

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та менеджменту  
Кафедра економіки, підприємництва та  
туризму

Кваліфікаційна робота  
на правах рукопису

**ДІДУХ ТАМАРА МИХАЙЛІВНА**  
(прізвище, ім'я, по батькові здобувача вищої освіти)

УДК 331.108:378  
(індекс)

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТУРИСТИЧНИ КЛАСТЕРІВ ЯК**  
**КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ**

242 «Туризм»  
(шифр і назва спеціальності)

Подається на здобуття освітнього ступеня бакалавр  
кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання  
ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне  
джерело

Т. М. ДІДУХ  
(підпис, ініціали та прізвище здобувача вищої освіти)

Керівник роботи:  
ТИЩЕНКО Світлана Володимирівна  
(прізвище, ім'я, по батькові)

кандидат економічних наук, професор  
(науковий ступінь, вчене звання)

Житомир – 2023

**Висновок кафедри економіки, підприємництва та туризму**  
за результатами попереднього захисту: ДДУХ Тамари Михайлівни  
допущено до захисту

засідання кафедри економіки, підприємництва та туризму  
№ \_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

Завідувач кафедри економіки, підприємництва та туризму

д.е.н., професор  
(науковий ступінь, вчене звання)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Валінкевич Н.В.  
(прізвище ,ім'я, по батькові)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

**Результати захисту кваліфікаційної роботи**

Здобувач вищої освіти ДДУХ Тамара Михайлівна захистила  
(прізвище ,ім'я, по батькові)

кваліфікаційну роботу з оцінкою:  
сума балів за 100-бальною шкалою \_\_\_\_\_  
за національною шкалою \_\_\_\_\_

Секретар ЕК

\_\_\_\_\_  
(науковий ступінь, вчене звання)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Мутасова С.А.  
(прізвище ,ім'я, по батькові)

## АНОТАЦІЯ

Дідух Т.М. Кластерний розвиток туристсько-рекреаційного комплексу в умовах формування стратегії розвитку регіону: на прикладі Житомирської області – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 242 – туризм. – Поліський національний університет, Житомир, 2023 .

Розглянуто процес становлення кластерного розвитку туристсько-рекреаційного комплексу в умовах формування стратегії розвитку регіону: на прикладі Житомирської області. Відповідно теорію кластерного розвитку та закордонного досвіду підвищення конкурентоспроможності регіональної економіки з урахуванням розвитку туристських кластерів. Розроблено кластерну методологію управління розвитком туристсько-рекреаційного комплексу регіону.

Здійснено оцінку ефективності розвитку туристсько-рекреаційного комплексу в регіональній економіці, а саме характеристику ресурсного туристсько-рекреаційного потенціалу Житомирського регіону. Розглянуто основні проблеми формування кластеру туристсько-рекреаційного регіону та виявлено їх закономірність та шляхи вирішення.

Створення кластерного розвитку туристсько-рекреаційного комплексу в умовах формування стратегії розвитку регіону: на прикладі Житомирської області є багатограним процесом, що безумовно відбувається при складанні концепції кластерного розвитку туристсько-рекреаційного комплексу, яка і є підґрунтям для формування стратегії кластеру. В ході проведеного аналізу ефективності розвитку туристсько-рекреаційного комплексу в рамках загальної динаміки соціально-економічного розвитку регіону встановлено, що, незважаючи на загальне визнання суттєвого впливу туризму та рекреації на ефективний розвиток економіки за допомогою економічного та соціального впливу на різні суміжні галузі та підприємства, загальноприйнятої апробованої методики оцінки такого впливу поки що немає.

*Ключові слова: кластерний розвиток, туристсько-рекреаційний комплекс, регіональна економіка, концепт кластерного розвитку, національна економіка.*

Didukh T.M. Cluster development of the tourist and recreational complex in the minds of the formation of the strategy for the development of the region: on the example of the Zhytomyr region– Qualification of the robot as a manuscript.

Qualification of the robot for the education of the bachelor's degree for the specialty 242 - tourism. – Polish National University, Zhytomyr, 2023.

The process of formation of a cluster development of a tourist and recreational complex in the minds of the formation of a strategy for the development of a region is examined: on the basis of the Zhytomyr region. It is indicative of the theory of cluster development and the extraordinary improvement of the competitiveness of the regional economy with the improvement of the development of tourist clusters. The cluster methodology for managing the development of the tourist and recreational complex of the region has been developed.

It has been assessed the effectiveness of the development of the tourist and recreational complex in the regional economy, and the very characteristic of the resource tourist and recreational potential of the Zhytomyr region. The main problems and the formation of a cluster of tourist-recreational region are examined and their regularity and direction are revealed.

The creation of a cluster development of a tourist and recreational complex in the minds of the formation of a strategy for the development of a region: on the example of the Zhytomyr region is a rich process, which is insanely observed when the concept of a cluster development of a tourist and recreational complex is folded, as a form of strategy for a cluster there is still no proven methodology for evaluating such an injection.

*Key words: cluster development, tourist and recreational complex, regional economy, concept of cluster development, national economy.*

## ЗМІСТ

ВСТУП	.....	5
РОЗДІЛ 1.	КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ РЕГІОНУ.....	8
	1.1. Теорія кластерного розвитку та закордонний досвід підвищення конкурентоспроможності регіональної економіки з урахуванням розвитку туристських кластерів.....	7
	1.2. Кластерна методологія управління розвитком туристсько-рекреаційного комплексу регіону.....	13
РОЗДІЛ 2.	ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ В РЕГІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ.....	24
	2.1. Характеристика ресурсного туристсько-рекреаційного потенціалу Житомирського регіону.....	24
	2.2. Основні проблеми формування кластеру туристсько-рекреаційного регіону.....	25
РОЗДІЛ 3.	СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ КЛАСТЕРНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КЛАСТЕРУ РЕГІОНУ....	24
	3.1. Концепція кластерного розвитку туристсько-рекреаційного комплексу Житомирського регіону.....	24
	3.2. Стратегія формування кластеру туристсько-рекреаційного комплексу регіону.....	25
ВИСНОВКИ.....	.....	28
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	.....	30

## ВСТУП

*Актуальність теми.* Нестійкий стан розвитку економіки, зумовлений її низькою конкурентоспроможністю, в умовах світової фінансово-економічної кризи, що призвело до наростання фінансово-економічних проблем в українських регіонах, поглиблення достатньо високої міжрегіональної диференціації соціально-економічного розвитку України. За цих умов актуалізуються проблеми ефективного використання наявних ресурсів та розвиток на інноваційній основі регіональних центрів економічного зростання.

