності підприємств туристичної сфери.

7. Доведено, що кластеризація туристичної сфери спрямована, насамперед, на підвищення внутрішньої конкурентоспроможності компаній, які входять у кластер за рахунок виробництва кластерного туристичного продукту з максимальною споживчою цінністю для внутрішнього туристичного потоку. У свою чергу, досягнення певного рівня внутрішньої конкурентоспроможності дасть можливість туристичним кластерам вийти зі своїми інноваційними продуктами на міжнародний ринок, що дозволить залучити в'їзний туристичний потік і забезпечити власну зовнішню конкурентоспроможність.

8. Доведено, що наслідком еволюції кластерних процесів стає масштабування інноваційного середовища, тобто, його вихід за межі існуючих кластерів і утворення якісно нового і більш масштабного інноваційного середовища з надкластерним характером зв'язків, що стане передумовою переходу кластерної форми співробітництва на принципово новий щабель розвитку.

9. Побудовано процесно-орієнтовану схематичну модель діяльності туристичного кластера, яка демонструє можливість циклічної реалізації у рамках кластерного формату наявних у регіоні науково-інноваційного, кадрового, матеріального, ринкового, техніко-технологічного, фінансового, управлінського потенціалів з метою отримання результату, який здійснює комплексний вплив на стан регіональної ресурсної бази, характер факторів мікро- і мікросередовища, що, у свою чергу, забезпечує якісні та кількісні зміни вказаних потенціалів та подальше зростання результативності діяльності кластерів.

10. Доведено, що кластерний формат розвитку туристичної сфери, завдяки високій частці інформаційної компоненти у діяльності кластерів, їхній організаційній відкритості та можливості трансграничних зв'язків, надає поняттю інноваційно-туристичного потенціалу регіону характеристики

екстериторіальності, що, у свою чергу, свідчить про умовну необмеженість цього потенціалу та високу динамічність його величини. Вказана особливість ускладнює точну оцінку інноваційно-туристичного потенціалу регіону і дає підстави стверджувати про статичність будь-якого його розрахункового значення.

11. Обґрунтовано висновок щодо провідного значення інституційного потенціалу у забезпеченні ефективності процесу формування кластерів та їхнього подальшого циклічного розвитку. Доведено, що активація процесів започаткування кластерів забезпечується завдяки формуванню комплексу елементів інституційного середовища, доповненого зусиллями органів місцевої влади, спрямованими на інтенсифікацію взаємодії з бізнес-структурами у рамках муніципально-приватного партнерства. Досвід функціонування кластерів визначить напрям подальшого удосконалення інституційного забезпечення цього процесу та зумовить циклічність і сталість їхнього перспективного розвитку.

12. Встановлено, що до процесу формування об’єктів та конструкцій інституційного забезпечення кластерного розвитку туризму необхідно залучати представників широкого кола учасників висококонкурентного та насиченого ринку туристичних послуг (їх об’єднань). Врахування інтересів лише частини з них приведе до негативних наслідків та спотворення і дискредитації безпосередньо кластерної ідеї, у той час, як залучення широкого кола учасників ринку до процедур формування інституційного забезпечення процесів кластероутворення забезпечить їм можливість здійснювати безпосередній вплив на хід цих процесів через розуміння їхньої доцільності, логіки та послідовності.

13. Визначено, що обов’язковою передумовою започаткування процесів формування кластерів у туристичній сфері виступає формування конкурентного ринку туристичних послуг, насиченого традиційними туристичними продуктами. Доведено, що в умовах конкурентного ринку його учасники будуть розглядати перспективу переведення своєї діяльності у

кластерний формат як оптимальну можливість перейти на якісно новий рівень свого функціонування, підвищити свою конкурентоздатність, зайняти новий сегмент ринку, якісно і кількісно розширивши пропозицію своїх послуг за рахунок принципово нового підходу до їх створення.

14. Розроблено систему комплексної оцінки вихідних умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу регіону, побудованої на основі групової структури факторів, які впливають на формування інноваційно-туристичного потенціалу регіону, що дозволили якісно охарактеризувати та кількісно оцінити стан цих умов у розрізі науково-освітнього, кадрового, інвестиційного та інституційного потенціалів. Відповідно до отриманої інтегральної оцінки Дніпропетровський регіон має найкращий з п’яти регіонів України рівень вихідних умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу, що, з іншого боку, дозволяє стверджувати про доцільність та перспективність впровадження на його території кластерного формату розвитку туристичної сфери регіону.

15. Проаналізовано динаміку окремих елементів туристичного потоку в Україні та зроблений висновок про більшу стійкість виїзного туристичного потоку до стресових соціально-економічних станів (військових дій, карантинних обмежень тощо), і максимально високу чутливість до вказаних факторів в’їзного туристичного потоку. Показано, що внутрішній туризм на цій умовній шкалі займає проміжну позицію і найбільшому негативному впливу піддається у випадку військових дій на території країни або введення організаційних обмежень медико-санітарного характеру і, в меншій мірі, внаслідок падіння рівня особистих доходів населення.

16. Зроблений висновок, що великі учасники ринку колективних засобів розміщення (КЗР) у Дніпропетровському регіоні володіють більш високою стійкістю до коливань кон’юнктури туристичного ринку з огляду на більшу можливість переорієнтації на інші ринки, зокрема, ринок оренди офісних приміщень. Доведено, що, завдяки своїй гнучкості, саме великі учасники ринку КЗР формують резерв місць розміщення туристів на внутрішньому регіональному туристичному ринку, забезпечуючи гнучкість всього ринку

КЗР і його адаптацію у відповідності зі зміною туристичного потоку у регіон. З іншого боку, не дивлячись на високу оперативну конкурентоспроможність дрібні учасники ринку КЗР, виявляються найбільш вразливими до карантинних обмежень та відповідного зниження кон'юнктури туристичного ринку.

17. За результатами проведеного аналізу встановлено, що частка туристичного збору у структурі доходів бюджету Дніпропетровського регіону становить близько 0,03%. Несуттєва бюджетоутворююча роль цього збору у поточний час дає підстави запропонувати запровадження для нього нульової ставки на території регіону на декілька років, що дозволить знизити вартість розміщення туристів у місцях проживання та здійснити кампанію з позиціонування Дніпропетровської області як «гостинного» туристичного регіону. Компенсація втрати цього джерела доходів обласного бюджету передбачається за рахунок посилення туристичного потоку у регіон, збільшення відповідних туристичних витрат та супутнього зростання податку на прибуток, ПДВ, інших податків і зборів.

18. Розроблено принципову модель інноваційно-туристичного кластеру що містить елементи зовнішнього середовища, наявність яких розглядається у якості зовнішніх умов виникнення і функціонування інноваційно-туристичних кластерів у регіоні. Характерною особливістю принципової моделі є присутність у ній універсального варіанту комбінації складових внутрішнього та зовнішнього середовища кластеру, які виконують у кластері функції окремого виду забезпечення (проєктного, технічного, технологічного, інформаційного, трансфертного та ін.). Кінцева елементна структура внутрішнього середовища кластеру буде залежати від специфіки виробництва туристичного продукту або експлуатації туристичної атракції, яка виступає як продукт кластеру.

19. Визначено, що критерієм включення співвиконавця до складу учасників туристичного кластеру повинна бути виробничо-економічна доцільність, зумовлена ринковою унікальністю можливостей потенційного

учасника, технологічними особливостями створення кластерного продукту, вимогами мінімізації його вартості та максимізації якості. Вимога ринкової унікальності повинна стимулювати суб'єктів туристичного ринку, які бажають стати претендентами на участь у розподілі чистого прибутку від реалізації кластерного продукту, до пошуку та активації чинників власних функціональних та ринкових переваг, що в умовах насичення ринку можливо лише шляхом застосування інноваційної моделі розвитку свого бізнесу. Вказаний підхід окреслює перспективи трансформації підприємницького менталітету у сфері туризму, відповідно до якої інноваційність діяльності розглядатиметься як обов'язкова умова успішності будь-якої бізнес-ініціативи.

20. Результати дослідження впливу процесу кластеризації туристичної сфери на динаміку інноваційно-туристичного потенціалу низки регіонів на основі використання методу експертних оцінок показали зростання показників оцінки як підприємницького, так і інтелектуального потенціалів у всіх регіонах (у середньому на 44,75% і 23,96% відповідно), що дає підстави стверджувати про зростання конкурентоспроможності компаній, які об'єднуються у туристичний кластер. Зафіксовано нерівномірність зростання, зокрема, більшими темпами показники обох потенціалів зростають у регіонах з їхніми середніми і низькими стартовими значеннями. При цьому підприємницький потенціал зростає більш високими темпами, ніж інтелектуальний.

21. Відзначено зближення оцінок рівнів підприємницьких потенціалів досліджуваних регіонів, що можна пояснити розширенням і уніфікацією регіональної інституційної бази діяльності кластерних об'єднань, підвищенням мобільності інвестиційних капіталів, розширенням переліку інвестиційних проєктів у туристичній сфері, що веде до зростання інвестиційної привабливості регіонів, підвищення їхнього локального конкурентного потенціалу і має наслідком нівелювання регіональних

відмінностей у інвестиційному та інституційному потенціалах як складових підприємницького потенціалу.

22. Зафіксовано посилення у короткостроковій перспективі розбіжностей у експертних оцінках рівнів інтелектуального потенціалу у досліджуваних регіонах на фоні його загального зростання, що пов’язано з динамікою такої його складової, як науково-освітній потенціал. Виявлено, що активізація процесів створення кластерів та зростання попиту на наукомістку продукцію, орієнтовану на туристичну сферу, зумовлює формування доцентрових процесів, що ведуть до утворення інтелектуальних центрів на території регіонів, які мали початкову перевагу за науково-освітнім потенціалом. Означена концентрація інтелектуального капіталу може носити як регіональний, так і надрегіональний характер, і має наслідком поступово зростаючу на короткостроковому інтервалі диференціацію інтелектуального потенціалу регіонів внаслідок кластеризації їхньої туристичної сфери.

23. Доведено існування зв’язків, які забезпечують взаємний циклічний розвиток інтелектуального та підприємницького потенціалів, що дає можливість вирівнювання розбіжностей у оцінках інтелектуального потенціалу регіонів у середньо- та довгостроковій перспективі за рахунок підвищення їхнього підприємницького потенціалу і наступного зростання попиту на інноваційну продукцію туристичного характеру, яке трансформується у стимулювання попиту на елементи інтелектуального потенціалу (наукові кадри відповідного профілю, інноваційні ідеї, розробки, тощо).

Результати досліджень за третім розділом дисертації опубліковані у наукових працях здобувача [12; 156; 157; 166].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авершин С. В., Міщенко В. А., Фадєєв В. А. Стратегічні напрями розвитку регіонального інноваційного промислового кластеру. *Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит.* 2021. № 3-4 (157-158). С. 34-42.

2. Авершин С.В., Міщенко В.А. Еволюція і тенденції регіональної інноваційної кластерної стратегії. *Науково-практичний журнал «Економічні студії».*2021. № 2 (32). С. 34-39.

3. Андрусяк Н.С. Рекреаційно-туристичні кластери як ефективний інструмент міжрегіональної та міжнародної співпраці. *Географія та туризм.* 2014. Випуск 28. С.75-86.URL: https://tourlib.net/statti_ukr/andrusjak.htm [Дата звернення: 02.05.2022]

4. Багрій М. В. Кластер – перспективний напрям розвитку туристично-рекреаційного регіону. *Ефективна економіка*. 2014. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3168 [Дата звернення: 05.05.2022]

5. Бочан І. О. Інтеграційні процеси кластеризації у туризмі: публічно-приватне партнерство. *Вісник Львівського інституту економіки і туризму*. Львів: ЛІЕТ. 2016. № 11. С. 59-65.

6. Басюк Д. І., Корж Н. В. Управління туристичними дестинаціями. Вінниця: Едельвейс і К. 2017. 322 с.

7. Безугла Л. С. Регіональні особливості розвитку екотуристичної діяльності в Україні: порівняльний аналіз. *Вісник економічної науки України*. 2020. № 2 (39). С. 50-57.

