

Корнус Анатолій Олександрович,
кандидат географічних наук, доцент
Сюткін Сергій Іванович,
кандидат географічних наук, доцент
Корнус Олеся Григорівна,
кандидат географічних наук, доцент

Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка, м. Суми,
Україна, e-mail: a_kornus@ukr.net
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка, м. Суми,
Україна, e-mail: siutkin-sergiy@ukr.net
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка, м. Суми,
Україна, e-mail: olesyakornus@gmail.com

КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД У СИСТЕМІ ВИРОБНИЧОГО ТУРИЗМУ

Мета. В основу дослідження як основну його мету покладено необхідність більш ґрунтовної систематизації та обґрунтування кластерного підходу до розвитку туристичної галузі в Україні, а також вивчення регіональних особливостей процесу кластеризації ринку виробничого туризму.

Методика. Методологічну базу дослідження складає теорія економічних кластерів, а також окремі елементи концепцій територіальних виробничих комплексів і регіональних міжгалузевих комплексів, котрі були розроблені до неї. У дослідженні були використані різноманітні теоретичні методи і прийоми наукового географічного дослідження, зокрема аналіз, синтез, систематизація та інші.

Результати. Коротко схарактеризовано сутність кластерного підходу, особливості туристичних кластерів у контексті виробничого туризму. Проведено аналіз світового досвіду підвищення конкурентоспроможності регіонів шляхом реалізації кластерної політики та цілеспрямованого створення територіальних туристичних кластерів. Показано структуру виробничо-туристичних кластерів, особливості встановлення їхніх меж. Вважаємо, що сучасна концепція виробничо-туристичних кластерів, як сукупностей технологічно пов'язаних і географічно сконцентрованих підприємств, цілком здатна об'єднати і поглинути існуючі суспільно-географічні категорії «територіально-рекреаційних комплексів» і «рекреаційно-туристичних комплексів». На нашу думку, цілком виправданим у нинішніх соціально-економічних умовах виглядає формування у кожному з регіонів України кількох виробничо-туристичних кластерів.

Наукова новизна. Виходячи з існуючих підходів до визначення туристичних кластерів сформульовано поняття виробничо-туристичного кластера. Під останнім ми розуміємо територіальне поєднання підприємств промисловості, сільського господарства, транспорту чи сфери послуг, які мають туристичну привабливість та проводять екскурсії на свої виробництва. Крім того, у складі такого кластера мають бути представлені необхідні елементи туристичної інфраструктури (транспортної, готельно-ресторанної тощо). Запропоновано схему поступової розбудови регіональних виробничо-туристичних кластерів.

Практична значимість. Результати дослідження можуть бути використані при формуванні регіональних стратегій соціально-економічного розвитку, програм розвитку туризму у регіонах України. Формування виробничо-туристичних кластерів посилює пропагування внутрішнього туризму. Приймаючий виробничий туризм цілком може стати своєрідною платформою для місцевого розвитку, а вдала промоція регіону позитивно вплине на його економіку. Кластеризація може стати потужним інструментом підвищення рівня туристичної діяльності. Кластерний підхід забезпечить більше комбінування і взаємопроникнення різних типів рекреаційно-туристичних занять. Це зробить рекреаційну діяльність ефективнішою, оскільки за одиницю часу задовольнятиметься більше рекреаційних потреб.

Ключові слова: кластерний підхід, виробничий туризм, виробничо-туристичні кластери.

Корнус Анатолій Александрович,
кандидат географических наук, доцент
Сюткин Сергей Иванович,
кандидат географических наук, доцент
Корнус Олеся Григорьевна,
кандидат географических наук, доцент

Сумской государственной педагогический университет имени А.С. Макаренка,
г. Сумы, Украина, e-mail: a_kornus@ukr.net
Сумской государственной педагогический университет имени А.С. Макаренка,
г. Сумы, Украина, e-mail: siutkin-sergiy@ukr.net
Сумской государственной педагогический университет имени А.С. Макаренка,
г. Сумы, Украина, e-mail: olesyakornus@gmail.com

КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД В СИСТЕМЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ТУРИЗМА

Цель. В основу исследования в качестве основной его цели положено необходимость более основательной систематизации и обоснования кластерного подхода к развитию туристической отрасли в Украине, а также изучение региональных особенностей процесса кластеризации рынка производственного туризма.