Для більшості регіонів країни стратегічне значення набуває дослідження резервів підвищення ефективності використання наявних ресурсів, особливо це стосується туристичних рекреаційних ресурсів, що забезпечують відновлення людського капіталу нації і відіграють істотну роль у соціально-економічному розвитку суб'єктів регіонів. Необхідність прискореного розвитку регіональних туристичних рекреаційних комплексів країни обумовлена великою чисельністю факторів. Для подолання ситуації необхідні нові технології управління, які мають системно втілитися в регіональних стратегіях формування конкурентоспроможних туристично-рекреаційних кластерів. Тому, застосування кластерного підходу для розвитку економіки регіонів країни є досить актуальним питанням, що потребує дослідження.

Кластерний підхід та його роль у підвищенні міжнародної конкурентоспроможності регіональної економіки розглядається у працях зарубіжних авторів, таких як Е. Дахмен, Е. Лімер, А. Маршалл, М. Портер, С. Розенфельд, Д. Сольє, СІ. Соколенко, І. Толенадо, Е.Дж. Фезер, Ст Фельдман, М. Енрайт.

Питання сталого регіонального розвитку шляхом підвищення ефективності регіональних туристично-рекреаційних комплексів розглядаються в роботах Ю.Є. Крилов [25], В.П. Ільчук [20], А.В. Гуренко [19], Г.В. Ортина [24], А.Ю. Присяжнюк [26], В.В. Балковська [28]. Водночас низка теоретико-практичних питань формування кластерів для вирішення соціально-

економічних проблем регіонів поки що недопрацьована. Ця обставина зумовила мету дослідження та її завдання.

*Мета і завдання дослідження.* Мета дослідження полягає у розробці науково-методичних рекомендацій та практичних пропозицій щодо формування стратегії кластерного розвитку туристично-рекреаційного комплексу регіону.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити завдання:

- виявити та узагальнити теоретичні положення кластерної концепції теорії регіональної економіки;
- охарактеризувати економічну сутність кластерного підходу, уточнити його функціональну роль та значення у розвитку регіональної економіки;
- дослідити закономірності та фактори ефективного функціонування закордонних туристичних кластерів, а також визначити напрямки та форми впливу туристичних кластерів на конкурентоспроможність регіональної економіки;
- розробити основи кластерної методики управління розвитком туристично-рекреаційного комплексу регіону;
- обґрунтувати зміст концепції та логічну модель стратегії формування туристично-рекреаційного кластера регіону;
- розробити організаційно-економічний механізм реалізації стратегії кластерного розвитку туристично-рекреаційного комплексу

*Об'єктом дослідження.* Процес формування кластеру туристсько-рекреаційного комплексу в Житомирському регіоні як складової економіки країни.

*Предметом дослідження* є організаційно-економічні відносини, пов'язані з обґрунтуванням стратегії кластерного розвитку туристично-рекреаційного комплексу у регіоні.

*Методи дослідження.* В роботі використовувалися фундаментальні праці вітчизняних та зарубіжних вчених у галузі кластерного розвитку регіональної економіки та стратегічного управління розвитком територіально-галузевих

комплексів. В рамках системного підходу, використовувалися різні методи та прийоми економічного дослідження: методи економічного аналізу та синтезу, динамічного та порівняльного аналізу статистичних даних, міжнародних порівняльних оцінок, економічних угруповань, факторного аналізу.

*Інформаційною базою дослідження* послужили законодавчі акти Уряду країни, стратегії та програми регіонального соціально-економічного розвитку суб'єктів України, матеріали звітності державної статистики, статистичні дані міжнародних організацій (Всесвітньої туристської організації - UNWTO, Лабораторії європейських кластерів - LEC), монографічна та інша наукова література на тему дисертації, матеріали Інтернету.

*Апробація результатів наукових досліджень* здійснена на трьох наукових конференціях.

1. Тищенко С.В., Дідух Т.М. Рекреаційний потенціал Хмельницької області : міжнародний досвід та національні пріоритети : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., 26 травня 2021 р. Житомир : ЖНАЕУ, 2021. С. 48-52.

2. Шутенко О.Д., Дідух Т.М., Шевчук Д.К., Розвиток та використання туристичного потенціалу території Студентські наукові читання – 2022: Збірник наукових праць Науково– практичної конференції «Студентські наукові читання – 2022» за результатами I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт. Житомир: Поліський національний університет, 2022. С. 42-47.

3. Дідух Т.М. Роль кластерів в розвитку туризм. *Без коріння саду не цвісти: зб. наукових праць*. Житомир: Поліський національний університет, 2022. С. 99-102.

*Обсяг та структура роботи*. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Кваліфікаційну роботу викладено на 32 сторінках друкованого тексту.

## РОЗДІЛ 1.

### КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ РЕГІОНУ

#### **1.1. Теорія кластерного розвитку та закордонний досвід підвищення конкурентоспроможності регіональної економіки з урахуванням розвитку туристських кластерів**

У сучасній економіці, особливо в умовах глобалізації, традиційний поділ на сектори чи галузі втрачає свою актуальність через відсутність мобільності. На перше місце виходять кластери - системи взаємозв'язків та взаємодії організацій, значимість яких як цілого перевищує просту суму складових частин. На сьогоднішній день питання розробки концептуальних засад регіонального економічного розвитку на основі формування ефективних кластерних структур є актуальними.

Існуючі теорії розвитку регіональної економіки, з погляду, можна умовно розділити на дві групи. Перша заснована на централізованому плануванні розміщення виробничих потужностей та розвитку галузей регіональної економіки (теорія полюсів зростання Ф. Перру, в основі якої знаходиться концентрація зусиль у сфері розвитку провідних галузей економіки, що створюють нові товари та послуги) [1]. Ідеї цієї теорії в сучасних реаліях реалізуються за допомогою вільних економічних зон, технопарків, технополісів.