8. Безугла Л.С. Синергетичний гістерезис як інноваційне явище в екотуристичній інфраструктурі.. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*. 2020. № 2. С. 201-209. DOI: 10.31359/2312 -3427 -2020 - 2 -210

9. Білогур С.Ю. Розвиток інституційних парадигм кластерної концепції в туризмі. *Європейський вектор економічного розвитку.* 2019. №2 (27). С.7-14. URL: https://eurodev.duan.edu.ua/images/PDF/2019/2/3.pdf

10. Білогур С.Ю. Дослідження інновацій кластерного підходу у

туристичній сфері. Міжнародна науково-практична конференція *«Перспективи розвитку науки, освіти та суспільства в контексті євроінтеграції»,* 7 жовтня 2022 р., м. Полтава, ЦФЕНД. С. 29-31. URL: http://www.economics.in.ua/2022/09/7-2022.html

11. Білогур С.Ю. Формування політики кластеризації підприємств туристської галузі: теоретичні підходи. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції *«Соціально-відповідальне суспільство: український та європейський контекст розвитку»*. м. Мелітополь : Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, 10 грудня 2021 р. С.55-57. URL: http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/15828/1/-Sbornik.pdf

12. Білогур С.Ю. Оцінка вихідних умов розвитку інноваційно-туристичного потенціалу регіонів України. Міжнародна науково-практична конференція *«Сучасні виклики та актуальні проблеми економіки, фінансів, обліку та права»*, 29 жовтня 2022 р., м. Кропивницький, ЦФЕНД. С.10-12. URL: http://www.economics.in.ua/2022/10/29-2022.html

13. Білогур С.Ю. Дослідження концептуальних засад і чинників кластеризації для інновацій у туристичній галузі України. Матеріали Всеукраїнської наукової конференції студентів, аспірантів та молодих вчених *«Соціально-відповідальне суспільство: реалії, виклики, перспективи».* Мелітополь : Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, 14 травня 2021 р. С. 205-209. URL: http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/13861/1/%d0%bc%d0%b0%d0%ba%d0%b5%d1%82%20%d1%81%d0%b1%d0%be%d1%80%d0%bd%d0%b8%d0%ba%d0%b0.pdf

14. Білорус О. Г. Проблеми глобальної модернізації та імперативи неоіндустріалізації транзитивних країн. *Економічний часопис* – XXI. 2012. № 9-10.

15. Бондаренко Л.А. Інструменти підвищення якості туристичних послуг в умовах конкуренції. *Вісник харківського національного університету*

імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». 2021. № 13. С.233- 240.

16. Бойко М. Г. Ціннісно орієнтоване управління в туризмі [Текст]. Київ: КНТЕУ. 2010. 524 с.

17. Бойко М. Ефект мультиплікації у туризмі: обмеження та можливості. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2016. № 4. С. 23-32.

18. Болотна О. В. Індустрія туризму в структурі зовнішньоекономічної діяльності України [Електронний ресурс]. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2413.

19. Борисюк О.А. Туристичний маркетинг як інструмент дослідження регіонального туристичного ринку. *Географія та туризм*: зб. наук. праць. К.: Альтер-прес, 2015. Вип. 33. С.29-37.

20. Борущак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: монографія. Львів: ІРД НАН України, 2006. С.30-31.

21. Босовська М.В. Особливості інтеграційних процесів в туризмі. *Ефективна економіка*. 2014. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3155 (дата звернення: 10.03.2020)

22. Бочан І. О. Інтеграційні процеси кластеризації у туризмі: публічно-приватне партнерство. *Вісник Львівського інституту економіки і туризму*. Львів: ЛІЕТ, 2016. № 11. С. 59-65.

23. Буткевич О. В. Кластер як об’єкт господарсько-правової політики держави: актуалізація проблеми. *Юрист України*. 2013. № 4. С. 43-49. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/uy_2013_4_9

24. Верховна рада України. Про затвердження Порядку та Методики проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації державної регіональної політики (назва з екрану). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/856-2015-%D0%BF#Text

25. Врахович І.М., Матвійчук Л.Ю, Смаль Б.А. Розвиток індустрії гостинності в сучасних умовах: тенденції та заходи посилення конкурентних

переваг. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2021. №6 (41) . С.494–502.

26. Всеукраїнська експертна мережа. URL: http://www.experts.in.ua/-regions/detail.php?ID=4316

27. Вовк К.М. Управління розвитком подієвого туризму в регіоні : дис. д-ра філософії : 64.055.015. ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Харків. 2021. 264 с.

28. Волковська Г. Г., Яновський П. О. Теоретичні основи кластероутворення: закордонний та вітчизняний досвід. *Наукоємні технології*. 2013. № 3 (19) . С.324.

29. Волосович С.В. Кластерна стратегія розвитку вільних економічних зон. *Екон. вісн. ун-ту: зб. наук. пр.* 2015. Вип. 25/1. С. 33-37.

30. Георгіаді Н.Г., Князь С.В. Ефекти від впровадження інформаційних систем управління на підприємствах. *Логістика – Львів: Вісник НУ «Львівська політехніка»*. 2004. №499. С.205-206.

31. Гоблик В.В., Дем'ян Я.Ю. Кластерні ініціативи регіонів в умовах інтеграційних процесів України. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 5. С. 678-683.

32. Головне управління статистики у Дніпропетровській області. Туризм. URL: http://www.dneprstat.gov.ua/statinfo/tur/

33. Голод А.П. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування: монографія. Львів : ЛДУФК, 2017. 350 с.

34. Голод А. П., Іжевська О. П., Коркуна О. І. Кластерна модель розвитку індустрії гостинності регіону. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Випуск 4 (21) . С. 375-380

35. Гонтаржевська Л.І. Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств України: Дис. канд. екон. наук: 08.05.01. Ін-т світ. економіки і міжнародних відносин НАН України. К., 2006. 201 с.

36. Герасименко Т.В., Шаповал В.М., Шаповал І.А. Управління розвитком туристичної галузі України в умовах євроінтеграції (на прикладі

Дніпропетровської області). Функціонування та перспективи розвитку туристичної галузі України : монографія. Львів : 2018. С. 86–97.

37. Герасименко Т.В., Шаповал В.М., Бєлобородова М.В. Формування та розвиток конкуренції в ринковій економіці (на прикладі туристичної індустрії України). *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2018. №18. С. 43-51.

38. Гріднєв М.А. Характерні риси кластероутворення в регіонах України. *Економіка і суспільство.* 2018. № 14. С. 588–596.

39. Гурська І.С., Герасимів З.М. Фактори розвитку туристичного бізнесу в умовах ринку. *Агросвіт*. 2019. № 20. С.88–92.

40. Данько Н.І. Формування туристичного кластеру як шлях економічного зростання регіону. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2014. Т. 1. Вип. 3. С. 157–161. URL: http://international-relations-tourism.karazin.ua/themes/irtb/resources/206ea8db654afba516a7fd4c01ed05c7.pdf (дата звернення: 12.06.2022)

41. Демінська Ю.В., Надтока Т.Б. Кластери як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств і регіонів. *Економіка і маркетинг в умовах всесвітньої інтеграції: проблеми, досвід, передова думка*. Донецьк, ДонНТУ. 2011. С. 65-68.

42. Дегтярьова І.О. Наукові та практичні аспекти застосування кластерного підходу в управлінні конкурентоспроможністю регіонів України. [Електронний ресурс]. URL: http://academy.gov.ua/ej/ej13/txts/Degtyaryova.pdf.

43. Добрєва Н. Ф. Основні напрями розвитку транскордонних кластерів в Україні. *Ефективність державного управління*: зб. наук. пр. 2013. Вип. 34. С. 246-253. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efdu_2013_34_29

44. Дубодєлова А. В., Кулиняк І. Я., Бондаренко Ю. Г. Кластерний підхід до аналізу розвитку міжнародного туризму в Україні. *Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України*. Вип. 24. С. 195-201.

45. Дудник І.М., Борисюк О.А. Регіональні системи туристичних послуг: методологічний аспект. *Регіон – 2019: стратегія оптимального розвитку:* міжнародна науково-практична конференція, 16-17 жовтня 2019 р. Х.: ХНУ імені В.Н.Каразіна, 2019. С.26-29.

46. Дмитрієва І.О. Кластерний розвиток у туризмі як чинник активізації економіки України. *Вісник Університету банківської справи НБУ*. 2013. № 2 (17). С. 10-14

47. Дунаєв І. Кластери та перші стратегії смарт-спеціалізації для українських регіонів: проєктування трансформаційних змін. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2019. Вип. 1(40). С. 57-64.

48. Дутко Н.Г. Європейський досвід державно-приватного партнерства. *Державне управління: теорія та практика*. 2010. №11. URL: http://www.academy.gov.ua/ej/ej11/txts/10dngdpv.pdf. (дата звернення: 14.06.2018).

49. Єрмакова О.А. Підвищення конкурентоспроможності приморських регіонів України на основі кластерної моделі: монографія. Одеса: Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, 2011. 221 с.

50. Економіка туризму: теорія та практика / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. К. : Центр учбової літератури, 2014. 544 с.

51. Жаліло Я.А., Ковалівська С.В., Филипенко А.О., Химинець В.В., Головка А.А. Щодо розвитку туризму в Україні в умовах підвищених епідемічних ризиків. Аналітична записка Національного інституту стратегічних досліджень. . 2019. Київ. 29 с.

52. Журба О.О. Роль застосування механізму державно-приватного партнерства в діяльності туристичних підприємств. *Актуальні проблеми державного управління*. 2014. 2(46). С. 49-58.

53. Задоя А.О., Білогур С.Ю. Дослідження факторів процесу кластеризації туристичної галузі як передумова її інноваційного розвитку.

Європейський вектор економічного розвитку. 2020. № 1 (28). С. 47-57. https://eurodev.duan.edu.ua/images/PDF/2020/1/6.pdf

54. Закон України «Про державно-приватне партнерство» від 01.07.2010 р № 2404-VI. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17 (дата звернення: 6.09.2021)

55. Закон України «Про інноваційну діяльність». Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2002, № 36, ст.266. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/40-15 (дата звернення: 16.10.2021)

56. Закон України «Про туризм». URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр (дата звернення: 9.02.2021).

57. Захарін С. В. Розвиток сфери туризму, курортів та готельного господарства як організаційно-економічне підґрунтя збереження та популяризації національної культурної спадщини. *Ефективна економіка*. 2020. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?n=1&y=2020.

58. Зведена інформація щодо ставок туристичного збору згідно рішень сільських, селищних, міських рад або рад об'єднаних територіальних громад, що створені згідно із законом та перспективним планом формування територій громад на 2021 рік. URL: https://tax.gov.ua/zakonodavstvo/podatki-ta-zbori/stavki-mistsevih-podatkiv-ta-zboriv/dnipropetrovska-oblast/dlya-fizichnih-osib/

59. Звіт Всесвітньої ради туризму і подорожей (WTTC). URL: https://wttc.org/Research/Economic-Impact.(дата звернення: 15.12.2021)

60. Звіт про виконання Плану роботи Головного управління ДПС у Дніпропетровській області на 2021 рік. URL: https://dp.tax.gov.ua/data/material/000/455/562472/Zv_t_Dn_pro_2021.pdf

61. Звіт про стратегічну екологічну оцінку програми соціально-економічного та культурного розвитку Дніпропетровської області на 2021 рік. URL: https://adm.dp.gov.ua/storage/app/media/uploaded-files/seo-zvit-social-ekonom-rozvitok-2020.pdf

62. Зеленко О.О., Тороповська М.В. Інновації в туризмі – шлях до

розвитку депресівніх територій: світовий досвід та українські реалії. *Часопис економічних реформ*. 2017. № 1. С.72-77.

63. Іванова Н. Оновлення інфраструктурного потенціалу України: модернізаційний аспект. *Проблеми і перспективи економіки і управління*. 2019. № 2 (18). С. 8-17.

64. Ільчук В., Лисенко І. Кластеризація як ефективний засіб модернізації продуктивних сил проблемних регіонів. *Збірник наукових праць ДЕТУТ*. 2015. Вип. 31. С. 226-236.

65. Іванова О., Сеньків М. Доступний туризм для всіх в Європейському Союзі. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка, Географія*. 2019. № 1 (75). С. 66-74. http://doi.org/10.17721/1728-2721.2019.74.12

66. Кирилюк Л.М. Перспективи створення туристичних кластерів на території Поділля. Геополітика і екогеодинаміка регіонів. *Наукові записки*. *Вінниця*. 2014. №2(13). С.580- 584.

67. Кірик М.А. Кластеризація в стратегії інноваційного розвитку закордонних країн. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. *Сер.: Економічні науки.* 2014. Вип. 6(1). С. 78-83.

68. Кластер: формат взаємодії підприємців. У чому переваги неформального об’єднання. URL: https://msb.aval.ua/news/?id=25974

69. Кластери в економіці України: монографія / за наук. ред.. М. П. Войнаренка. Хмельницький: ХНУ. ФОП Мельник А.А. 2014. 1085 с.

70. Кластери та інноваційний розвиток України. Український фонд підтримки підприємництва. URL: http://ufpp.gov.ua/ckfinder/userfiles/files/lib_bissnes/klasterS.pdf. (дата звернення: 10.03.2020).

71. Концептуальні підходи до організації та діяльності туристичних кластерів : монографія /За заг. ред. І.В. Давиденко і О.Л. Михайлюк.К.: ФОП Гуляєва В.М., 2020. 497 с.

72. Ковальова Ю. М., Алишева Н.В. Практичні приклади

функціонування кластерів у світі. *Механізм регулювання економіки*. 2008. № 3 (2), Т. 1. С. 92-100.

73. Коваль О. М. Перспективи створення туристичних кластерів на Закарпатті. URL: tisit.edu.ua/tisit_news/128

74. Кожухівська Р.Б. Створення регіональних інноваційних кластерів для динамічного розвитку індустрії гостинності. *Бізнес-навігатор*. 2018. Вип. 1(2). С. 46-51.