Методика. Методологическую базу исследования составляет теория экономических кластеров, а также отдельные элементы концепций территориальных производственных комплексов и региональных межотраслевых комплексов, которые были разработаны до неё. В исследовании были использованы различные теоретические методы и приемы научного географического исследования, в частности анализ, синтез, систематизация и другие.

Результаты. Коротко охарактеризована сущность кластерного подхода, особенности туристических кластеров в контексте производственного туризма. Проведен анализ мирового опыта

повышения конкурентоспособности регионов путем реализации кластерной политики и целенаправленного создания территориальных туристических кластеров. Показана структура производственно-туристических кластеров, особенности установления их границ. Считаем, что современная концепция производственно-туристических кластеров, как совокупностей технологически связанных и географически сконцентрированных предприятий, вполне способна объединить и поглотить существующие общественно-географические категории «территориально-рекреационных комплексов» и «рекреационно-туристических комплексов». По нашему мнению, вполне оправданным в нынешних социально-экономических условиях выглядит формирование в каждом из регионов Украины нескольких производственно-туристических кластеров.

Научная новизна. Исходя из существующих подходов к определению туристических кластеров сформулировано понятие производственно-туристического кластера. Под последним мы понимаем территориальное сочетание предприятий промышленности, сельского хозяйства, транспорта или сферы услуг, которые имеют туристическую привлекательность и проводят экскурсии на свои производства. Кроме того, в составе такого кластера должны быть представлены необходимые элементы туристической инфраструктуры (транспортной, гостинично-ресторанной и т.д.). Предложена схема постепенного развития региональных производственно-туристических кластеров.

Практическая значимость. Результаты исследования могут быть использованы при формировании региональных стратегий социально-экономического развития, программ развития туризма в регионах Украины. Формирование производственно-туристических кластеров усилит пропаганду внутреннего туризма. Принимающий производственный туризм вполне может стать своеобразной платформой для местного развития, а удачное продвижение региона положительно повлияет на его экономику. Кластеризация может стать мощным инструментом повышения уровня туристической деятельности. Кластерный подход обеспечит большее комбинирование и взаимопроникновение различных типов рекреационно-туристических занятий. Это сделает рекреационную деятельность более эффективной, поскольку за единицу времени будет удовлетворяться больше рекреационных потребностей.

Ключевые слова: кластерный подход, производственный туризм, производственно-туристические кластеры.

UDC 911.3:796.5

<https://doi.org/10.17721/2308-135X.2019.53.9-15>

Kornus Anatolii Oleksandrovych,
Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor
Siutkin Serhii Ivanovych,
Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor
Kornus Olesia Hryhorivna,
Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor

Sumy State Pedagogical University named after A. S. Makarenko, Sumy, Ukraine,
e-mail: a_kornus@ukr.net
Sumy State Pedagogical University named after A. S. Makarenko, Sumy, Ukraine,
e-mail: siutkin-sergiy@ukr.net
Sumy State Pedagogical University named after A. S. Makarenko, Sumy, Ukraine,
e-mail: olesyakornus@gmail.com.

CLUSTER APPROACH IN THE SYSTEM OF INDUSTRIAL TOURISM

The aim. The study is based on the need for a more thorough systematization and justification of the cluster approach to the development of the tourism industry in Ukraine, as well as the study of regional features of the clustering process of industrial tourism market.

Methodology. The methodological base of the study is the theory of economic clusters, as well as individual elements of the concepts of territorial production complexes and regional intersectoral complexes that were developed before it. The study used various theoretical methods and techniques of scientific geographical research, in particular analysis, synthesis, systematization and others.