Особливістю теорій другої групи є використання оптимуму Парето та економічної рівноваги як усередині, так і в міжрегіональному співробітництві суб'єктів ринку. Кожен регіон повинен знаходити оптимальне рішення, що забезпечує інтереси свого населення, і навіть господарюючих суб'єктів, здійснюють діяльність з його території [2]. Найважливішим напрямом даних досліджень вивчення регіону як суб'єкта підприємницької діяльності, метою якого є максимізація суспільної вигоди населення регіону. Ефективність дії керівників регіону в умовах ринку пояснюється їхньою заповзятливістю, яку



визначають: особистісні якості керівника регіону, наявність та стан ринкової інфраструктури, підприємницька культура населення регіону.

Проте ця класифікація теорій регіонального розвитку не враховує єдність цілей розвитку інституційних складових соціально-економічної системи. Тому, додатково потрібно виділити третю, інституційну групу теорій регіональної економіки. Як свідчить світова практика, найефективнішою формою організації виробництва, що гарантує економічне зростання, і навіть стійкій регіональній розвиток є кластерна система. Створення кластерів винятково важливе для переведення національної економіки на інноваційний шлях розвитку. Вони є рушійною силою соціального розвитку та джерелами довгострокового економічного зростання. М. Портер так визначає кластер: «Кластер, або промислова група, - це група географічно сусідніх взаємопов'язаних компаній і пов'язаних з ними організацій, що діють у певній сфері, що характеризуються спільністю діяльності та взаємодоповнюють одна одну» [4]. Виходячи з цього визначення, ми можемо говорити про те, що кластер є особлива форма комбінації конкуренції та кооперації.

Кластер – група географічно сконцентрованих компаній у певному регіоні із суміжних галузей, які виробляють продукцію і характеризуються наявністю інформаційного обміну між фірмами-членами кластеру та його співробітниками, рахунок якого підвищується конкурентоспроможність кластера у світовому господарстві [3]. Будучи за своєю суттю стійким партнерством взаємопов'язаних організацій та окремих осіб, кластер може мати великий потенціал, який перевищує суму потенціалів окремих складових. Це збільшення може виникати внаслідок тривалого співробітництва та ефективного використання можливостей партнерів. Компанії, що входять до кластеру, виграють у конкурентній боротьбі, маючи можливість ділитися позитивним досвідом та знижувати витрати, спільно використовуючи одні й ті ж послуги та постачальників, що дає змогу позначити це явище як синергетичний ефект кластерів.

За статистичними даними платформи «Світовий атлас даних Кноета» [8]

в сучасному світі туризм є галуззю світової економіки, що найбільш динамічно розвивається. У спільному відкритому листі Всесвітньої туристичної організації (UNWTO, спеціалізована установа Організації Об'єднаних Націй, основною метою якої є пропаганда та розвиток відповідального, сталого та загальнодоступного туризму) та Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC) главам держав та урядів звертається увага на важливість туризму та подорожей як рушійної сили економічного зростання та розвитку держав. Внесок туризму у ВВП становить від 3% до 5% у всьому світі, туризм забезпечує від 7% до 8% усіх робочих місць, і на його частку припадає до 30% світового експорту послуг [9].

У сучасних умовах глобалізації кластери є ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності не лише на рівні підприємств, галузей, регіонів, а й держав загалом. На даний час, за оцінкою експертів [10], кластеризацією охоплено близько 50% економік провідних країн світу, наприклад, в ЄС налічується понад 2 тис. кластерів, в яких зайнято 38% трудових ресурсів, повністю охоплені кластеризацією датська, фінська, норвезька та шведська промисловість, США у межах кластерів працює понад половину підприємств, а частка ВВП, виробленого у яких, перевищила 60%.

Індустрія туризму має ряд специфічних особливостей, що надають актуальність кластерному підходу у розвитку сфери відпочинку та подорожей: широта міжгалузевих зв'язків, фрагментарна структура, переважання малого та середнього бізнесу, нематеріальний характер туристичного продукту тощо.

Можна виділити туристичні кластери, що ефективно діють, в рамках цілих держав (Камбоджа, Шотландія, Сінгапур), спеціалізовані туристичні кластери вже всередині самої країни (виноробні та гастрономія Франції, Іспанії, Греції), ТК всередині регіону (Сардинія, Каталонія), окремого міста (Барселона), а також сформовані навколо унікального туристичного об'єкту (біосферний заповідник у Сан-Паулу, долина метеликів на Родосі).

Останні десятиліття стали популярні різні туристичні кластери, сформовані з урахуванням маркетингових напрямків: *спортивний туризм*

(Альпи), *шопінг-туризм* (Мілан, Андорра), *бізнес туризм* (Люксембург), *конгресний туризм* (Риміні), *навчальний туризм* (Уельс).

На міжнародному рівні прикладами успішних туристичних кластерів можуть бути ТК Середземного та Адріатичного морів, Карибського басейну; гірськолижна промисловість Альпійського регіону. В основу цієї класифікації світових кластерних систем покладено такі фактори: відокремлений розвиток протягом тривалого періоду; усталена специфіка у традиціях розвитку; рівень забезпеченості стратегічно важливими природними ресурсами; ємність національних ринків; роль політичного чинника у функціонуванні держави.

Отже, за підсумками аналізу даних бачимо, що кластери, переважно, утворюються і функціонують за принципами державно-приватного партнерства (ДПП). У західній практиці Public-Private Partnership (PPP) це є інструмент залучення бізнесу до виконання державних та регіональних завдань, пов'язаних з наданням публічних послуг, розвитком суспільної інфраструктури, здійсненню великих та складних проектів розвитку технологій. Загальне розуміння PPP ґрунтується на Декларації тисячоліття ООН [], відповідно до якої мета ДПП – реалізація суспільно значущих проектів: фінансування, будівництво, модернізація, управління, експлуатація інфраструктурних об'єктів та надання соціальних послуг.

Існують різні форми, моделі та механізми взаємодії державного та приватного секторів, що довели ефективність на практиці, наприклад, держава сприяє розвитку кластерних ініціатив на місцях шляхом створення платформи для діалогу учасників кластера, підвищення кваліфікації місцевої робочої сили за допомогою реалізації програм перепідготовки кадрів, створення бренду регіону залучення вітчизняних та іноземних туристів та ін.