75. Козик В. В., Мищишин О. Л. Транскордонні кластери: сутність та особливості. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2017 . № 875. С. 153-160.

76. Козлов В. П. Особливості розвитку державно-приватного партнерства в Україні. *Ефективна економіка*. 2018. № 8. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2018/44.pdf (дата звернення: 10.03.2020).

77. Концепція Державної цільової програми розвитку галузі туризму «Мандруй Україною» до 2026 року. URL: https://mkip.gov.ua/content/gromadske-obgovorennya-proektu-koncepcii-derzhavnoi-cilovoi-programi-rozvitku-vnutrishnogo-ta-viznogo-turizmu-mandruy-ukrainoyu.html

78. Коваленко С.І. Проблеми та перспективи реалізації кластерної політики в Україні. Зб. тез доповідей ІІ Міжнародної науково-практичної конф. *«Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи».* Київ. 2021. С. 78- 79.

79. Концепція довгострокового соціально-економічного розвитку України на період до 2025 року: Затверджена Рішенням КМУ від 10.06.2018 р. №17765-1

80. Корж Н.В., Онищук Н.В. Інтегрована бізнес -стратегія організації з управління туристичними дестинаціями (ОМД). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія».* Серія «Економіка». 2022.

№ 26(54) (дата звернення: 18.10.2022).

81. Корень О.М., Білогур С.Ю. Фактори активізації розвитку кластерного формату співробітництва у туристичній сфері бізнесу регіону. *Інфраструктура ринку*. 2022. № 67. С.67-73. URL: http://market-infr.od.ua/journals/2022/67_2022/14.pdf

82. Краус Н. М. Інституціональні аспекти кластеризації в інноваційній економіці під впливом системної та комплексної модернізації. *Економічний часопис-XXI*. 2014. № 5–6. С. 29-32.

83. Кривень О.В., Назаркевич І.Б. Рекреаційно-туристичні кластери як еефективний інструмент реалізації державної політики у рекреаційній сфері. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2019. Т.2. № 4. С. 57-61.

84. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. К : КМ-БУКС. 2019. 224 с.

85. Клочковська В.О. Кластерний підхід до забезпечення конкурентних переваг регіону. *Інфраструктура ринку.* 2018. №17. URL: http://market-infr.od.ua/journals/2018/17_2018_ukr/49.pdf (дата звернення: 10.03.2020).

86. Лаврентьєв М. М. Вдосконалення методики проведення моніторингу соціально-економічного розвитку регіонів. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 13(2). С. 39-44. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2017_13(2)__10

87. Лохман Н. В., Корнілова О. В., Грищук О. А., Омельченко Ю. В. Моніторинг реалізації інноваційного потенціалу туристичної сфери України. *Ефективна економіка*. 2022. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10000 (дата звернення: 15.10.20232). DOI: 10.32702/2307-2105-2022.2.1

88. Мазнєв Г.Є. Методологічні засади створення та ефективного функціонування інноваційних технологічних кластерів. *Економіка АПК*. 2015. № 1. С. 70-74.

89. Мальський М. Публічно-приватне партнерство: уроки минулого та перспективи майбутнього. URL: www.congress.lviv.ua-

/download.php?downloadid=30.

90. Маслиган О. О., Машіка Г. В. Регіоналістична модель управління розвитком кластерів туризму і рекреації. *Агросвіт*. 2020. № 10. С. 43-51. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.10.43

91. Марченко Т.І. Формування інноваційних туристичних кластерів як конкурентної переваги розвитку регіону. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2016. Вип.3. С. 63-66.

92. Маслиган О.О. Оцінка тенденцій розвитку сфери рекреації та туризму через призму кластерного підходу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2020. Вип. 32. С. 48-57

93. Матвійчук Л.Ю., Барський Ю.М. Факторний аналіз розвитку готельно-ресторанного господарства на рівні регіону. *Економічні науки: зб. наук. праць Луцького НТУ. Серія «Регіональна економіка»*. 2020. Випуск 17 (67). С. 325-333

94. Мілашовська О. І., Гоблик-Маркович Н.М. Модель туристичного кластера Закарпатської області. *Науковий вісник НЛТУ.* 2013. Вип. 23.2. С. 284-292

95. Методологічні положення зі статистики туризму Наказ. Державної служби статистики України № 372 від 23.12.2011 р. URL: http://www.ukrstat.gov.ua

96. Міронов Ю.Б. Туристичний кластер як прогресивна модель розвитку туризму в регіоні. *Стратегічні пріоритети розвитку внутрішньої торгівлі України на інноваційних засадах:* Матеріали міжнародної науково-практичної конференції . Львів: Видавництво ЛТЕУ, 2017. С. 142.

97. Мірошник Р. О., Щир І. В. Розвиток туристичної галузі України: особливості та проблеми. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління.* 2013. №754. С.41-46.

98. Місцеві бюджети Дніпропетровської області у 2021 році отримали майже на 99% більше туристичного збору. URL: https://dp.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/553381.html

99. Мудрак Р. П., Моісєєва Н.І. Кластеризація як напрям ефективного управління туристичними дестинаціями регіону. *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Том 3. № 3. С. 126-132.

100. Назарук М., Жук Ю. Кластер туризму як складова функціонування метрополії м. Львова. *Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід. Матеріали XIV Міжнародної наукової конференції*. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка. 2020. С. 259-263.

101. Національний інститут стратегічних досліджень. Щодо розвитку туризму в Україні в умовах підвищених епідемічних ризиків. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-06/turyzm-v-ukraini.pdf (дата звернення: 07.11.2021).

102. Ніколаєв Ю. О. Туристичні кластери в Україні. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2012. Вип. 4 (47). С. 336-341

103. Ніколайчук О. А. Тренди розвитку вітчизняної індустрії гостинності в умовах Covid-19. *Вісник ХНУ ім. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2021. Випуск 13. С. 108-114. https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-11

104. Олексюк С.Г. Економічний кластер: поняття, сутність, структура, типи. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2016. № 2. Том 1. С. 182-188.

105. Оленічева Ю. О. Проблеми й перспективи формування туристичних кластерів в Україні. *Економіка та організація туризму*. *Вісник ДІТБ*. 2013. № 17. С.201-206

106. Ольшанська О. В., Мельник А. О. Регіональні туристичні кластери як важливий чинник економічного зростання. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2017. № 12. С. 212-216.

107. Онищук Н.В. Розвиток індустрії гостинності в Україні та світі. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 4 (21). 297-304.

108. Оніпко Т. А. Інноваційно-кластерний розвиток як чинник зростання

конкурентоспроможності економічних систем, дис.. к.е.н.: 08.00.01. Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», 2019. 280 с.

109. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: https://www.unwto.org

110. Офіційний сайт Головного управління статистики у Дніпропетровській області. URL: http://www.dneprstat.gov.ua/infografika/2020/1shorich2020.pdf

111. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/

112. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України. URL: https://www.tourism.gov.ua/

113. Офіційний сайт Дніпропетровської обласної державної адміністрації. Паспорт області. URL: https://adm.dp.gov.ua/pro-oblast/dnipropetrovshina/pasport-oblasti

114. Офіційний сайт Національної туристичної організації України - https://ntoukraine.org/

115. Офіційний сайт Туристичної Асоціації України. URL: http://www.tau.org.ua (дата звернення: 05.07.2020)

116. Охріменко А. Г. Туристичні кластери як перспективні напрями регіонального розвитку. *Університетські наукові записки*. 2013. №1 (45). С. 495-500.

117. Панкова Л.І., Потапенко Т.П. Формування кластерних моделей національних економік на засадах стимулювання регіонального розвитку. *Економіка і організація управління*. 2018. № 2 (30). С. 47-56.

118. Парфіненко А. Ю. Туристичний імідж регіону: монографія / А.Ю. Парфіненко. Харків. 2011. 312 с.

119. Пацюк В. С. Індустріальний туризм як інструмент формування туристичної привабливості промислових регіонів (на прикладі Кривого Рогу). *Економічна та соціальна географія.* 2014. Вип. 2. С. 228-236. DOI:

https://doi.org/10.17721/2413-7154/2014.70.228-236

120. Примак Т. О., Примак Д.С. Маркетингова підтримка туристичного іміджу України. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2009. №5, Т.3. С.205-211 URL: http://tourlib.net/statti_ukr/prymak.htm.

121. Письменний О. А. Аналіз ринку міжнародного туризму України. *Економічний аналіз : зб. наук. праць, Тернопільський національний економічний університетю*. Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2014. Том 15. № 1. С. 144-153

122. Погуда Н.В., Розметова О. Г. Сучасний стан туристичного ринку України: оцінка та перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. 2018 № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/59.pdf (дата звернення: 9.06.2020)

123. Попадинець Н. М., Патицька Х. О., Пітюлич М. М., Керецман Н. І. Аналіз ефективності використання природно-ресурсного потенціалу об'єднаних територіальних громад України. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2019. № 3 (94) http://doi.org/10.37734/2409-6873-2019-3-7

124. Портер М. Е. Конкурентна перевага. Як досягати стабільно високих результатів [Текст] / Майкл Портер ; пер. з англ.: Ірина Ємельянова, Ірина Гнатковська. Київ : Наш формат, 2019. 622 с.

125. Портер М. Е. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів [Текст] / Майкл Портер ; пер. з англ. Наталія Кошманенко. Київ : Наш формат, 2020. 416 с.

126. Проблеми географії та менеджменту туризму: [монографія] / Явкін В.Г, Руденко В.П., Король О.Д. та ін. Чернівці : Рута. 2014. 260 с

127. Про Програму соціально-економічного та культурного розвитку Дніпропетровської області на 2022 рік. URL: https://oblrada.dp.gov.ua/rishennia/про-програму-соціально-економічного-4/

128. Решетняк О. І., Заїка Ю. А. Економічний механізм формування

освітніх кластерів в Україні: монографія. Харків: Вид-во НУА. 2018. 204 с.

129. Ринейська Л.С. Кластери у сучасній глобальній економіці. *Ефективна економіка*. 2016. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4971 (дата звернення: 06.01.2021).

130. Романова А. Туристичний бізнес може приносити в економіку країни мільярди. *Голос України*. 2016. №71. С. 6.

131. Романуха О. Тенденції розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні в умовах глобалізаційних змін. *Стратегічний потенціал державного та територіального розвитку*. Матеріали ІІІ міжнародної науково-практичної конференції. Маріуполь – Кривий Ріг : Донецький державний університет управління. 2019. С. 114-117.

132. Савіцька О.П., Савіцька Н.В. Стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти. URL: file:///C:/Documents%20and%20Settings/User/%D0%9C%D0%BE%D0%B8%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/VNULPP_2013_754_12.pdf

133. Саркісян Г. О. Особливості формування регіональних туристичних кластерів. *Наука,* технології, *інновації*: *світові тенденції та регіональний аспект:* матеріали ІІІ Міжнар. наук.-практ. конф., Одеса, 25–26 верес. 2020 р. Ін-т інновац. освіти, Наук.-навч. центр прикладної інформатики НАН України. Одеса, 2020. С. 59-62.

134. Сич В. А., Коломієць К.В., Шашеро А.М. Застосування концепції кластера у сфері рекреації та туризму. Режим доступу: http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/19407/1/226-229.pdf

135. Смирнов І.Г., Любіцева О.О. Туристичний бізнес під час пандемії Covid-19: світовий та український досвід. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. № 3(2). С. 196-207.

136. Соколенко С. І. Кластери в глобальній економіці: [монографія]. Київ: Логос. 2004. 847 с.

137. Спасів Н.Я., Хопчан В.М., Хопчан М.І. Кластер як імператив

інвестиційної активності. *Ефективна економіка*. 2010. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=406 (дата звернення: 7.02.2021).

138. Станіславік О.С. Оцінювання інноваційного потенціалу промислових підприємств України. ОНПУ – Одеса: ТЕС, 2007. 140 с.

139. Стан здійснення ДПП в Україні. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства. URL: https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=9fc90c5e-2f7b-44b2-8bf1-1ffb7ee1be26&title=StanZdiisnenniaDppVUkraini

140. Стратегія регіонального розвитку Дніпропетровської області на період до 2027 року. URL: https://oblrada.dp.gov.ua/rishennia/sklikannia-7/xxiv-sesiya/про-стратегію-регіонального-розвитк-2/

141. Стрішенець О., Ляшенко О. Теоретичні аспекти туристичних кластерів як детермінант соціально-економічного розвитку регіону. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2017. № 4 (12). С. 7-12.

142. Тибінь А. Кластерна модель організації туристичної діяльності регіону. *Міжнародний бізнес та замковий туризм в Україні : сучасний стан і перспективи розвитку* : зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф. м. Тернопіль-Збараж, 28-29 квіт. 2017 р. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. С. 216-218.

143. Тимошенко Т. О. Кластерний підхід до розвитку туристичної галузі України як пріоритетний напрям державної політики підвищення конкурентоспроможності регіонів. *Вісник НАДУ при Президентові України. Серія «Державне управління»*. 2017. № 2. С. 55-60.