Results. The essence of the cluster approach and the features of tourism clusters in the context of industrial tourism are briefly described. The analysis of world experience in improving the competitiveness of regions through the implementation of cluster policies and the targeted creation of territorial tourism clusters is carried out. The structure of production-tourist clusters, the features of establishing their boundaries are shown. We believe that the modern concept of production-tourism clusters, as sets of technologically connected and geographically concentrated enterprises, is quite capable of combining and absorbing the existing socio-geographical categories such as “territorial-recreational complexes” and “recreational-tourist complexes”. In our opinion, the formation of several industrial-tourist clusters in each of the regions of Ukraine looks justified in the current socio-economic conditions.

Scientific novelty. Based on the existing approaches to the definition of tourist clusters, the concept of a production-tourism cluster is formulated. By the latter, we understand the territorial enterprises combination of industry, agriculture, transport, services, or any other segment of the economy that have tourist attractiveness and conduct excursions to their facilities. In addition, the necessary elements of tourism infrastructure (transport, hotel and restaurant services, etc.) should be presented as part of such a cluster. A scheme for the gradual development of regional production-tourism clusters is proposed.

Practical significance. The results of the study can be used in the formation of regional strategies for socio-economic development, as well tourism development programs in the regions of Ukraine. The formation of production-tourism clusters will strengthen the promotion of domestic tourism. Host production tourism may well

become a kind of platform for local development, and successful promotion of the region will positively affect its economy. Clustering can be a powerful tool to increase the level of tourism activities. The cluster approach will provide greater combination and interpenetration of various types of recreational and tourist activities. This will make recreational activities more effective, as more recreational needs will be met per unit of time.

Key words: cluster approach, production tourism, production-tourist clusters.

Постановка проблеми. Рекреаційні потреби, як і потреби людини в цілому, є суспільно-історичним продуктом, оскільки вони змінні в часі. Їх просторово-часова динаміка відбивається на територіальних формах організації туристсько-рекреаційної діяльності. Відтак, вивчення рекреаційних потреб та ресурсів для їх реалізації, є необхідним для дослідження форм територіальної організації рекреаційних районів усіх рангів і масштабів (як тих, що вже склалися, так і перспективних).

Диверсифікація видів туризму – яскрава ознака сьогодення. Сьогодні це не тільки поїздки до моря, відвідини старовинних замків або підкорення гірських вершин. З екскурсією можна відправитися і на промислове, сільськогосподарське чи транспортне підприємство, до того ж не тільки заради розваг, але й з діловою, професійною, пізнавальною, екологічною, навчальною або профорієнтаційною метою. Поява виробничого (техногенного, індустріального, промислового) туризму якраз і є одним з проявів цього об'єктивного процесу.

Туризм може бути важливою складовою соціально-економічного успіху країн чи регіонів. Однак сьогодні в Україні спостерігається зростання в першу чергу виїзного туризму (об'єктивно це можна пояснити поки що невисоким рівнем надання послуг на внутрішньому ринку, включаючи рівень транспортного сполучення та стан дорожньої мережі), що не дозволяє повністю використати існуючий місцевий потенціал. Проблему розвитку внутрішнього туризму можна вирішити у т.ч. й завдяки впровадженню кластерного підходу до діяльності підприємств, установ і організацій різних форм власності, а саме за допомогою інтеграційних об'єднань суб'єктів рекреаційно-туристичної діяльності, зацікавлених у кінцевому результаті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загалом питання впровадження кластерних моделей давно викликає підвищений інтерес науковців з різних галузей знань [1; 6]. Методологія вивчення процесу кластеризації та впровадження кластерних моделей найкраще висвітлена в працях М. Портера [3; 4], його перу належить і найбільш цитоване визначення виробничого кластера, як географічно близької групи компаній і установ у певній галузі, взаємопов'язаних спільними рисами і взаємодоповнюваністю [12].