Фахівці виділяють *три основні* «центри» кластерного розвитку у світі: Північноамериканський, Європейський та Азіатський регіони. Прикладом ефективно діючого північноамериканського туристичного кластера може бути тематичний кластер винного туризму, що у Долині Напа (штат Каліфорнія, США) – головному виноробному районі країни, щорічно у ньому реєструється

до 5 млн осіб, загальна площа кластера становить 14 гектарів (рис.1.1.).



Рис. 1.1. Тематичний кластер в долині Напа

ТК тут почав розвиватися на рубежі 1970-1980 рр., автор ідеї американський підприємець Р. Мондаві, поєднав останні американські досягнення в галузі технології, менеджменту та маркетингу з європейським мистецтвом та традиціями виноробства, змінив відносини між виноградарями та винними заводами.

Європейський туристичний регіон має багато прикладів успішної діяльності туристичних кластерів(рис. 1.2.).



Рис. 1.2. Інфо-карта ТК Rovaniemi Santa Claus Village

Наприклад, чинний ще з 1950-х років. тематичний ТК Фінляндії Rovaniemi Santa Claus Village («Офіційна резиденція Санта-Клауса»), що включає будинок чарівника, розташовану в 8 км відчину Йоулупуккі в Лапландії, пошту Санта Клауса, гірськолижну зону, готельний сектор та ін Щороку ТК приймає частина яких – іноземні гості. Особливістю даного кластера є повна приналежність державі

Цікаву специфіку має туристичний кластер Норвегії – полярний архіпелаг Шпіцберген (Svalbard). Основними суб'єктами господарювання

демилітаризованої зони є Норвегія і Росія, на Шпіцбергені дві офіційні мови: норвезька і російська, і для його відвідування громадянам Росії віза не потрібна. У туристичному кластері створені національні парки (рис. 1.3.), до складу входить 16 постачальників туристичних продуктів, близько 20 туроператорів, 13 готелів, 10 ресторанів та 8 круїзних судноплавних компаній, об'єднаних в асоціацію Association for Arctic Expedition Cruise Operators (АЕСО).



Рис. 1.3. Національні парки Шпіцбергена (1 – Сёр-Шпіцберген; 2 – Норденшёльд Ланд; 3 – Сассен-Бюнсов Ланд; 4 – Нордре Исфьорден; 5 – Форланнет; 6 – Индре-Вийдефьорден; 7 – Нурвест-Шпіцберген)

До Європейського туристичного макрорегіону фахівці відносять і Туреччину, в якій існує 7 туристичних кластерів, що ефективно функціонують: Султанахмет, Кушадаси, Мармаріс, Фетхіє, Таксім, Каппадокія та Анталія. Усі ТК, крім Султанахмету та Каппадокії, сформовані на базі пляжного туризму на основі системи комплексного обсадження «Allinclusive», яка стала маркетинговою складовою стратегії управління національним турпродуктом.

Таким чином, в світі існує дуже багато позитивних практик використання кластерної системи для розвитку туризму, тому можливість їх застосовувати в нашій державі також є і потребує великих фінансових інвестицій.

## **1.2. Кластерна методологія управління розвитком туристсько-рекреаційного комплексу регіону**

Як зазначалося, кластер це тимчасова взаємодія різних компаній, що мають просторову узгодженість, причому між окремими компаніями можливі конкурентні відносини. Основною відмінністю кластера туристично-рекреаційного комплексу від кластерів в інших видах економічної діяльності є

його маршрутно-інфраструктурна організація. Компанії, що забезпечують туристичний маршрут, що підтримує інфраструктуру та реалізують туристичний продукт, пов'язані між собою, тому можлива конкуренція трансформується у взаємодію на одному локальному ринку. Добровільна участь у виробництві туристичного продукту дозволяє компаніям входити до структури кластера.

Вузлом кластеру туристсько-рекреаційного комплексу (ТРК) може бути не лише об'єкт спеціалізованої інфраструктури (туристична компанія, засіб розміщення, екскурсійна послуга), а й туристичний ресурс (спортивний захід, екологічний чи рекреаційний об'єкт). Як правило, основною умовою розвитку кластеру туристсько-рекреаційного комплексу є сукупність ресурсів та інфраструктури, що забезпечують продукт і формують маршрут та туристичні потоки. Аналіз практичного досвіду дозволяє сформувати загальний алгоритм створення кластеру туристсько-рекреаційного комплексу на конкретній території (рис. 1.4.).

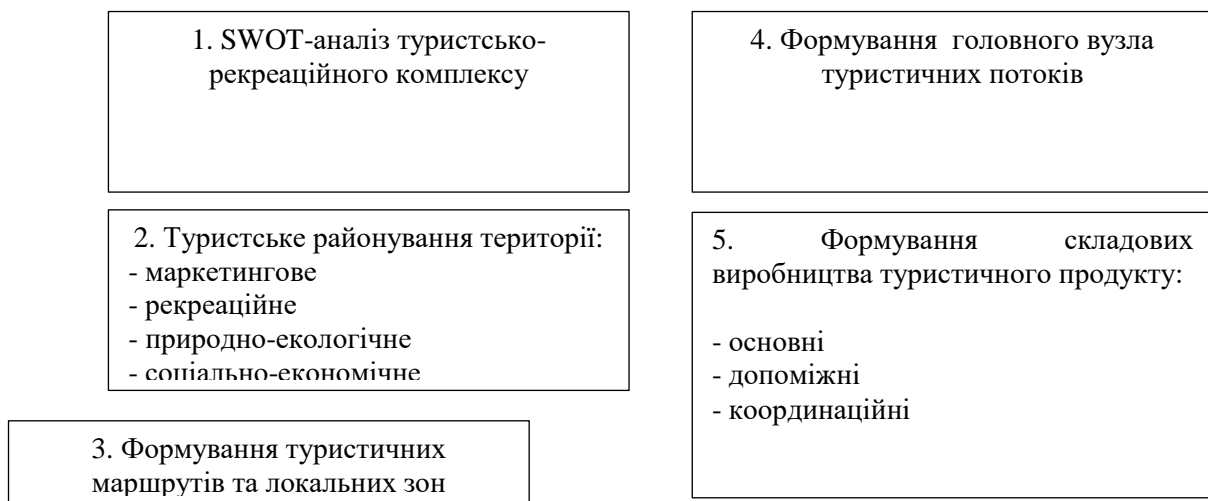


Рис. 1.4. Алгоритм створення кластеру туристсько-рекреаційного комплексу на конкретній території

Крок 1. SWOT-аналіз визначення основних конкурентних переваг туристсько-рекреаційного комплексу проти інших територій та країн лідерів. Формування кластера-еталона чи ідеального кластера туристсько-рекреаційного комплексу як мети. На основі порівняння території та еталона виявляються вузькі місця та формується карта розривів.