144. Тимчишин-Чемерис Ю.В. Туристичний кластер – форма розвитку та успіху туристичної діяльності регіону. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2015. Вип. 4. С.44- 57.

145. Тичковська І. І., Криворучко О.С. Аналіз тенденцій інноваційного розвитку туристичних підприємств. *Вісник ЛТЕУ «Підприємництво і торгівлі»*. Випуск 21. Вид-во ЛТЕУ, 2017 р. С. 43- 49.

146. Тищенко О. П. Туристичні кластери: проблеми ідентифікації та

вибору національної моделі розвитку. *Бізнес-інформ*. 2017.

147. Товт С., Маслиган О. Сфера туризму як об'єкт міжнародної співпраці. *Сучасні тенденції розвитку науки й освіти в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів*: збірник тез доповідей за матеріалами VI Всеукраїнської науково-практичної конференції (Мукачево, 13 –14 травня 2021 р.) . Мукачево: Вид-во МДУ. 2021. С.529-531.

148. Туристична Асоціація України. URL: http://www.tau.org.ua

149. Ужва А. М. Кластеризація як ефективний інструмент управління розвитком регіонального аграрного бізнесу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2016. Випуск 19, частина 2. С. 110-113.

150. Управління інноваційною, інвестиційною та економічною діяльністю інтегрованих об'єднань та підприємств: монографія / за заг. ред. Л.М.Савчук. Дніпропетровськ: Пороги. 2016. 520 с.

151. Філіна Г. І., Кравченко М. Н. Проблеми інноваційного розвитку економіки України. *Економіка та держава.* 2007. № 5. С. 16-19.

152. Хоменко І. О. Системоутворюючі фактори регіонального розвитку. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету: зб. наук. праць.* 2007. Т. 31. С. 79-83.

153. Шаповалова О. Для розвитку туризму в Україні необхідно запроваджувати механізми державно-приватного партнерства. URL: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=246434694&cat_id=244276429

154. Юхновська Ю. О. Збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі України: теорія, методологія, практика : автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.03. Дніпро, 2021. 39 с.

155. Яровий В.Ф. Удосконалення інститутів та перспективи кластеризації галузі туризму в процесі євроінтеграції. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2016. № 4. С.17-20.

156. Bilohur S. Новітні інформаційні технології як чинник кластеризації

туристичної галузі України. Series of monographs Faculty of Architecture, Civil Engineering and Applied Arts. Information and Innovation Technologies in the Life of Society. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Technicznej w Katowicach. 2019 P. 150-155. URL: http://www.wydawnictwo.wst.pl/uploads/files/0c95b624d00eedc-f4c4feb5c530d6fce.pdf

157. Bilohur S. The development of tourism industry with help of cluster concept. XXVII Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених і студентів *«Євроінтеграційний вибір України та проблеми макроекономіки»*. м. Дніпро. Університет імені Альфреда Нобеля, 5 грудня 2019 р. С.65-69. URL: https://duan.edu.ua/images/News/UA/Departments/International_economics/Thesis_int_econom.pdf

158. Bilohur S. Research of factors of innovative development of tourism on the basis of cluster approach. *Abstracts of VIII International Scientific and Practical Conference «Perspectives of world science and education»*. Osaka, Japan, April, 22-24, 48-52. URL: https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2020/04/PERSPECTIVES-OF-WORLD-SCIENCE-AND-EDUCATION_22-24.04.2020.pdf

159. Bergman E. M., Feser E. J. Industrial and Regional Clusters and Comparative Applications, Regional Research Institute. WVU, 1999. URL: http://www.rri.wvu.edu/WebBook/Bergman-Feser/chapter1.htm

160. Bezuhla, L., Koshkalda, I., Perevozova, I., Kasian, S. & Hrechanyk, N. Marketing Management of the Regional Ecotourism Infrastructure. *International Journal of Industrial Engineering & Production Research.* 33 (1), 1-11. doi: 10.22068/ijiepr.33.1.3

161. Bieloborodova M., Voloshin V., Belopolsky N., Bessonova S. and Bondarenko L. Testing the Environmental Kuznets Curve as an indicator for ecological tourism active development in Ukraine. *Conference Proceedings, 15th International Conference Monitoring of Geological Processes and Ecological Condition of the Environment*, Nov 2021, Vol. 2021. P. 1-5. https://doi.org/10.3997/2214-4609.20215K2010

162. Bieloborodova M., Bessonova S. External environment transformation of Ukraine's tourist enterprises during the crisis. *European Journal of Management Issues.* 2020. № 28 (3). P. 72-80. https://doi.org/10.15421/192007

163. Bieloborodova M., Bessonova A. Ways of greening services in recreational facilities of Ukraine. *Інфраструктура ринку.* 2022. № 68. С. 180-186. URL: http://market-infr.od.ua/journals/2022/68_2022/34.pdf

164. Ketels C. Clusters and Competitiveness: Porter's Contribution. In Huggins and Izushi (eds.) Competition. Competitive Advantage and Clusters: The Ideas of Michael Porter. Oxford University Press. Oxford. 2011. P. 173-191.

165. Ketels C. Cluster Mapping as a Tool for Development, Institute for Strategy and Competitiveness, Harvard Business School, June 2017. P 7. URL: https://www.hbs.edu/ris/Publication%20Files/Cluster%20Mapping%20as%20a%20Tool%20for%20Development%20_%20report_ISC%20WP%20version%2010-10-17_c46d2cf1-41ed-43c0-bfd8-932957a4ceda.pdf

166. Oleksenko R., Bilohur S., Rybalchenko N., Verkhovod I., Harbar H. The ecological component of agrotourism development under the COVID-19 pandemic. Cuestiones Politicas. 2021. Vol. 39, № 69. P. 870-881. URL : https://produccioncientificaluz.org/index.php/cuestiones/article/view/36347/38915

167. Oleksenko R., Bortnykov Y., Bilohur S., Rybalchenko N., Makovetska N. Transformations of the organizational and legal mechanism of the Ukrainian state policy in tourism and hospitality. Cuestiones Politicas. 2021. Vol.39, № 70. P. 768-783. URL : https://produccioncientificaluz.org/index.php/cuestiones/-article/view/36930

168. Rybalchenko N., Bilohur S., Oleksenko R., Voronkova V., Verkhovod I. Clasterization tendences of Ukraine's tourism sphere and way out of the COVID-19 pandemic crisis. Revista De La Universidad Del Zulia. 2021. № 12(34). P. 60-75. URL : https://produccioncientificaluz.org/index.php/rluz/article/-view/36638/39430

169. Regional Clusters in Europe. Observatory of European SMEs. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2002.

№ 3. 61 p.

170. Tourist Clusters, Destinations and Competitiveness, Theoretical issues and empirical evidence, ed. by Francesco Capone, Routledge Taylor and Francis Group. London, New York. 2016.

Додаток А

Сутність поняття «туризм» за групуванням підходів до його визначення

Властивості туризму	Підходи до визначення поняття «туризм»	Автор/ джерело
1	2	3
1. З точки зору споживача туристичних послуг		
1.1. Фізіологічна потреба	Туризм визначається потребою у відновленні працездатності в процесі розширеного відтворення.	А. Голод [33, с. 47]
	Туризм — це активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров'я, фізичний розвиток людини, пов'язаний з пересуванням за межі постійного місця проживання.	Rosenfeld [169]
1.2. Соціальна потреба	Туризм – це ланцюгове явище, яке складається із системи дій та послуг, що мають численні взаємозв'язки. При цьому доступність має бути інтегрована в усі ланки туристичного ланцюга і забезпечувати можливість подорожі для всіх верств населення, включаючи маломобільні його групи.	О. Іванова, М. Сеньків [65, с. 68]
	Туризм - один із видів активного відпочинку, який є подорожжю, що здійснюється з метою пізнання тих або інших районів, нових країн і поєднується у ряді країн з елементами спорту.	Всесвітня конференція з туризму, (1981, Мадрид) [161]
1.3. Багатовимірна сукупність потреб	Туризм - тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає	Закон України «Про туризм» [56]
	Туризм — діяльність осіб, подорожуючих і здійснюючих перебування в місцях, що знаходяться за межами їхнього звичайного середовища, періодом не більше одного року підряд з метою відпочинку, діловими й іншими цілями.	Всесвітня туристична організація [109]
	Послугою туризму є дія певної споживної вартості, яка виражається в корисному ефекті, що задовольняє ту або іншу людську потребу.	F. Capone, R. Taylor [170]
2. З точки зору виду економічної діяльності	Сфера туризму - сукупність самостійних, територіально відособлених туристичних господарських одиниць, що мають в розпорядженні спеціалізовану матеріально-технічну базу і спеціалізуються на виробництві і реалізації туристичних послуг і товарів, об'єднаних сукупною діяльністю і управлінням.	В. Сич [134, с.192]
	Туризм - діяльність по організації і проведенню (супроводу) подорожей; туристична діяльність, яка здійснюється різними підприємствами індустрії туризму і суміжних сфер діяльності.	М. Бойко [16, с.37]

Продовження Додатку А

1	2	3
3. З точки зору вкладу в економіку	Туризм - сфера економіки, що впливає на соціальний, економічний, культурний розвиток суспільства і, внаслідок цього, вимагає здійснення державної політики.	Ю. Оленічева [105]
	Туризм розуміється як діяльність, що має важливе значення в житті народів в силу безпосередньої дії на соціальну, культурну, освітню і економічну сфери життя держав і їхні міжнародні відносини.	Туристична асоціація України [148]
4. З точки зору формування туризму як соціально-економічної системи	Туризм - загальна сума дій, в основному економічній суті, що мають безпосереднє відношення до в'їзду, проживання і пересування іноземців у середині і за межами певної держави, міста або регіону.	К. Вовк [27, с.34]
	Туризм - сукупність взаємовідносин і послуг, пов'язаних з тимчасовою і добровільною зміною мандрівником місця проживання з некомерційних або непрофесійних причин.	Д. Басюк [6, с.24]
	Туризм - ряд явищ і взаємовідносин, що виникають в результаті подорожі, поки вони не призводять до постійного перебування і не пов’язані з отриманням будь-якої вигоди (прибутку).	О. Тищенко [146]
	Туризм - велика економічна система з різноманітними зв'язками між окремими елементами у рамках, як народного господарства окремої країни, так і зв'язків національної економіки зі світовим господарством в цілому.	Н. Андрусяк [3]

Джерело: складено автором

Додаток Б

Рівні підтримки реалізації кластерних ініціатив

Три групи інструментів	Приклади інструментів розвитку туристичних кластерів
1	2
Макрорівень. Підвищення конкурентоспроможності організацій туристичного кластера на зовнішніх ринках	
Конкурентоспроможність організацій сфери туризму	Сприяння в придбанні колективної ринкової інформації для кластерної групи організацій; розвиток експортних можливостей для туристичних компаній в кластері (наприклад, експортні консорціуми); сертифікація туристичних та інших послуг за міжнародними стандартами якості; удосконалення сервісних процесів на підприємствах сфери туризму і у постачальників туристичних послуг.
Мезорівень. Підвищення якості бізнес-оточення для розвитку кластера	
Трудові ресурси	Підвищення адекватності і якості туристичних освітніх програм (для туристичного кластера) в середніх і вищих навчальних закладах (наприклад, через створення профільних освітніх і кваліфікаційних стандартів); створення спеціалізованих освітніх програм підвищення кваліфікації працівників туристичної сфери; організація студентських практик на базі організацій, що входять в туристичний кластер; формування і реалізація комплексу програм залучення кадрових ресурсів.
НДР і комерціалізація	Спрощення доступу з боку організацій, що входять в туристичний кластер, до результатів НДР і експертиз (наприклад, консалтингові і інформаційні послуги); сприяння створенню відділів і програм передачі технологій у складі освітніх і наукових установ; реалізація спільних НДР з освітніми і науковими установами; сприяння в комерціалізації НДР з боку організацій сфери туризму і органів влади і управління; надання приміщень для нових організацій сфери туризму (наприклад, бізнес-інкубатори); розвиток технопарків, центрів передового досвіду, бізнес-інкубаторів і їхня різнобічна підтримка; захист інтелектуальної власності у сфері туризму і інших секторах сервісної сфери.
Інфраструктура	Підвищення ефективності соціально-економічної інфраструктури і розвиток інфраструктури НДР; удосконалення і підвищення ефективності транспортної туристичної інфраструктури; підвищення надійності енергопостачання і енергетичної інфраструктури в туристичному кластері; розвиток і підвищення ефективності використання інженерної інфраструктури;

Продовження Додатку Б

1	2
	розвиток телекомунікаційної інфраструктури (включаючи розвиток широкосмугового доступу, сприяння диверсифікації комунікаційних послуг і видів зв'язку); доступ до земельних ресурсів і комерційної нерухомості (наприклад, створення технологічних, тематичних, туристичних, історико-культурних парків).
Фінансові ресурси	Доступ до фінансових і інших матеріальних ресурсів для малих і середніх організацій, працюючих у сфері туризму і гостинності; доступ організацій, працюючих у рамках туристичного кластера, до венчурного капіталу; розвиток системи банків і інвестиційних фондів, оптимізація кредитування туристичних організацій; розвиток системи конкурсних грантів і премій в туристичній сфері і індустрії гостинності; розвиток лізингу і факторингу для організацій, працюючих у сфері туризму і гостинності.
Якість життя	Особиста безпека туристів і персоналу організацій, працюючих в межах кластера; розвиток системи охорони здоров'я в межах сформованого туристичного кластера; розвиток інфраструктури розваг і дозвілля в межах туристичного кластера і прилеглих до нього територій.
Підприємницький клімат	Темпи росту економіки регіону в цілому і туристичної сфери зокрема; створення і реалізація програм залучення організацій в розвиток внутрішнього туризму; спрощення процедури реєстрації, зниження адміністративних бар'єрів для організацій, які займаються внутрішнім і в'їзним туризмом; формування і реалізація податкових і інших преференцій і пільг для учасників туристичного кластеру.
Мікрорівень. Розвиток співпраці у середині туристичного кластера	
Внутрішні і зовнішні зв'язки	Розвиток зв'язків на рівні контрагентів (наприклад, організацій розміщення, харчування, екскурсійних фірм); розвиток зв'язків на рівні НДР, комерціалізації інновацій і освітніх програм вищих і середніх спеціальних навчальних закладів; сприяння в координації усіх зусиль учасників туристичного кластера у напрямі його розвитку; створення спеціалізованої туристичної кластерної асоціації; підвищення якості туристичних продуктів і послуг; розробка нових туристичних продуктів і послуг.