Заслугує на увагу аналіз світового досвіду підвищення конкурентоспроможності регіонів шляхом реалізації кластерної політики регіонального розвитку та обґрунтування необхідності цілеспрямованого створення територіальних туристичних кластерів із метою підвищення конкурентоспроможності регіонів України, що здійснені Т.О. Тимошенко [7]. Зарубіжний досвід розвитку кластерів свідчить, що ринкова конкуренція і природна географічна близькість елементів галузевих кластерів забезпечують добровільну цілеспрямовану кооперацію й оптимізацію взаємовідносин в ланцюгу «виробник – споживач» (у туристичній галузі це транспорт – туристичні (у т.ч. виробничі) об'єкти – засоби розміщення (готелі, хостели, гуртожитки) – заклади харчування).

Умовами створення кластерів часто називають наступні 5 «і»: ініціатива, інновація, інформація, інтеграція, інтерес [2]. Звісно, що успішність кластеру залежить і від значної кількості зовнішніх факторів: рівня оподаткування, доступу до якісних трудових ресурсів, ринкового капіталу, транспортної інфраструктури, наявності в регіоні науково-дослідних установ тощо.

У зарубіжних виданнях під туристичним кластером розуміється географічна концентрація підприємств і установ, пов'язаних між собою туристичною діяльністю, який включає постачальників послуг, органи влади, установи, університети та ін. [9]. На думку М. Novelli зі співавторами [11] мета туристичного кластера полягає в тому, щоб об'єднати компанії, які зазвичай працюють поодинокі, для створення успішного туристичного продукту в регіоні. Основою кластерної взаємодії слугують суспільний поділ праці та його просторовий прояв – географічний поділ праці. А. А. Терехух і Н.Б. Бандура визначають туристичний кластер як «систему інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг із приводу створення спільного туристичного продукту» [6, с. 266].

Розвиток виробничого туризму може не тільки приносити користь, але й також нести деякі ризики. Наприклад, Ван дер Борг [13], говорячи про витрати на управління туристичною діяльністю, стверджує, що надмірний тиск на інфраструктуру туристичних напрямів може завдати

шкоди, особливо якщо кількість відвідувачів перевищує максимальну пропускну здатність туристичних об'єктів. Для багатьох компаній такі втрати та ризики, як крадіжки та промислове шпигунство, на жаль, стають аргументами проти розвитку цього виду туризму. Проте, не зважаючи на певні негативні риси, виробничий туризм у світовій практиці зазвичай використовується як спосіб зміцнення іміджу підприємства чи регіону.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Кластер є відносно новим інструментом підвищення конкурентоспроможності та своєрідним каталізатором розвитку специфічних галузей господарства. Головна ідея кластерної теорії – об'єднання розрізнених елементів в єдине ціле для взаємодії під час виконання певної функції. Важливо і те, що кластерна система організації дозволяє поєднати господарську діяльність підприємств із соціальними цілями органів державного і місцевого управління.

Однак, сфера виробничого туризму поки що не має загальновизнаної методики організації кластерних структур. Варто відзначити відсутність на даний час єдиного загальноприйнятого визначення туристичних кластерів, закріпленого державними нормативними актами. Ця обставина дозволяє різним авторам досить вільно поводитися з терміном, при цьому приблизно однаково розуміючи його сутність. Відтак кластеризація ринку туристичних послуг залишається маловивченим питанням. Особливо це стосується виробничого туризму, що й спричинилося до формулювання мети даного дослідження.

Формулювання цілей статті. В основу дослідження як основну його мету покладено необхідність суттєвішого обґрунтування кластерного підходу до розвитку туристичної галузі в Україні, а також вивчення регіональних особливостей процесу кластеризації ринку виробничого туризму.