Крок 2. Туристське районування території на основі маркетингового, рекреаційного, природно-екологічного та соціально-економічного критеріїв. Маркетингові критерії дозволяють визначити ступінь завершеності туристських маршрутів, рекреаційний критерій – визначити туристичний потенціал маршрутів, а природно-екологічний та соціально-економічний критерії дозволяють визначити наповнення та вартість туристичного продукту.

Крок 3. На карту території наносяться туристичні маршрути та локальні зони, що мають найбільший туристичний потенціал і потенційно привабливу для ринку вартість туристського продукту, а також намічаються території, що мають яскраво виражену конкурентну перевагу. Тоді кожна локальна зона може формувати свій компонент туристського продукту території та доповнювати інші зони для створення спільної інфраструктури та середовища. У разі територія стає прототипом туристського кластера, у якому накопичені необхідні умови виробництва туристського продукту.

Крок 4. У кожному прототипі виділяється вузлова компанія, яка своїми діями здатна структурувати довкілля навколо себе. Тоді прототипи кластера трансформуються у реальні кластери, тому що з'являється єдиний канал просування, сконцентрований навколо вузлової компанії. Вузли є діловими центрами локальних зон, тому можна вважати вузлами туристського потоку.

Крок 5. Відповідно до класичної теорії бізнес-процесів всі компанії кластера розбиваються на чотири групи по відношенню до виробництва туристичного продукту:

а) вузлова компанія та супутні компанії, які безпосередньо залучені у виробництво туристського продукту (наприклад, колективні засоби розміщення, ресторани, екскурсійні компанії, транспортні компанії);

б) допоміжні компанії, які обслуговують процеси виробництва туристського продукту (постачальники продуктів харчування, поліграфічні компанії, паливні та ремонтні компанії);

в) компанії, що забезпечують зв'язок та координацію учасників туристичного кластера (професійні асоціації, компанії зв'язку, кур'єрські

компанії, інтернет-провайдери);

г) компанії, що займаються розробкою та здійсненням програм розвитку кластера (інститути, представники туристських адміністрацій).

Кластерна методика управління розвитком туристсько-рекреаційного комплексу регіону передбачає конкретизувати поняття «туристський кластер» на основі інституційного підходу, що сприятиме більш точному розгляду міжкомпонентної форми взаємодії у системі сучасного туристичного ринку та дозволить ефективніше проводити аналіз туристських кластерів як об'єктів. Міжкомпонентне розуміння туристичного кластера дозволяє визначити для нього наступний набір ознак:

- підприємства та організації, які формують кластер, територіально відокремлені та мають стійкі економічні зв'язки;
- спільність культурних цінностей та необхідність узгодженості прийнятих рішень у рамках спільної діяльності;
- спеціалізація на певному продукті (продуктова), тобто діяльність підприємств та організацій, що входять до кластера, взаємно доповнює один одного;
- обов'язкова державна підтримка та загальні інститути економічної діяльності кластерних суб'єктів.

Туристські кластери обмежені життєвим циклом, який починається з формування нової ідеї, а завершується виведенням нового туристичного продукту на ринок, його впровадженням та затвердженням. Життєвий цикл туристського кластера представлений шістьма типовими фазами, що характеризуються певними видами діяльності, одержуваними результатами та прийнятими рішеннями. Саме тому життєвий цикл туристичного кластера може бути доповнений запровадженням двох фаз так, як представлено на (рис. 1.5.).

Під виведенням на ринок кластеру туристсько-рекреаційного комплексу ми маємо на увазі перевірку з допомогою ринкових тестів конкурентоспроможності туристських продуктів, і навіть цільове використання маркетингового інструментарію. На думку, фаза застосування закінчується



успішним закріпленням туристського продукту над ринком, це досягається за допомогою відповідної роботи з громадськістю, реклами, консультування клієнтів, а також за допомогою додаткових маркетингових інструментів (наприклад, цінової політики).



Рис. 1.5. Схема життєвого циклу туристичного кластеру

Враховуючи все вищевикладене, можна зробити висновки, що загальні риси туристсько-рекреаційних комплексів та кластерів полягають у наступному:

- і комплекс, і кластер є узагальнення туристських ресурсів та туристичної інфраструктури;
- і комплекс, і кластер можуть бути сформовані на певній території (регіоні, районі, міжрайонному об'єднанні та ін.);
- обидва спрямовані задоволення певних потреб туристів.

Слід зазначити, що загальні риси можна доповнювати, наприклад, додати схожість цілей функціонування через досягнення соціально-економічного мультиплікативного ефекту певних дестинацій. Виокремимо певні відмінності:

- туристсько-рекреаційний комплекс може мати або не мати туристичний продукт, а туристський кластер створюється саме для виробництва туристичного продукту з певними параметрами та характеристиками;
- функціонування кластеру може бути припинено, а туристичний комплекс переходитиме з одного стану до іншого, продовжуючи існувати;

– інфраструктурна відмінність полягає в тому, що туристська інфраструктура туристсько-рекреаційного комплексу є його забезпечуючим елементом і включає всю регіональну інфраструктуру (інженерні мережі, транспорт, ЖКГ тощо), туристські кластери створюються на основі спеціалізованої інфраструктури, властивої саме для кластера, що створюється;

– суттєва, на наш погляд, відмінність це продукт, що полягає в різниці туристичного продукту. Туристсько-рекреаційні комплекси можуть пропонувати різні турпродукти різних споживачів, а туристські кластери створюються під певний продукт, який просувається як новий бренд.

Тепер розглянемо структуру кластеру туристсько-рекреаційного комплексу (рис. 1.6.). На малюнку показано весь ланцюжок поширення послуг у сфері туризму та подорожей. Як правило, поширення турпродукту здійснюється через посередників, які є сполучною ланкою між виробниками та споживачами.