Джерело: узагальнено автором за [31; 62; 68; 105; 130].

Загальна характеристика суб'єктів туристичної діяльності України у 2018-2019 рр.

	2018				2019			
	Усього	У тому числі			Усього	У тому числі		
		туропе-ратори	турагенти	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність		туропе-ратори	турагенти	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність
Юридичні особи								
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од	1833	529	1243	61	1867	538	1259	70
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	8934	4809	3934	191	9120	4826	4064	230
з них								
мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму	3531	1787	1665	79	3657	1879	1708	70
Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів), тис.грн	21069268,5	20307544,1	715185,5	46538,9	31948701,2	31160995,2	744002,5	43703,5
у тому числі від екскурсійної діяльності	89220,9	37487,8	9832,6	41900,5	113651,0	63312,1	11602,1	38736,8
Сума комісійних, агентських і інших винагород, тис.грн	969551,5	306209,8	650430,9	12910,8	1086118,7	403278,2	677298,6	5541,9
Операційні витрати, зроблені суб'єктом туристичної діяльності на надання туристичних послуг - усього, тис.грн	17925877,5	17125548,9	772022,3	28306,3	19060637,7	18067330,5	959263,9	34043,3
у тому числі								
матеріальні витрати	14386905,0	14194928,4	187227,0	4749,6	14784679,5	14442676,2	329847,0	12156,3
витрати на оплату праці	567112,9	358338,3	198627,0	10147,6	649189,8	431520,5	208427,8	9241,5
відрахування на соціальні заходи	123291,4	79800,6	41286,9	2203,9	146705,8	98884,5	45762,5	2058,8
суми нарахованої амортизації	729848,4	719650,9	9500,5	697,0	88990,2	65260,0	22869,4	860,8
інші операційні витрати	2118719,8	1772830,7	335380,9	10508,2	3391072,4	3028989,3	352357,2	9725,9
Фізичні особи-підприємці								
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од	2460	x	2322	138	2797	x	2644	153
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	2943	x	2808	135	3345	x	3208	137
з них мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму	1067	x	1029	38	1173	x	1144	29
Середня кількість позаштатних працівників (працюючі за договорами та зовнішні сумісники), осіб	96	x	92	4	107	x	107	–
Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів), тис.грн	556652,4	x	501180,1	55472,3	751474,8	x	688598,9	62875,9

Джерело: [114]

Додаток В

Кількість туроператорів та турагентів за регіонами у 2018 р.

	2018						
	Юридичні особи				Фізичні особи-підприємці		
	усього	у тому числі			усього	у тому числі	
		туропе-ратори	тур-агенти	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність		тур-агенти	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність
Україна	**1833**	**529**	**1243**	**61**	**2460**	**2322**	**138**
Вінницька	25	7	18	–	62	60	2
Волинська	19	3	12	4	55	51	4
Дніпропетровська	119	12	107	–	297	297	–
Донецька	31	6	25	–	62	61	1
Житомирська	16	3	11	2	47	44	3
Закарпатська	28	14	14	–	63	61	2
Запорізька	62	4	58	–	126	116	10
Івано-Франківська	34	10	23	1	94	85	9
Київська	45	6	35	4	172	167	5
Кіровоградська	13	–	13	–	41	37	4
Луганська	8	–	8	–	21	20	1
Львівська	142	58	72	12	200	161	39
Миколаївська	18	3	15	–	69	66	3
Одеська	135	17	111	7	135	121	14
Полтавська	15	–	14	1	140	133	7
Рівненська	27	1	23	3	66	64	2
Сумська	18	3	15	–	61	61	–
Тернопільська	20	7	10	3	43	41	2
Харківська	83	4	79	–	183	175	8
Херсонська	16	1	11	4	64	60	4
Хмельницька	25	1	20	4	64	58	6
Черкаська	27	7	19	1	74	72	2
Чернівецька	39	9	30	–	38	37	1
Чернігівська	12	1	11	–	46	46	–
м.Київ	856	352	489	15	237	228	9

Джерело: [114]

Додаток Г.1

Кількість туроператорів та турагентів за регіонами у 2019-2020 рр. (од)

	2019				2020			
	Кількість туроператорів та турагентів - юридичних осіб	З них		Кількість турагентів - фізичних осіб - підприємців	Кількість туроператорів та турагентів – юрид. осіб	З них		Кількість турагентів - фізичних осіб - підприємців
		туропе-ратори	турагенти			туропе-ратори	турагенти	
Україна	**1797**	**538**	**1259**	**2644**	**1561**	**452**	**1109**	**2306**
Вінницька	23	6	17	64	19	6	13	60
Волинська	18	4	14	71	13	2	11	57
Дніпропетровська	111	15	96	318	109	15	94	322
Донецька	29	3	26	65	26	2	24	56
Житомирська	16	3	13	50	16	3	13	43
Закарпатська	29	12	17	55	22	9	13	50
Запорізька	61	3	58	85	57	4	53	90
Івано-Франківська	29	8	21	88	25	7	18	79
Київська	48	6	42	175	47	10	37	173
Кіровоградська	14	–	14	54	13	-	13	44
Луганська	7	–	7	37	6	-	6	31
Львівська	134	61	73	225	97	38	59	168
Миколаївська	21	3	18	63	20	1	19	69
Одеська	120	13	107	141	92	12	80	102
Полтавська	14	–	14	136	14	-	14	110
Рівненська	27	3	24	80	28	2	26	74
Сумська	18	3	15	86	17	2	15	68
Тернопільська	18	7	11	67	14	4	10	51
Харківська	85	8	77	168	84	7	77	150
Херсонська	10	2	8	63	8	1	7	46
Хмельницька	21	2	19	57	18	1	17	45
Черкаська	27	7	20	83	20	6	14	79
Чернівецька	35	7	28	42	28	6	22	27
Чернігівська	17	1	16	40	18	1	17	39
м.Київ	865	361	504	331	750	313	437	273

Джерело: [114]

Додаток Г.2

Кількість і вартість реалізованих туроператорами та турагентами туристичних путівок у 2018 р.

	2018					
	Кількість реалізованих туристичних путівок, од		Вартість реалізованих туристичних путівок, тис.грн		Кількість туроднів за реалізованими туристичними путівками	
	туропе-раторами	турагентами	туропе-раторами	турагентами	туропе-раторами	турагентами
Юридичні особи						
Реалізовано туристичних путівок	**1304256**	**787436**	**26784541,0**	**17066304,7**	**14355472**	**10435030**
у тому числі						
іншим організаціям	593499	x	6856430,6	x	5824884	x
безпосередньо населенню	710757	787436	19928110,4	17066304,7	8530588	10435030
з них						
громадянам України для подорожі						
в межах України	103054	70821	891957,4	448799,4	656259	518798
за кордон	595952	694590	18791906,3	16461625,5	7801147	9771498
іноземцям	11751	22025	244246,7	155879,8	73182	144734
Фізичні особи-підприємці						
Реалізовано туристичних путівок						
безпосередньо населенню	**x**	**314447**	**x**	**7226797,3**	**x**	**4285695**
з них						
громадянам України для подорожі						
в межах України	x	57404	x	342547,4	x	516845
за кордон	x	255681	x	6867795,3	x	3755211
іноземцям	x	1362	x	16454,6	x	13639

Джерело: [114]

Додаток Д.1

Кількість і вартість реалізованих туроператорами та турагентами туристичних пакетів у 2019-2020 рр.

	2019						2020					
	Кількість реалізованих туристичних пакетів, од		Вартість реалізованих туристичних пакетів (з урахуванням ПДВ), тис.грн		Кількість ночівель туристів, що включені до реалізованих туристичних пакетів, од		Кількість реалізованих туристичних пакетів, од		Вартість реалізованих туристичних пакетів (з урахуванням ПДВ), тис.грн		Кількість ночівель туристів, що включені до реалізованих туристичних пакетів, од	
	туропе-раторами	тур-агентами	туропе-раторами	тур-агентами	туропе-раторами	тур-агентами	туропе-раторами	тур-агентами	туропе-раторами	тур-агентами	туропе-раторами	тур-агентами
Юридичні особи												
Реалізовано туристичних пакетів, усього	**1879646**	**1054034**	**36081308**	**23970541**	**16619315**	**10349968**	**926740**	**298391**	**20767157**	**6850720**	**8345953**	**3652399**
у тому числі												
іншим туроператорам або турагентам для їхньої подальшої реалізації туристам	834636	х	6839193,4	х	5816324	х	320654	х	5474342,8	х	2846579	х
туристам	1045010	1054034	29242115	23970541	10802991	10349968	606086	298391	15292814	6850720	5499374	3652399
з них												
внутрішнім туристам для подорожі по Україні	119060	70355	627899,0	530579,7	683538	593978	106342	35656	568023,6	249604,3	419055	287393
виїзним туристам для подорожі за кордон	898808	959127	28427208	23289229	9994587	9661414	492364	259478	14660392	6593625	5057703	3355704
в'їзним (іноземним) туристам для подорожі по Україні	27142	24552	187008,3	150733,1	124866	94576	7380	3257	64399,5	7490,2	22616	9302
Фізичні особи-підприємці												
Реалізовано туристичних пакетів туристам, усього	**х**	**411492**	**х**	**9708835,6**	**х**	**5325752**	**х**	**192899**	**х**	**5139011**	**х**	**2956907**
з них												
внутрішнім туристам для подорожі по Україні	х	48987	х	270218,1	х	361375	х	20260	х	125881,6	х	172663
виїзним туристам для подорожі за кордон	х	359648	х	9426931,2	х	4952453	х	172497	х	5011338	х	2782582
в'їзним (іноземним) туристам для подорожі по Україні	х	2857	х	11686,3	х	11924	х	142	х	1791,2	х	1662

Джерело: [114]

Додаток Д.2

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами у 2018 р.(осіб)

	2018					
	Громадяни України			Іноземці		
	усього	у тому числі обслуговані		усього	у тому числі обслуговані	
		туропе-раторами	тур-агентами		туропе-раторами	тур-агентами
Юридичні особи						
Кількість обслугованих туристів,						
усього	**3884682**	**2309523**	**1575159**	**72941**	**41815**	**31126**
у тому числі подорожуючих						
в межах України	376569	280721	95848	x	x	x
за кордоном	3508113	2028802	1479311	x	x	x
Фізичні особи-підприємці						
Кількість обслугованих туристів,						
усього	**596820**	**x**	**596820**	**3004**	**x**	**3004**
у тому числі подорожуючих						
в межах України	80230	x	80230	x	x	x
за кордоном	516590	x	516590	x	x	x

Джерело: [114]

Додаток Е.1

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами у 2019-2020 рр.(осіб)

	2019			2020		
	Усього	У тому числі обслуговані		Усього	У тому числі обслуговані	
		туроператорами	турагентами		туроператорами	турагентами
Юридичні особи						
Кількість обслугованих туристів,						
усього	**5319952**	**3134115**	**2185837**	**1957410**	**1412851**	**544559**
у тому числі						
в'їзних (іноземних) туристів	83703	37896	45807	11773	8369	3404
виїзних туристів	4786594	2759735	2026859	1758107	1275653	482454
внутрішніх туристів	449655	336484	113171	187530	128829	58701
Фізичні особи-підприємці						
Кількість обслугованих туристів,						
усього	**812145**	**x**	**812145**	**402868**	**x**	**402868**
у тому числі						
в'їзних (іноземних) туристів	3137	x	3137	191	x	191
виїзних туристів	738272	x	738272	367595	x	367595
внутрішніх туристів	70736	x	70736	35082	x	35082