Виклад основного матеріалу. Отже, туристичний кластер (англ. cluster – «гроно», «група», «скупчення») – це результат концентрації на певній території підприємств індустрії туризму, які взаємодіють між собою з метою створення туристичного продукту. Групи підприємств спільно використовують туристичні ресурси, інфраструктуру, ринок праці та взаємодоповнюють одна одну. У структурі туристичного кластера доцільно виділяти наступні сектори: 1) сектор виробництва туристичних послуг; 2) сервісний сектор; 3) допоміжний сектор; 4) сектор забезпечення життєдіяльності туристичного кластера [8]. Ефективна робота кожного учасника кластера створює умови для успішного функціонування інших. Завдяки цьому всі члени туристичного кластеру одержують переваги у вигляді зростання прибутків та розширення можливостей. У такому туристичному кластері створюються сприятливі умови для виробництва нових видів послуг, формується інноваційне конкурентне середовище тощо.

Сектор виробництва туристичних послуг об'єднує підприємства, які безпосередньо створюють туристичний продукт. Насамперед, це туроператори і турагенти, заклади з розміщення та оздоровлення туристів, транспортні підприємства, заклади харчування, музеї, театри, аква- і зоопарки, ботанічні сади, національні та регіональні природні парки, біосферні заповідники, заказники, промислові й сільськогосподарські підприємства тощо.

Сервісний сектор представлений навчальними закладами туристичного профілю, науковими установами, страховими компаніями і т.п. Ці підприємства надають освітні, фінансові, страхові й посередницькі послуги іншим компаніям кластера.

Допоміжний сектор складається з таких елементів: підприємств з виробництва товарів туристичного призначення, сувенірів тощо; картографічних та поліграфічних організацій, телерадіокомпаній і періодичних видань; органів державної влади, регіональних установ із туризму. Завдання сектору забезпечення життєдіяльності – пов'язати між собою інші сектори і підприємства, координуючи їх взаємодію та спільну діяльність.

Однак варто зазначити, що така структура туристичного кластера не є сталою, оскільки склад учасників може розширюватися. Усе частіше встановлюються зв'язки з іншими кластерами економіки (найчастіше з продовольчими, автомобільними, медіа-кластерами). Слід відзначити й зростання ролі закладів вищої освіти та науково-дослідних установ, які значно підсилюють конкурентні переваги певних кластерів (завдяки координації зусиль учасників кластеру та підготовці кваліфікованих фахівців). Частина компаній сервісного та допоміжного секторів може лише укладати угоди про співпрацю, які не передбачають обов'язкового входження до кластера [8].

Межі туристичних кластерів з часом можуть змінюватися внаслідок появи нових підприємств чи нових напрямів діяльності, змін умов функціонування ринку туристичних послуг, впровадження нових схем транспортного обслуговування тощо [10].

Слід зауважити, що раніше кластери формувалися переважно еволюційно завдяки конкуренції і ринковим відносинам, але сьогодні в багатьох країнах вони формуються (виросшуються) штучно [5]. Зазвичай зрілі кластери характеризуються певною спеціалізацією. Але серед атрактивних складових туристичних кластерів виробничий туризм практично не згадується і цей недолік слід виправити. А сам кластерний підхід до розвитку туристичної галузі можна вважати одним з пріоритетних напрямів підвищення конкурентоспроможності регіонів. Конкурентні виклики, з якими стикаються всі регіони України після приєднання країни до СОТ, теж вимагають цілеспрямованого створення територіальних (у т. ч. й виробничо-туристичних) кластерів з метою підвищення конкурентоспроможності регіонів.

Під *виробничо-туристичними* кластерами ми розуміємо територіальне поєднання підприємств промисловості, сільського господарства, транспорту чи сфери послуг, які мають туристичну привабливість та проводять екскурсії на свої виробництва. Крім того, у складі такого кластера мають бути представлені необхідні елементи туристичної інфраструктури.