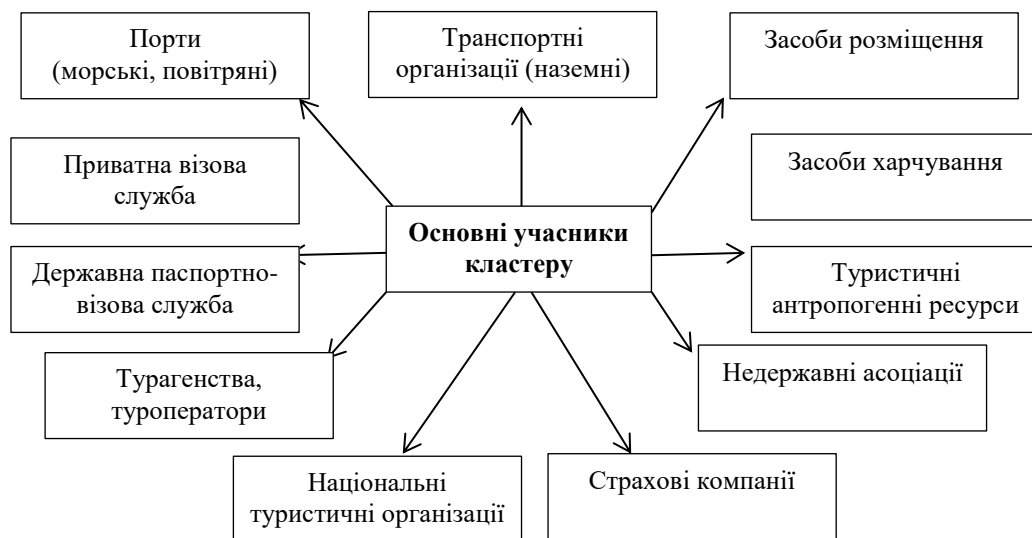


Рис. 1.6. Загальна структура кластеру туристсько-рекреаційного комплексу регіону

Туроператори є оптовиками, оскільки вони закуповують різноманітні товари індустрії у великих кількостях (місця в літаках і автобусах, номери в готелях), формують з них «пакети» і продають їх турагентам або безпосередньо туристам. Посередниками можуть бути оптовики, які закуповують продукт у постачальників оптом і збувають його частинами дрібнішим реалізаторам або

турагентам, які є останньою ланкою в ланцюзі поширення та реалізують турпродукт безпосередньо споживачеві в пакеті або частинами. Це загальна схема ланцюга, хоча якісь ланки можуть бути відсутніми. Ядром туристсько-рекреаційного кластеру є транспорт, житло та пам'ятки, які створені або самою природою, або людиною. Виробники або постачальники цих послуг включають компанії, що здійснюють повітряні, морські, залізничні та автоперевезення, готелі, пансіонати, кемпінги, різноманітні інфраструктурні об'єкти, які можуть привернути увагу туристів, такі як музеї, центри розваг, гірськолижні курорти. Послуги цих об'єктів продаються споживачам різними шляхами: безпосередньо через турагентів та туроператорів або включаються до вартості турпакету.

Незважаючи на основні виробники послуг, оптових та роздрібних реалізаторів існує великий прошарок допоміжних служб та супутніх сфер, які також беруть участь у поширенні туристичних послуг. Всі ці служби та сфери насамперед поділяються на державні та приватні.

До системи державних служб входять: національні туристичні організації (міністерства, відомства, комітети, комісії, управління); державні повітряні та морські порти; паспортні та візові відділи; освітні та навчальні центри.

Приватний сектор включає: приватні повітряні та морські порти; фірми зі страхування та надання фінансових послуг (обмін валюти, кредитні картки); видавництва, що випускають туристичні газети та журнали, путівники, рекламні проспекти, розклад руху транспорту; приватні візові агенції, які встановили прямі контакти з посольствами та за певну плату оформляють візи. Успішний розвиток кластеру туристсько-рекреаційного комплексу значною мірою залежить від того, наскільки злагоджено взаємодіють державні та приватні служби, пов'язані з цим бізнесом.

## РОЗДІЛ 2.

### ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ В РЕГІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

#### 2.1. Характеристика ресурсного туристсько-рекреаційного потенціалу Житомирського регіону

Існування туристських кластерів визначають присутність наступних ознак: а) наявність унікальних туристських ресурсів; б) конкурентоспроможних туристських організацій; в) інфраструктура достатньої організації туристської діяльності; г) стійкі економічні зв'язки між організаціями орієнтованими на задоволення громадських потреб у відпочинку; д) державні і некомерційні інститути підтримки туристичної діяльності. У меншій чи більшій мірі всі ці ознаки є на території Житомирського регіону, розглянемо їх докладніше.

Кластерний підхід передбачає зосередження на обмеженій території підприємств та організацій, що займаються розробкою, виробництвом, просуванням та продажем туристичного продукту, а також діяльністю, суміжною з туризмом та рекреаційними послугами. У рамках формування туристично-рекреаційних кластерів на основі науково обґрунтованих рішень, а також з використанням механізмів державно-приватного партнерства мають бути створені необхідні та достатні умови для якнайшвидшого розвитку туристичної інфраструктури, а також сфери супутніх послуг. Поряд з розвитком інфраструктури туризму, удосконаленням системи підготовки кадрів та проведенням виваженої та ефективною рекламної політики кластерний підхід дозволить активізувати діяльність регіональних підприємств різних галузей економіки для задоволення зростаючих потреб у якісних туристичних послугах при збільшенні регіональних туристичних потоків [13].

Отже, наявність *унікальних туристських ресурсів* є важливою умовою для створення туроператорами конкурентоспроможних турпродуктів та їх успішне просування на туристському ринку (Додаток А). В Житомирській області виділяють 6 основних перспективних напрямів туризму: автентичний

туризм; фестивальний туризм; спортивний туризм; релігійний туризм; діловий туризм; медичний туризм. Центральне розташування на карті України дає підґрунття для його розвитку. Визначено 5 туристичних магнітів області - це заказник «Камінне село» (Олевський район), Кляштор Босих Кармеліт у м.Бердичеві, Парк «Древлянський» у Коростені, Національний музей космонавтики ім.С.П.Корольова у м.Житомирі та замок-музей «Радомишль» у м.Радомишль. В містах Бердичеві та Коростені функціонують туристичні інформаційні центри, у м.Житомирі - обласний туристичний інформаційний центр [14].