Джерело: [114]

Додаток Е.2

Розподіл туристів, обслугованих туроператорами та турагентами,
за метою поїздки та видами туризму у 2018 році (осіб)

	Усього	У тому числі за метою поїздки						
		службова, ділова, навчання	дозвілля, відпочинок	лікування	спортивний туризм	спеціалізований туризм	інше	Діти віком 0–17 років
Юридичні особи								
Кількість туристів	**3957623**	**211794**	**3671415**	**61303**	**3352**	**1821**	**7938**	**609045**
у тому числі обслуговано								
туроператорами	2351338	165609	2136059	42724	1934	1256	3756	361692
турагентами	1606285	46185	1535356	18579	1418	565	4182	247353
з них								
в'їзних (іноземних) туристів	72941	8031	58914	3883	235	283	1595	5838
у тому числі обслуговано								
туроператорами	41815	7725	30813	2177	205	243	652	371
турагентами	31126	306	28101	1706	30	40	943	5467
виїзних туристів	3508113	72327	3413736	14554	1793	1423	4280	569597
у тому числі обслуговано								
туроператорами	2028802	48315	1962179	13696	914	929	2769	344537
турагентами	1479311	24012	1451557	858	879	494	1511	225060
внутрішніх туристів	376569	131436	198765	42866	1324	115	2063	33610
у тому числі обслуговано								
туроператорами	280721	109569	143067	26851	815	84	335	16784
турагентами	95848	21867	55698	16015	509	31	1728	16826
Фізичні особи-підприємці								
Кількість туристів, обслугованих турагентами	**599824**	**5090**	**574762**	**19003**	**387**	**155**	**427**	**99324**
з них								
в'їзних (іноземних) туристів	3004	35	2097	872	–	–	–	46
виїзних туристів	516590	3652	511409	1064	276	143	46	84437
внутрішніх туристів	80230	1403	61256	17067	111	12	381	14841

Джерело: [114]

Додаток Ж.1

Розподіл туристів, обслугованих туроператорами та турагентами,
за метою поїздки та видами туризму у 2019 році (осіб)

	Усього	У тому числі за метою поїздки						
		службова, ділова, навчання	дозвілля, відпочинок	лікування	спортивний туризм	спеціалізований туризм	інше	Діти віком 0–17 років
Юридичні особи								
Кількість туристів	**5319952**	**267513**	**4963974**	**55998**	**3953**	**21332**	**7182**	**882764**
у тому числі обслуговано								
туроператорами	3134115	205598	2876528	38903	2132	7432	3522	489965
турагентами	2185837	61915	2087446	17095	1821	13900	3660	392799
з них								
в'їзних (іноземних) туристів	83703	5232	58404	2390	194	16874	609	5547
у тому числі обслуговано								
туроператорами	37896	5131	27286	1019	175	3814	471	292
турагентами	45807	101	31118	1371	19	13060	138	5255
виїзних туристів	4786594	89260	4672814	17909	1451	1788	3372	842749
у тому числі обслуговано								
туроператорами	2759735	52706	2685226	17236	627	1314	2626	473337
турагентами	2026859	36554	1987588	673	824	474	746	369412
внутрішніх туристів	449655	173021	232756	35699	2308	2670	3201	34468
у тому числі обслуговано								
туроператорами	336484	147761	164016	20648	1330	2304	425	16336
турагентами	113171	25260	68740	15051	978	366	2776	18132
Фізичні особи-підприємці								
Кількість туристів, обслугованих турагентами	**812145**	**3658**	**797671**	**9931**	**293**	**197**	**395**	**129930**
з них								
в'їзних (іноземних) туристів	3137	92	2623	422	–	–	–	24
виїзних туристів	738272	2518	734761	346	148	197	302	117605
внутрішніх туристів	70736	1048	60287	9163	145	–	93	12301

Джерело: [114]

Додаток Ж.2

Розподіл туристів, обслугованих туроператорами та турагентами,
за метою поїздки та видами туризму у 2020 році (осіб)

	Усього	У тому числі за метою поїздки					
		службова, ділова, навчання	дозвілля, відпочинок	лікування	спортивний туризм	спеціалізований туризм	інша
Юридичні особи							
Кількість туристів	**1957410**	**59627**	**1871767**	**14603**	**1165**	**4557**	**5691**
у тому числі обслуговано							
туроператорами	1412851	30212	1371694	6144	755	3306	740
турагентами	544559	29415	500073	8459	410	1251	4951
з них							
в'їзних (іноземних) туристів	11773	481	8444	232	256	2304	56
у тому числі обслуговано							
туроператорами	8369	176	6658	171	256	1108	–
турагентами	3404	305	1786	61	–	1196	56
виїзних туристів	1758107	14089	1741695	642	336	28	1317
у тому числі обслуговано							
туроператорами	1275653	5550	1269419	156	24	10	494
турагентами	482454	8539	472276	486	312	18	823
внутрішніх туристів	187530	45057	121628	13729	573	2225	4318
у тому числі обслуговано							
туроператорами	128829	24486	95617	5817	475	2188	246
турагентами	58701	20571	26011	7912	98	37	4072
Фізичні особи-підприємці							
Кількість туристів, обслугованих турагентами	**402868**	**1571**	**397504**	**3318**	**373**	**27**	**75**
з них							
в'їзних (іноземних) туристів	191	–	152	39	–	–	–
виїзних туристів	367595	998	366212	94	189	27	75
внутрішніх туристів	35082	573	31140	3185	184	–	–

Джерело: [114]

Додаток Ж.3

Додаток 3

Результати кількісної оцінки показників, які визначають рівень інноваційно-туристичного потенціалу регіону

Код показника *(j)*	Показник (X_j)	Рік	Дніпропетровська область	Полтавська область	Черкаська область	Кіровоградська область	Запорізька область
1. Науково-освітній потенціал							
11	Кількість закладів вищої і середньої професійної освіти, що здійснюють підготовку кадрів для туристичної галузі	2017	5	3	2	3	3
		2018	7	3	4	3	4
		2019	7	3	4	3	5
12	Кількість конференцій, семінарів, вебінарів з питань розвитку туристичної галузі	2017	10	4	1	1	3
		2018	12	4	4	5	3
		2019	10	6	4	4	6
2. Кадровий потенціал							
21	Кількість суб'єктів туристичної діяльності 2.1.2	2017	118	17	24	12	63
		2018	119	15	27	13	62
		2019	111	14	28	14	61
22	Кількість зайнятих в суб'єктах туристичної діяльності 2.1.3	2017	374	42	45	31	212
		2018	351	35	59	26	206
		2019	332	33	65	32	188
3. Інвестиційний потенціал							
31	Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування 1.2.2	2017	422857	261530	174712	58553	319594
		2018	383907	164452	105209	43697	162299
		2019	377294	162659	114025	52831	172731
32	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів), тис.грн. 2.2.6	2017					
		2018	30937,8	5893,9	10018,0	7746,1	21831,0
		2019	38778,9	5953,6	15759,4	5710,3	25389,3
33	Прямі інвестиції за видом економічної діяльності «Тимчасове розміщення і харчування», млн. долл. США 2.4.4	2017	3,7	0,1	-	-	4,2
		2018	1,7	0,5	-	-	2,9
		2019	1,0	2,3	-	-	5,0
34	Сума туристичного збору, тис.грн. 2.3.1	2017	3145,7	2773,6	4118,6	541,3	15344,3
		2018	2859,4	1811,5	3682,1	463,8	7884,9
		2019	2758,5	1765,1	3774,6	495,2	7937,6
35	Коефіцієнт використання місткості колективних засобів розміщування за регіонами 1.3.13	2017	0,36	0,30	0,27	0,23	0,46
		2018	0,39	0,29	0,26	0,19	0,38
		2019	0,30	0,28	0,24	0,23	0,35
36	Рентабельність діяльності суб'єктів туристичної діяльності за операційним прибутком, %	2017					
		2018	20,5	-66,3	196,0	41,2	196,0
		2019	20,3	-5,3	94,5	-28,3	18,2
37	Питома вага витрат суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту у доході від надання туристичних послуг, %	2017					
		2018	69,6	81,5	62,1	-	10,0
		2019	55,2	26,7	98,8	-	10,1

Продовження Додатку 3

4. Інституціональний потенціал							
41	Кількість регіональних проєктів розвитку місцевого туризму на основі кластерного підходу	2017	1	-	-	1	2
		2018	2	1	-	-	1
		2019	1	1	1	-	3
42	Наявність регіональних нормативно-правових актів, що регулюють інноваційну діяльність (1 – так, 0 – ні)	2017	1	0	0	0	1
		2018	1	1	1	0	1
		2019	1	1	1	0	1
43	Кількість діючих регіональних нормативно-правових актів, що регулюють туристичну сферу	2017	0	0	1	0	2
		2018	1	0	0	0	1
		2019	3	0	1	0	3

Додаток И

Сильні та слабкі сторони, загрози та можливості перспективного розвитку Дніпропетровського регіону

Сильні сторони	Слабкі сторони
– сприятливе економіко-географічне розташування регіону; – розвинений інтелектуальний та науково-технічний потенціал; – наявність широкої мережі закладів вищої освіти і наукових установ, що позитивно впливає на кваліфікованість трудових кадрів та створює можливості для пожвавлення інноваційного розвитку економіки регіону; – розвинений багатопрофільний сектор промисловості, розвинена інфраструктура транспорту, різноманітного зв'язку, значна кількість операторів мобільного зв'язку, поширення мережі Інтернет; – зростання показників експорту й імпорту, що свідчить про налагодження міжнародних зв'язків та відновлення кооперації з десятками країн – торговельних партнерів регіону; – зростання фінансового сектора економіки, включаючи розгалужену банківську мережу, приплив міжнародного капіталу в цю сферу, що сприяє активізації конкуренції в банківському секторі та приводить до розширення переліку послуг, збільшення терміну їх надання та зниження їхньої вартості; – розвиненість мережі підприємств, що надають спеціалізовані послуги в сфери консалтингу, маркетингу, інформації, аудиту, проєктування будівництва, дизайну, реклами тощо	– переважна орієнтованість найбільш розвинених секторів регіональної економіки на експорт та другорядна роль, яка відводиться розширенню й наповненню внутрішнього ринку, звужують можливості розвитку як окремих секторів, так і регіональної економіки в цілому; – високі ризики (особливо неповернення коштів) не сприяють зниженню банківських ставок за кредитами, що значно звужує можливості отримання необхідних коштів підприємствами й гальмує розвиток економіки; – недостатня конкуренція між регіональними підприємствами, що негативно позначається на якості товарів та послуг, які ними виробляються, та завищує їхню вартість; – складна демографічна ситуація, від'ємні показники природного приросту населення; – недостатній розвиток інноваційної сфери в регіоні, включаючи скорочення наукових організацій і працівників, що займаються науковою діяльністю, недостатні темпи впровадження інновацій, недостатність коштів на інноваційну діяльність, недостатній рівень державної підтримки; – відсутність необхідних коштів для проведення в повному обсязі ремонтів автомобільних шляхів, заміни застарілого обладнання річкових портів, аеропортів, залізниць; – знос обладнання, який перевищує 50%, наднормативні, збільшення аварійності
Можливості	**Загрози**
– розробка інноваційної, соціально орієнтованої політики розвитку регіону; – збільшення темпів соціально-економічного розвитку регіону; – комплексне вирішення найбільш актуальних проблем, які гальмують подальший розвиток регіону; – подальший розвиток взаємовигідних торгово-економічних й інноваційно-фінансових контактів із закордонними партнерами	– нестабільність політичної й економічної ситуації в Україні; – недостатнє фінансування ремонту й реконструкції транспортної інфраструктури створює загрози для здійснення пасажирських перевезень усіма видами транспорту; – не проведення модернізації основних засобів збільшує витрати на виробництво, що може призвести до значного підвищення вартості продукції;
– створення законодавчих, податкових, фіскальних умов, найбільш сприятливих для розвитку усіх видів та форм бізнесу в регіоні; – створення нових різноманітних науково-виробничих об'єднань, у тому числі із залученням іноземних партнерів з метою виробництва інноваційних туристичних товарів та послуг	– відсутність коштів на модернізацію водопровідних мереж, насосних станцій та реконструкцію центральних очисних споруд створює загрози втратити всю мережу водопостачання в цілому; – загострення екологічної ситуації в регіоні

Додаток К

Сильні та слабкі сторони, загрози та можливості сучасного стану малого бізнесу Дніпропетровського регіону