Алгоритм створення виробничо-туристичних кластерів передбачає низку етапів і процедур, починаючи з інвентаризації існуючих ресурсів досліджуваної території та визначення її туристського потенціалу – і до конкретних проектів просування готового товару (послуги з екскурсії на виробництво в нашому випадку) на ринку, що враховують природні та соціально-економічні умови, технологічну спеціалізацію і кооперацію підприємств, транспортні можливості тощо. Проаналізувавши досвід створення різних (відомо, що географічні масштаби кластерів можуть значно варіювати) експериментальних, у т.ч. й виробничо-туристичних кластерів, пропонуємо наступну схему (алгоритм) поступової розбудови регіональних виробничо-туристичних кластерів.

1. Ревізія існуючих ресурсів виробничого туризму, визначення туристського потенціалу конкретних територій (відсутність якісних інформаційних матеріалів вимагає проведення серйозних маркетингових досліджень та подальшого вивчення туристичних можливостей регіону, зокрема й повної інвентаризації об'єктів виробничого туризму), SWOT-аналіз.

2. Вивчення зарубіжного та вітчизняного досвіду кластеризації (кластерний підхід до розвитку національних економік давно «працює» у США, Канаді, Італії, Нідерландах, Новій Зеландії), проведення наукового дослідження з метою оцінки умов та перспектив створення виробничо-туристичного кластера (кластерів).

3. Вибір стратегії розвитку пріоритетних видів туризму, яка ґрунтується на врахуванні атрактивності наявних ресурсів, маркетинговому потенціалі, рівні розвитку комунікацій досліджуваної території тощо.

4. Розробка програми розвитку виробничо-туристичних кластерів та відповідних інвестиційних проектів.

5. Реалізація програм і проектів з регулярним моніторингом ситуації.

6. Налагодження системи зв'язку та взаємодії різних елементів виробничо-туристичного кластера (кластерів).

Після реалізації наведених вище кроків можливе (але не обов'язкове) і документальне затвердження функціонування кластеру.

Висновки. Внаслідок об'єктивного процесу диверсифікації видів туристичної діяльності, на наших очах відбувається становлення виробничого (індустріального, промислового, техногенного) туризму. Матеріальне виробництво і туризм більше не розглядаються як антагоністи. Виробничий туризм сьогодні сприймається як різновид активного туризму, що передбачає відвідування діючих підприємств і техногенних об'єктів промислової спадщини з навчальною, пізнавальною, дослідницькою, професійною або діловою метою. Виробничий туризм є типовим прикладом туристичного сегменту, де встановлені чіткі зв'язки між галузями (наприклад, між сегментами традиційної індустрії туризму і допоміжними галузями). Коли є туристи, попит на товари і послуги збільшується. Це дозволяє виробникам збільшити обсяги виробництва і продажів, адже туристи не тільки купують квиток для входу на підприємство, але і витрачають гроші в місцевих ресторанах і готелях. Також фірми, що не входять напряму до туристичної індустрії (наприклад, транспорт і роздрібна торгівля), зможуть отримати додаткову вигоду. Збільшення обсягів виробництва і продажів може привести до збільшення місцевого доходу, рівня зайнятості і податкових надходжень. Все це дуже важливі регіональні економічні показники, що ілюструють позитивний вплив економічного виробничого туризму. Інакше кажучи, виробничий туризм може стати пропульсивною галуззю для депресивних регіонів, адже він володіє значним «мультиплікаційним ефектом», викликаючи розвиток суміжних галузей (транспорт, готелі,

заклади харчування, народні промисли), зростання зайнятості населення, наповнення місцевих бюджетів тощо.

Результати дослідження можуть бути використані при формуванні регіональних стратегій соціально-економічного розвитку, програм розвитку туризму у регіонах України. Формування виробничо-туристичних кластерів посилить пропагування внутрішнього туризму. Приймаючий виробничий туризм цілком може стати своєрідною платформою для місцевого розвитку, а вдала промоція регіону позитивно вплине на його економіку. Кластеризація може стати потужним інструментом підвищення рівня туристичної діяльності. Кластерний підхід забезпечить більше комбінування і взаємопроникнення різних типів рекреаційно-туристичних занять. Це зробить рекреаційну діяльність ефективнішою, оскільки за одиницю часу задовольнятиметься більше рекреаційних потреб.