*Наявність конкурентоспроможних туристських організацій, що реалізують конкурентоспроможні туристичні товари.* Близько 200 туристичних підприємств, з них 150 – туристичні фірми та туристичні оператори, 50 готелів категорії 2–4 зірки та готельно-ресторанних комплексів на понад 300 номерів; близько тисячі працюючих у туристичній сфері області; обласний туристично-інформаційний центр (м. Житомир) та туристично-інформаційний центр у м. Коростень, які надають виключно екскурсійні послуги та навчають екскурсоводів (в області працює близько 100 екскурсоводів); в м. Житомир з 2016 року функціонує хостел на 50 ліжко-місць; у приміських територіях діє близько 10 садіб сільського (зеленого) туризму [18].

*Наявність інфраструктури, достатньої для реалізації туристської діяльності.* В останні роки на території Житомирської області не було введено в експлуатацію колективних засобів розміщення із різних причин. В сьогодення воєнний стан також не дає можливості для цього процесу. Але всі передумови для цього є.

*Існування стійких економічних зв'язків між організаціями, орієнтованими задоволення суспільних потреб у відпочинку.* Економічні зв'язки між фірмами необхідні організації туристських бізнес-процесів, лобіювання інтересів, подолання спільних проблем, підтримки узгодженості дій, реалізації спільних проектів. Без стійких економічних зв'язків неможливо створити якісний та

конкурентоспроможний продукт.

*Наявність державних та некомерційних інститутів підтримки туристичної діяльності в регіоні.* Адміністрація Житомирської області визначила туристську сферу як одну з пріоритетних у регіоні, тому зараз діє низка державних та некомерційних організацій, покликаних активно сприяти її розвитку. Крім того, розроблено Стратегію розвитку туризму на території Житомирської області на період з 2021-2023рр., а також регіональну програму розвитку туризму[14].

У сьогоднішній день, в Житомирському регіоні докладено всі сили до створення єдиного кластеру туристсько-рекреаційного комплексу. Адміністрація міста планує розділити кластер туристсько-рекреаційного комплексу на п'ять комплексів (туристичних магнітів). Спеціалізація кожного з них складається на основі унікального поєднання ресурсів та факторів, що характеризують особливості території.

Для реалізації цього проекту необхідно розробити та здійснити заходи державного регулювання розвитку туристичної діяльності в області, удосконалити нормативно-правове регулювання у сфері туризму та організації взаємодії супутніх галузей, що забезпечують комплексний розвиток туристичної індустрії як міжгалузевих кластерів. Також необхідно покращити рівень матеріальної бази: створення мережі готелів, конгрес-центрів, орієнтованих проведення форумів, з'їздів, конференцій, зльотів.

## **2.2. Основні проблеми формування кластеру туристсько-рекреаційного регіону**

Для визначення основних проблем, що перешкоджають формуванню кластеру туристсько-рекреаційного комплексу Житомирського регіону слід здійснити SWOT аналіз туристичної галузі області (табл. 2.1.)

Таблиця 3.1.

<b>SWOT-аналіз туристичної галузі в Житомирській області</b>	
<b>Сильні сторони</b>	<b>Слабкі сторони</b>
1. Багата історична спадщина 2. Мальовнича лісиста місцевість та розмаїття ландшафту 3. Доброзичливе населення 4. Унікальна специфіка звичаїв та традицій Полісся 5. Значна фольклорна спадщина 6. Велика кількість пам'яток часів Великої Вітчизняної Війни 7. Значна кількість видатних житомирян.	1. Низький рівень туристського маркетингу регіону та відсутність сформованого цілісного бренду області 2. Низький рівень сервісу; 3. Відсутність «лакшері» сегменту та незначний розвиток нетрадиційних видів туризму 4. Негативне ставлення значної частини населення до внутрішнього туризму 5. Висока вартість обслуговування 6. Негативні наслідки аварії на ЧАЕС 7. Незначна кількість туристських атракцій
<b>Можливості</b>	<b>Загрози</b>
1. Через область (та м. Житомир зокрема) проходить дорога загальноукраїнського значення Київ-Чоп 2. Розширення асортименту туристських послуг 3. Розроблення нових видів туризму 4. Кліматичні та природні особливості	1. Політична нестабільність 2. Негативний імідж регіону у ЗМІ 3. Економічна криза в країні 4. Зниження купівельної спроможності населення 5. Інфляція 6. Відтік кваліфікованої робочої сили

Джерело: [28]

Враховуючи проведений аналіз туристських особливостей Житомирщини, можемо зробити висновок про наявний потужний потенціал для подальшого заохочення туристів та розвитку даної сфери. Але на сьогодні Житомирська область не належить до лідерів за показниками туризму серед областей України. Недостатня увага до розвитку туристичного іміджу регіону призвела до того, що він є одним з найменш популярних у країні [28]. Тобто є ряд проблем, що гальмують процес формування кластеру:

- відсутність професійних туристських кадрів, здатних розуміти всі переваги та вигоди від подібної форми кооперації;
- низька сприйнятливність керівних працівників до інновацій;
- недостатність практики стратегічного планування туристичної діяльності на основі державно-приватного партнерства;
- проблеми з регіональною інфраструктурою і транспортною доступністю регіонів регіону;
- досить тривалий період «запуску» туристичного кластера (в середньому близько 3 років).

Але в сьогоднішній день, до зазначених перешкод слід віднести і сучасний воєнний стан в країні, який повністю закритий всі шляхи розвитку економіки країни, особливо становлення кластерів туристсько-рекреаційних комплексів в регіонах.

### РОЗДІЛ 3.

## РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В ОРГАНАХ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

### 3.1. Концепція кластерного розвитку туристсько-рекреаційного комплексу Житомирського регіону

Проведене нами дослідження показало, що в рамках кластерного підходу у різних регіонах використовуються різні механізми, форми та інструменти реалізації рекреаційної політики. На основі систематизації наявних підходів ми обґрунтували методологію формування туристсько-рекреаційного кластера регіону(рис. 1).