Сильні сторони	Слабкі сторони
– значна кількість малих підприємств, особливо у сфері послуг, будівництва, інформації, у тому числі у сфері таких передових технологій, як комп'ютери, зв'язок, програмне забезпечення тощо; – наявність науково-технічного потенціалу з можливістю його залучення на комерційній основі для вирішення завдань, що виникають; – наявність кваліфікованих трудових ресурсів, можливості залучення необхідних кадрів у разі виникнення додаткових виробничих завдань; – гнучкість та здатність мобільно переорієнтовуватися на виробництво нової продукції, послуг з урахуванням потреб ринку; – мобільність, яка дає змогу отримувати меншу кількість людино-годин на одиницю продукції, що виробляється, порівняно з великими підприємствами; – більша мобільність дає змогу активніше, порівняно з великими підприємствами, використовувати нові послуги, які надають підприємства інфраструктури: виставки, симпозіуми, тощо; – відносно невеликі потреби в інвестиційних та фінансових ресурсах для організації справи або її переорієнтації; – відсутність багатоярусної розгалуженої вертикально та горизонтально системи управління, яка характерна для промислових гігантів, що сприяє швидкій розробці й прийняттю управлінських рішень; – простіший процес створення підприємств порівняно зі створенням підприємств середнього та великого бізнесу. За умови сприяння місцевої влади цей фактор здатний суттєво впливати на рівень безробіття; – з урахуванням вищезазначеного якість товарів та послуг малих підприємств досить часто є більш високого рівня, ніж у великих підприємств	– слабка стійкість та захищеність малого бізнесу від органів, що здійснюють перевірки їхньої діяльності (податкова інспекція й поліція, прокуратура, енергонагляд, пожежна інспекція тощо), які своїми санкціями здатні завдати малому бізнесу значну шкоду або навіть вивести його на межу власного існування (зважаючи на великі розміри штрафів, сплата яких зменшує оборотні кошти підприємств); – нечітка законодавчо-нормативна база, яка не захищає підприємства малого бізнесу й не сприяє його розвитку; – непрозорість та упередженість державної судової системи, яка практично завжди в судових справах з фінансових та правових спорів опиняється на боці державних інстанцій, що перевіряють, які досить часто діють з численними порушеннями під час перевірок, користуючись відсутністю у представників малого бізнесу спеціалізованих юридичних, охоронних й інших служб, які обов'язково є у великих підприємств; – значна кількість погоджень, дозволів, експертних висновків, аналізів тощо, які необхідно отримати малому бізнесу для початку власної діяльності, які коштують значні гроші та оформлення яких займає дуже багато часу – на розгляд кожного питання представнику державного органу надається місяць, враховуючи кількість необхідних документів, це практично унеможливлює початок діяльності підприємств та змушує підприємців давати великі хабарі з метою прискорення розгляду необхідних питань; – зважаючи на незначні масштаби, підприємства не здатні самостійно виробляти велику кількість товарів та послуг, не кажучи вже про можливість самостійного задоволення ринкових потреб, особливо на імпортні високотехнологічні товари; – відсутність дієвої фінансової підтримки, практично повна відсутність уваги й допомоги підприємствам малого бізнесу від центральних та місцевих органів влади, які основну увагу приділяють великому бізнесу через значні масштаби й бюджетоутворюючий потенціал;

Продовження додатку К

	– високі відсотки по кредитах вітчизняних банків і практична відсутність можливостей виходу на міжнародні ринки з метою залучення інвестицій або отримання дешевих кредитів; – практична відсутність державних лізингових програм та інших форм державної допомоги малому бізнесу, які надають можливості отримати необхідні машини й обладнання на вигідних для малого бізнесу умовах; – низький рівень заробітної плати, середній рівень якої може й не дотягувати до прожиткового мінімуму
Можливості	Загрози
– за наявності реальної допомоги з боку держави й місцевої влади підприємства малого бізнесу можуть швидко виникати (сотні й тисячі за рік), вирішуючи тим самим проблеми скорочення безробіття, наповнення бюджету, збільшення випуску товарів і послуг тощо; – при обмеженні практики проведення численних перевірок, які підривають обмежені фінансові можливості підприємств, можна сподіватися на їх вихід з тіньової економіки, повне відображення оборотів діяльності, зменшення корупції, яка поширена в державній системі (через зменшення необхідності давати хабарі з метою пом'якшення результатів численних перевірок); – за наявності дешевих кредитів і державної системи інвестиційної допомоги підприємства малого бізнесу здатні швидко модернізуватися, підвищуючи тим самим власну продуктивність і конкурентоспроможність; – здатність швидко переймати передові технології для випуску нових товарів і послуг, адаптувати їх до потреб місцевого ринку й швидко задовольняти попит, що виникає; – як свідчить світовий досвід, за наявності державної системи підтримки та сприятливих умов діяльності малий бізнес здатний забезпечити до 60% ВВП й більше ніж 50% зайнятості населення; – за умов зростання платоспроможності населення та виникнення стійкого зростаючого попиту підприємства малого бізнесу здатні швидко виникати саме з метою задоволення попиту на товари й послуги, що виникає	– незначна роль малих підприємств у господарському житті регіону; – політична й економічна нестабільність у країні; – відсутність реальних державних і місцевих програм розвитку та допомоги малому бізнесу; – важкість доступу (через рівні умови з великим бізнесом) до енергетичних і сировинних ресурсів; – відсутність можливостей вільного доступу до необхідного обсягу фінансових ресурсів, обмежені можливості для збільшення оборотних коштів сприяють стагнації великої кількості підприємств малого бізнесу; – великі податки, корупція, велика кількість штрафних санкцій сприятимуть відходу більшості підприємств малого бізнесу до тіньового сектора економіки або навіть припиненню їхньої діяльності; – зменшення чисельності населення, відплив найбільш активної й кваліфікованої частини за кордон створюють напругу під час пошуку кваліфікованих кадрів на ринку праці й проблеми із заповненням вакансій необхідними спеціалістами (при цьому у малого бізнесу бракує коштів для підготовки необхідних спеціалістів власними коштами); – сучасні умови існування малого бізнесу у майбутньому можуть призвести або до зникнення його як такого, або до цілковитого відходу до сектора тіньової економіки; – низька інформаційна й правова обізнаність та захищеність представників малого бізнесу.

Додаток Л

Сильні та слабкі сторони, загрози та можливості сучасного стану науково-освітнього сектору Дніпропетровського регіону

Сильні сторони	Слабкі сторони
– наявність готової науково-технічної бази, включаючи корпуси, лабораторії, необхідні споруди, комп'ютери, засоби зв'язку тощо; – наявність висококваліфікованого науково-технічного персоналу, який продовжує працювати в науково-освітньому секторі; – наявність можливостей підготовки висококваліфікованого науково-технічного персоналу з вченими ступенями; – збережені можливості проводити науково-дослідну роботу навіть за умови відсутності державної підтримки й недостатнього державного фінансування; – здатність мобільно перестроювати власну діяльність, виходячи з потреб ринку, і пропонувати ринкові послуги з проведення наукових досліджень для різноманітних замовників, з підготовки й перепідготовки спеціалістів за спеціальностями та напрямами, які є необхідними замовнику	– недостатність фінансування державою; – зношеність матеріальної науково-технічної бази; – високий вік наукових кадрів, недостатня кількість молодих кадрів з вченим ступенями; – відсутність стабільних державних замовлень на наукові дослідження та замовлень на цільову підготовку спеціалістів для конкретних підприємств та сфер діяльності економіки; – відсутність державної координації сектора науки та освіти, довготермінового стратегічного планування підготовки кадрів, перспективних планів розвитку на 10–50 років і відповідного фінансування; – відсутність дієвих стимулів і допомоги з боку держави для підготовки наукових кадрів з вченими ступенями; – майже відсутність тісних зв'язків зі світовим науковим співтовариством, включаючи підготовку вітчизняних наукових кадрів за кордоном, обмін досвідом, проведення спільних наукових конференцій тощо; – відсутність чітких державних пріоритетів у сфери науки та освіти, як наслідок – відсутність необхідної концентрації сил і планів розвитку, матеріальних та фінансових ресурсів на тих напрямах, які вже зараз частково або цілком знаходяться на світовому рівні; – відсутність збалансованості між потребами у фахівцях з боку економіки регіону та пропозицією спеціалістів з боку ЗВО
Можливості	**Загрози**
За умови державної підтримки можливо таке: – розробка детальних планів розвитку сектора науки та освіти на перспективу; – завдяки визначенню пріоритетів і виділенню необхідних коштів здійснити прорив у науковому секторі та досягнути світових рівнів розвитку за найбільш перспективними напрямами; – модернізація й технічне переозброєння матеріальної науково-технічної бази; – збільшення державних замовлень і цільових замовлень окремих підприємств на підготовку спеціалістів за окремими напрямами й для конкретних потреб;	– без необхідної державної підтримки сектор науки та освіти може поступово опинитися в повному занепаді, втратити кваліфіковані кадри, матеріальну базу, престиж, перспективні наукові дослідження й розробки; – занепад сектора науки та освіти, у свою чергу, може призвести до стагнації економіки в цілому, яка не отримуватиме поштовхів для подальшого розвитку та використовуватиме технологічно застарілі виробництва; – зменшення чисельності населення, його старіння й зменшення частки молоді поступово може призвести до недобору кадрів, які будуть готуватися в секторі науки та освіти;

Продовження додатку Л

– налагодження тісних міжнародних зв'язків, що створить можливості для обміну досвідом, стажування, перекваліфікації, підготовки вітчизняних наукових кадрів за кордоном, у тому числі за конкретними темами й напрямами досліджень; – вихід на світовий рівень розвитку конструювання, досліджень, технологій за окремими напрямами; – активізація розвитку науково-освітнього сектора, яка сприятиме вітчизняній економіці модернізуватися, впровадити нові найбільш актуальні технології з метою виробництва високотехнологічних товарів та послуг, які б відповідали світовим стандартам та забезпечили Україні належне місце серед провідних країн	– відсутність належної державної підтримки може призвести до того, що більша кількість перспективних науковців втечуть за кордон, опиняться у занепаді або втратять актуальність найбільш перспективні теми, збільшиться до величезних розмірів розрив між рівнем розвитку вітчизняної і світової науки та освіти; – дисбаланс попиту та пропозиції вакансій; – недоступність комерційної освіти для широких верств населення регіону; – відсутність постійних та значних державних замовлень на наукові дослідження й підготовку кадрів необхідної кваліфікації для наукових підрозділів та промисловості призводять до зниження рівня конкурентоспроможності вітчизняної економіки та науки

Додаток М

Питання для визначення поточного стану науково-освітнього сектора Дніпропетровського регіону

1. Чи вважаєте Ви рівень державного фінансування достатнім для забезпечення сталого розвитку секторів науки та освіти?
2. Як Ви вважаєте, до якої вікової категорії можна віднести переважну більшість наукових кадрів?
3. Назвіть основні причини, які, на Вашу думку, стримують розвиток сектора вітчизняної науки та освіти ?
4. Чи вважаєте Ви задовільним рівень державної підтримки розвитку вітчизняної науки та освіти? Якщо ні, назвіть заходи, які, на Вашу думку, має запровадити держава для забезпечення сталого розвитку наукового та освітнього секторів.
5. Дайте оцінку сучасного стану зв’язків вітчизняної науки зі світовим науковим співтовариством.
6. Назвіть, які переваги, на Вашу думку, має науково-освітній сектор в регіоні?
7. Який, на Вашу думку, вплив здійснює зменшення чисельності населення на розвиток освіти та науки в регіоні?
8. Чи вважаєте Ви, що держава повинна різко підвищити обсяги державних замовлень на підготовку кваліфікованих кадрів згідно з наявними потребами?
9. Чи вважаєте Ви, що держава повинна різко підвищити обсяги державних замовлень та фінансування на виконання наукових досліджень?