Список використаних джерел

1. Данько Н. І. Формування туристичного кластеру як шлях економічного зростання регіону // *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2014. № 1144. С. 157-161.
2. Михайлюк І. І. Кластери у системі сільського туризму // *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2015. № 3(52). С. 145-153.
3. Портер М. Конкуренція. М.: Вільямс, 2002. 495 с.
4. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. М.: Международные отношения, 1993. 136 с.
5. Смаль І. В., Смаль В. В. Туризм виробничої спадщини у контексті структуризації форм і видів туризму / *Індустріальний туризм: реалії та перспективи* : Матеріали І Міжнародного науково-практичного форуму. Кривий Ріг: Вид. Р. А. Козлов, 2013. С. 27-35.
6. Тербух А. А., Бандура Н. Б. Туристичний кластер як форма посилення конкурентних переваг регіону // *Наук. вісник НЛТУ України*. 2010. Т. 20. Вип. 12. С. 265-271.
7. 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.
8. Тимчишин-Чемерис Ю. В. Туристичний кластер – форма розвитку та успіху туристичної діяльності регіону // *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2015. №4. С. 44-57.
9. Capone F. Regional Competitiveness in Tourism local Systems / 44th European Congress of the European Regional Science Association, Regions and Fiscal Federalism, Universidad the Porto. 2004. URL : <https://www.econstor.eu/handle/10419/117249> (дата звернення: 06.01.2019).
10. Kornus O. et al. Industrial tourism in Sumy region: resources and perspectives // *Human Geography Journal*. 2019. (26). С. 35-44. DOI: 10.26565/2076-1333-2019-26-04
11. Novelli M., Schmitz B., Spencer T. Networks, Clusters and Innovation in Tourism: a UK Experience. *Tourism Management*, 2006. 27, 1141-1152. doi: 10.1016/j.tourman.2005.11.011.
12. Porter M. E. Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 1998. 76 (6), 77-90.
13. Van Der Borg J. Tourism and Urban Development: The Case of Venice, Italy // *Tourism Recreation Research*, 1992. 17:2, 46-56, DOI: 10.1080/02508281.1992.11014649

Список использованных источников

1. Данько Н. И. Формирование туристического кластера как путь экономического роста региона // *Вестник ХНУ имени В. Н. Каразина. Серия «Международные отношения. Экономика. Страноведение. Туризм»*. 2014. № 1144. С. 157-161.
2. Михайлюк И. И. Кластеры в системе сельского туризма // *Развитие методов управления и хозяйствования на транспорте*. 2015 № 3 (52). С. 145-153.
3. Портер М. Конкуренция. М. : Вильямс, 2002. 495 с.
4. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. М. : Международные отношения, 1993. 136 с.
5. Смаль И. В., Смаль В. В. Туризм производственного наследия в контексте структуризации форм и видов туризма / *Индустриальный туризм: реаллии и перспективы*. Мат-лы I междунар. научно-практич. форума. Кривой Рог: Изд. Р. А. Козлов, 2013 С. 27-35.
6. Тербух А. А., Бандура Н. Б. Туристический кластер как форма усиления конкурентных преимуществ региона // *Вестник НЛТУ Украины*. 2010. Т. 20. Вип. 12. С. 265-271.
7. Тимошенко Т. А. Кластерный подход к развитию туристической отрасли Украины как приоритетное направление государственной политики повышения конкурентоспособности регионов // *Вестник НАГУ при Президенте Украины. Серия «Государственное управление»*. 2017. № 2. С. 55-60.
8. Тимчишин-Чемерис Ю. В. Туристический кластер – форма развития и успеха туристической деятельности // *Вестн. аграрной науки Причерноморья*. 2015. №4. С. 44-57.
9. Capone F. Regional Competitiveness in Tourism local Systems / 44th European Congress of the European Regional Science Association, Regions and Fiscal Federalism, Universidad the Porto. 2004. URL : <https://www.econstor.eu/handle/10419/117249> (дата звернення: 06.01.2019).
10. Kornus O. et al. Industrial tourism in Sumy region: resources and perspectives // *Human Geography Journal*. 2019. (26). С. 35-44. DOI: 10.26565/2076-1333-2019-26-04
11. Novelli M., Schmitz B., Spencer T. Networks, Clusters and Innovation in Tourism: a UK Experience // *Tourism Management*. 2006. 27, 1141-1152. DOI: 10.1016/j.tourman.2005.11.011.
12. Porter M. E. Clusters and the new economics of competition // *Harvard Business Review*. 1998. 76 (6), 77-90.
13. Van Der Borg J. Tourism and Urban Development: The Case of Venice, Italy // *Tourism Recreation Research*, 1992. 17:2, 46-56, DOI: 10.1080/02508281.1992.11014649

References

1. Danko N. I. Formuvannya turystychnoho klasteru yak shliakh ekonomichnoho zrostantia rehionu // *Visnyk KhNU imeni V. N. Karazina. Seriya «Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm»*. 2014. № 1144. С. 157-161.
2. Mykhailiuk I. I. Klasteri u systemi silskoho turizmu // *Rozvytok metodiv upravlinnia ta hospodariuvannia na transporti*. 2015. № 3(52). С. 145-153.
3. Porter M. Konkurencija. M. : Vil'jams, 2002. 495 с.
4. Porter M. Mezhdunarodnaja konkurencija: konkurentnye preimushhestva stran. M. : Mezhdunarodnye otnoshenija, 1993. 136 с.
5. Smal I. V., Smal V. V. Turyzm vyrobnychoi spadshchyny u konteksti strukturyzatsii form i vydov turizmu / *Industrialnyi turizm: realii ta perspektivy* : materialy I Mizhnarodnoho naukovy-praktychnoho forumu. Kryvyi Rih: Vyd. R.A. Kozlov, 2013. С. 27-35.

6. Terebukh A. A., Bandura N. B. Turystychnyi klaster yak forma posylennia konkurentnykh perevah rehionu // *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*. 2010. Tom 20. Vyp. 12. S. 265-271.
7. Tymoshenko T. O. Klasternyi pidkhid do rozvytku turystychnoi haluzi Ukrainy yak priorytetnyi napriam derzhavnoi polityky pidvyshchennia konkurentospromozhnosti rehioniv // *Visnyk NADU pry Prezydentovi Ukrainy. Seriya «Derzhavne upravlinnia»*. 2017. № 2. S. 55-60.
8. Tymchyshyn-Chemerys Yu. V. Turystychnyi klaster – forma rozvytku ta uspikhu turystychnoi diialnosti rehionu // *Visnyk ahrarnoi nauky Prychornomia*. 2015. №4. S. 44-57.
9. Capone F. Regional Competitiveness in Tourism local Systems // 44th European Congress of the European Regional Science Association, Regions and Fiscal Federalism, Universidad the Porto. 2004. URL : <https://www.econstor.eu/handle/10419/117249> (дата звернення: 06.01.2019).
10. Kornus O. et al. Industrial tourism in Sumy region: resources and perspectives // *Human Geography Journal*. 2019. (26). С. 35-44. DOI: 10.26565/2076-1333-2019-26-04
11. Novelli M., Schmitz B., Spencer T. Networks, Clusters and Innovation in Tourism: a UK Experience. *Tourism Management*, 2006. 27, 1141-1152. DOI: 10.1016/j.tourman.2005.11.011.
12. Porter M. E. Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 1998. 76 (6), 77-90.
13. Van Der Borg J. Tourism and Urban Development: The Case of Venice, Italy // *Tourism Recreation Research*, 1992. 17:2, 46-56, DOI: 10.1080/02508281.1992.11014649

Надійшла до редколегії 30.10.19