Додаток Н

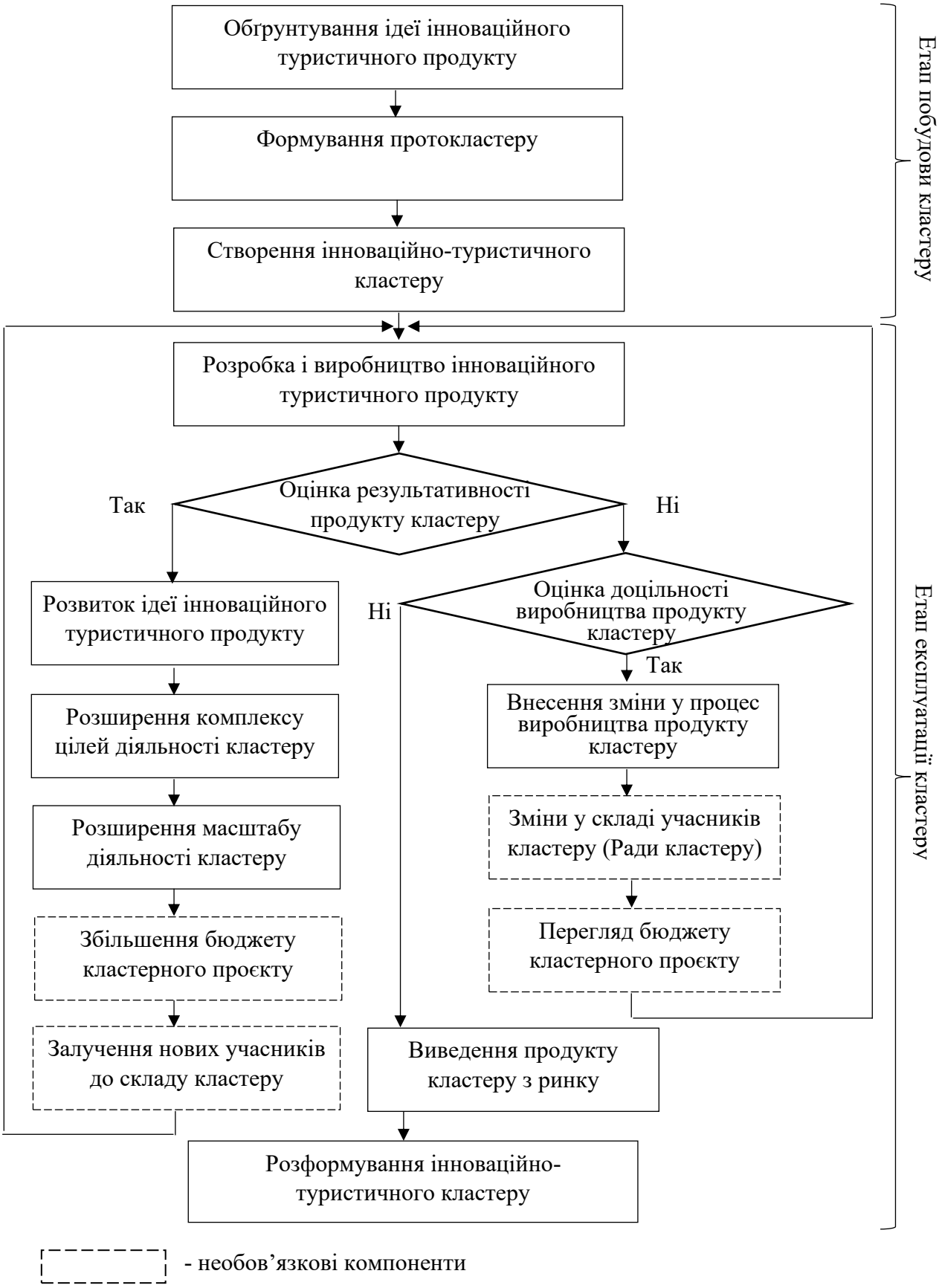
Внесок туризму в сукупну пропозицію товарів і послуг в рамках національної економіки

(валова додана вартість в туризмі)

Показник	Методика розрахунку	2018		2019		2020	
		млн. грн.	% від ВВП	млн. грн.	% від ВВП	млн. грн.	% від ВВП
Валова додана вартість, що створюється в галузях туризму	Визначається як сума валової доданої вартості в основних цінах за кожним видом економічної діяльності в галузях туризму незалежно від того, якою мірою виробничий процес спеціалізований на випуску туристичних продуктів.	412498,4	11,6	502202,8	12,62	534947,6	12,60
Валова додана вартість, що створюється безпосередньо в туризмі (в основних цінах)	Визначається як різниця між випуском товарів і послуг в основних цінах, які можуть застосовуватися до туризму, і пов'язаним з туризмом проміжним споживанням, за видами економічної діяльності галузей туризму та інших секторів	173749,6	4,9	195687,3	4,92	165125,2	3,91

Джерело: [114]

Додаток О



Життєвий цикл інноваційно-туристичного кластеру

Джерело: розроблено автором

Додаток П

Первинні носії ідеї проєкту
- туристичні компанії
- органи місцевої влади
- дослідницькі організації
- інші
Середовище виникнення ідеї проєкту інноваційного туристичного продукту
Формат взаємодії носіїв проєкту
- наукові конференції, семінари
- бізнес-форуми
- тематичні «круглі столи»
- профільні організації та асоціації;
- приватно-муніципальне партнерство
Фактори, які впливають на формування ідеї проєкту
- досвід створення туристичних продуктів
- регіональні програми розвитку туристичної сфери
- муніципальні програми розвитку туристичної сфери
- історико-культурні, археологічні, історико-архітектурні, етнокультурні дослідження
- ландшафтно-географічні та природно-кліматичні особливості території
- розвиненість інфраструктурно-логістичних об'єктів
- рівень ділової активності у туристичній сфері
Умови виникнення ідеї проєкту
- достатній рівень розвитку об'єктів туристичної сфери;
- наявність стійкого туристичного потоку у регіон;
- високий рівень конкуренції у туристичній сфері;
- високий рівень інноваційної активності у регіоні;
- наявність потенціалу зростання інфраструктурного забезпечення туристичної сфери;
- достатня ступінь інтенсивності інформаційного обміну
Чинники, які обумовлюють доцільність кластерного формату реалізації проєкту туристичного продукту
- ступінь інноваційності (новизни) проєкту;
- наявність та розвиненість інституційного забезпечення формування кластерів;
- комплексність (масштабність) проєкту;
- складність залучення коштів для фінансування проєкту;
- організаційно-технічна складність проєкту;
- наявність успішних кластерних проєктів у регіоні;
- наявність у потенційних учасників кластеру позитивного досвіду створення кластерів або участі у них.
• Туристичні фірми та агенти
• Заклади розміщення і оздоровлення
• Підприємства-перевізники
• Заклади харчування
• Заклади з організації дозвілля
Формування інноваційно-туристичного кластеру
- формування складу потенційних партнерів – співвиконавців проєкту;
- підписання угоди про кластерний формат співробітництва;
- утворення ядра кластеру та Ради кластеру;
- техніко-економічне обґрунтування проєкту;
- розробка проєктної документації;
- обґрунтування ресурсного забезпечення проєкту;
- розробка бюджету проєкту;
- складання графіку реалізації проєкту;
- формування системи контролю за виконанням проєкту та використанням ресурсів
• Навчальні заклади з підготовки фахівців туристичного профілю
• Кредитні установи
• Страхові компанії
• Лізингові компанії
• Проєктні та будівельні організації
• Рекламні агенції
• Поліграфічні підприємства

Додаток Р

- обов’язкові елементи внутрішнього середовища інноваційно-туристичного

- вибіркові елементи внутрішнього середовища інноваційно-туристичного

Принципова модель інноваційно-туристичного кластера

Додаток С

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації
Статті у наукових фахових виданнях України, в т.ч. внесених до міжнародних наукометричних баз, та у періодичних наукових виданнях інших держав

1. Білогур С.Ю. Розвиток інституційних парадигм кластерної концепції в туризмі. Європейський вектор економічного розвитку. 2019. №2 (27). С.7-14. URL: https://eurodev.duan.edu.ua/images/PDF/2019/2/3.pdf

2. Корень О.М., Білогур С.Ю. Фактори активізації розвитку кластерного формату співробітництва у туристичній сфері бізнесу регіону. Інфраструктура ринку. 2022. № 67. С.67-73. URL: http://market-infr.od.ua/journals/2022/67_2022/14.pdf

3. Задоя А.О., Білогур С.Ю. Дослідження факторів процесу кластеризації туристичної галузі як передумова її інноваційного розвитку. Європейський вектор економічного розвитку. 2020. № 1 (28). С. 47-57. https://eurodev.duan.edu.ua/images/PDF/2020/1/6.pdf

4. Rybalchenko N., Bilohur S., Oleksenko R., Voronkova V., Verkhovod I. Clasterization tendences of Ukraine's tourism sphere and way out of the COVID-19 pandemic crisis. Revista De La Universidad Del Zulia. 2021. № 12(34). P. 60-75. URL : https://produccioncientificaluz.org/index.php/rluz/article/-view/36638/39430

5. Oleksenko R., Bilohur S., Rybalchenko N., Verkhovod I., Harbar H. The ecological component of agrotourism development under the COVID-19 pandemic. Cuestiones Politicas. 2021. Vol. 39, № 69. P. 870-881. URL : https://produccioncientificaluz.org/index.php/cuestiones/article/view/36347/38915

6. Oleksenko R., Bortnykov Y., Bilohur S., Rybalchenko N., Makovetska N. Transformations of the organizational and legal mechanism of the Ukrainian state policy in tourism and hospitality. Cuestiones Politicas. 2021. Vol.39, № 70. P. 768-783. URL : https://produccioncientificaluz.org/index.php/cuestiones/article/-view/36930

Додаток Т

ДОВІДКИ ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ

КРЕМЕНЧУЦЬКА МІСЬКА РАДА КРЕМЕНЧУЦЬКОГО РАЙОНУ
ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ
УПРАВЛІННЯ КУЛЬТУРИ І ТУРИЗМУ
площа Перемоги, 2, м.Кременчук, 39600, тел. (05366) 731280 (факс), 35169
E-mail: kultura@kremen.gov.ua, Код ЄДРПОУ 02230017

15.12.2022 № 328/0135 На № _____ від _____

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційного дослідження на тему «Інноваційний розвиток туристичної сфери регіонів України на основі кластерного підходу» поданого на здобуття наукового ступеня доктора філософії з економіки за спеціальністю 051-економіка здобувача вищого навчального закладу Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»
Білогура Станіслава Юрійовича

Представлені Станіславом Юрійовичем Білогуром науково-методичні розробки, матеріали та практичні рекомендації дисертаційного дослідження щодо інноваційного розвитку туристичної сфери регіонів України на підставі кластерного підходу розглянуто і впроваджено у практику управлінської діяльності Управління культури і туризму Кременчуцької міської ради Кременчуцького району Полтавської області.

На основі проведених досліджень автором обґрунтовано та запропоновано нові підходи щодо інноваційного розвитку туристичної сфери регіонів України на підставі кластерного підходу, що дасть можливість ефективніше використати туристично-рекреаційних ресурси регіону, залучити нові інвестиції, покращити інфраструктуру, а в цілому підвищити добробут громадян.

Результати досліджень є обґрунтованими з науково-прикладних і методичних позицій, мають практичне значення для забезпечення та розвитку туризму в регіоні.

Довідка видана для пред'явлення у спеціалізовану вчену раду за місцем захисту дисертації Білогура Станіслава Юрійовича.

Начальник Управління культури і туризму **Віталій ВОЛОШКО**

Додаток Т.1

Туроператор "СУПУТНИК-Кіровоград"
Україна, 25006, м. Кропивницький,
вул. Шульгіних (Калініна), 32, оф.14
моб.: +38 050-457-17-77; 050-932-00-00;
E-mail: natali.09@ukr.net www.sputnik.kr.ua

Довідка
про впровадження результатів дисертації
на здобуття наукового ступеня доктора філософії з економіки
за спеціальністю 051 економіка
здобувача вищого навчального закладу Національний технічний
університет «Дніпровська політехніка»
Білогура Станіслава Юрійовича

Довідка видана Білогуру Станіславу Юрійовичу, здобувачу кафедри економічної теорії та міжнародних відносин НТУ «Дніпровська політехніка» про те, що результати проведеного дослідження, присвяченого проблемам кластеризації туристичної галузі на підставі інноваційного розвитку, які знайшли своє відображення під час здійснення інформаційно-консультаційної роботи щодо визначення регіонального інноваційного середовища в туристичній галузі.

Довідка видана для представлення в спеціалізовану Вчену раду за місцем захисту дисертації.

Довідка видана без фінансових та будь-яких зобов'язань перед автором.

Директор
ТОВ «Супутник – Кіровоград» Наталья Пікуліна

Додаток Т.2

ПРИДНІПРОВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ
ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І СПОРТУ
код 05540712
49094, м. Дніпро,
вул.Набережна Перемоги, 10
тел/факс 731 96 89
№_____
На №_____від_____

З А Т В Е Р Д Ж У Ю
Перший проректор з НПР
Придніпровської державної академії
фізичної культури і спорту,
професор
_____ С.М. Афанасьєв
« 05 » грудня 2022 р.

Довідка
про впровадження у навчальний процес
результатів дисертаційного дослідження на тему: Інноваційний розвиток туристичної сфери регіонів України на основі кластерного підходу» здобувача кафедри економічної теорії та міжнародних відносин НТУ «Дніпровська політехніка»
на здобуття наукового ступеня доктора філософії з економіки
за спеціальністю 051- економіка
вищого навчального закладу Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»
Білогура Станіслава Юрійовича

Ректорат Придніпровської державної академії фізичної культури і спорту підтверджує впровадження у навчальний процес результатів дисертаційної дослідження за темою: Інноваційний розвиток туристичної сфери регіонів України на основі кластерного підходу» на здобуття наукового ступеня доктора філософії з економіки Білогура Станіслава Юрійовича.

Використано теоретико-методологічні підходи на підставі статистичного аналізу, що ґрунтуються на комплексному аналізі кількісних і якісних показників, і дозволяють оцінити інноваційний потенціал для розвитку туристичної галузі, як в окремих регіонах країни, так і в Україні зокрема, з акцентом на особливості кластерного підходу.

Розробки та рекомендації запропоновані автором впроваджено у навчальний процес при викладанні таких дисциплін як «Регіональна економіка», «Економічні дослідження в спортивній діяльності».

Довідка видана для представлення у спеціалізовану Вчену раду за місцем захисту дисертації.

Довідка видана без фінансових та будь-яких інших зобов'язань перед автором.

Декан факультету ФКіС,
доцент Н.Г. Долбишева