Рис. 3.1. Методологія кластерного розвитку туристично-рекреаційного комплексу Житомирського регіону

Джерело: розроблено автором [5, 6, 13]



Разом про те кластерна методологія управління розвитком туристсько-рекреаційним комплексом регіону поки що перебуває у стадії формування, а наявні у теорії та застосовувані на практиці державного регулювання країни підходи нерідко суперечать друг другу.

Перший блок «Концепт кластерного розвитку національної економіки» включає Концепцію довгострокового соціально-економічного розвитку України, законодавчі акти, що регламентують формування кластерної політики регулювання, що визначає загальні цілі та завдання, напрями діяльності держави та бізнесу щодо формування конкурентоспроможних кластерів, а також Стратегію розвитку туризму та курортів України на 2019-2026 рр. [27].

Другий блок «Концепт стратегічного розвитку регіональної економіки» містить стратегію соціально-економічного розвитку регіону, націлену на підвищення якості життя населення та стратегічну конкурентоспроможність регіону, стратегію розвитку туристично-рекреаційного комплексу регіону, а також інституційно-правовий, організаційно-управлінський та фінансово-економічний механізми реалізації. При накладенні двох блоків повинні формуватися проєктовані склад і структура, стратегічні альтернативи та особливості формування туристично-рекреаційного кластеру конкретного регіону.

### **3.2. Стратегія формування кластеру туристсько-рекреаційного комплексу регіону**

Ми пропонуємо модель стратегії формування кластерного розвитку туристсько-рекреаційного комплексу в умовах формування стратегії розвитку Житомирського регіону. Вона містить кластерний аналіз, місію та ключові цілі розвитку туристсько-рекреаційного комплексу регіону, програми формування туристично-рекреаційного кластеру, ресурсне забезпечення, організаційно-економічний механізм реалізації стратегії та оцінку ефектів формування туристсько- рекреаційного кластеру (рис. 3.2.)

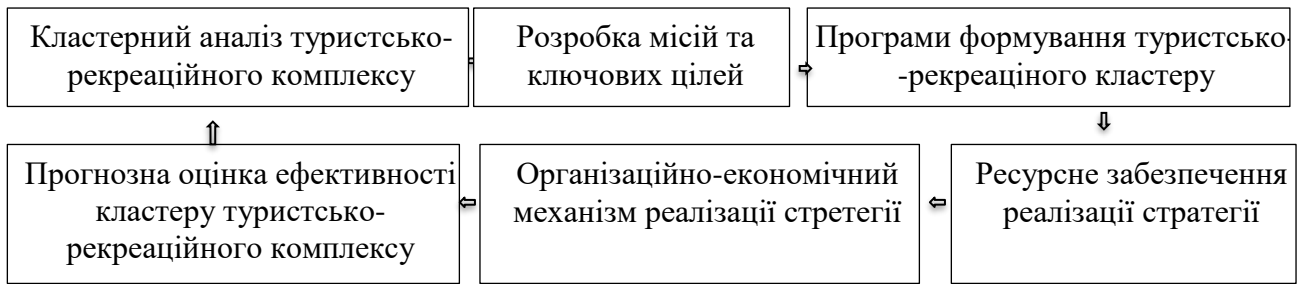


Рис. 3.2. Етапи стратегії формування кластеру туристсько-рекреаційного комплексу Житомирського регіону

У роботі сформульовані 1) місія запропонованого до створення кластера, яка на думку автора, полягає у вирішенні триєдиного завдання: підвищення конкурентоспроможності туристсько-рекреаційного комплексу регіону; створення сприятливого підприємницького та інвестиційного клімату; формуванні умов для швидкого та сталого розвитку регіону (підвищення рівня життя населення, зайнятості населення тощо); 2) стратегічний задум створення туристсько-рекреаційного кластера відбиває його розуміння як основи формування центру міжнародного туризму та рекреації на півночі країни; відправної точки переходу економіки регіону на якісно новий рівень розвитку; механізму конкурентної територіальної організації економіки регіону; 3) принципи функціонування кластера, до яких віднесено: відповідність національним пріоритетам у сфері розвитку туризму; відповідність стратегічним цілям розвитку регіону; збереження Поліських територій регіону через цивілізовані та інноваційні форми туристичної та рекреаційної діяльності; комплексність та доступність товарів та послуг кластеру для всіх верств населення країни.

Для досягнення поставленої мети необхідна розробка програм формування кластеру туристсько-рекреаційного комплексу, які, на нашу думку, є сценарієм штучного створення кластеру в регіоні та полягають у реалізації програмних заходів, що послідовно реалізуються в ході п'яти основних стадій створення кластеру: 1) програми з виявлення потенційних учасників туристсько-рекреаційного кластеру та їх мотивація до початку

співробітництва у рамках мережевої взаємодії; 2) розробка загальної кластерної стратегії; 3) розробка приватно-державних пілотних проектів; 4) розробка стратегічних міжнародних проектів; 5) стадія саморегуляції. При цьому показано, що ці програми передбачають підтримку реалізації кластерних ініціатив на різних рівнях державної влади за допомогою таких інструментів, як підвищення конкурентоспроможності компаній кластера на зовнішніх ринках, розвиток співпраці всередині кластера та підвищення якості бізнес-оточення для розвитку кластера.

Обґрунтовано, що формування та розвиток кластеру туристсько-рекреаційного комплексу всіляко підтримується державою та місцевою владою, насамперед тому, що їх розвиток сприяє збільшенню кількості нових робочих місць і доходів до бюджетів усіх рівнів, сприяє середовому розвитку міст, передбачає екосоціальний розвиток регіону (табл. 3.1.).

Таблиця 3.1.

## Вплив туристичних кластерів на регіональний розвиток

<b>ВПЛИВ НА ГОЛОВНІ СФЕРИ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ</b>		
<b>Економічна</b>	<b>Соціально-культурна</b>	<b>Еколого-природна</b>
Диверсифікація діяльності підприємств регіону; розширення ринків для місцевих товарів та послуг.	Запобігання міграції, особливо у віддалених гірських та сільських районах.	Створення передумов сталого розвитку регіону з урахуванням раціонального природокористування
Розвиток інфраструктури регіональної економіки: страхування, банківський сектор, транспорт, обслуговування.	Розвиток культурної (концертно-театральної, виставкової та ін.) та спортивної сфер регіону.	Розвиток екологічно чистих сільського господарства та переробних виробництв.
Підвищення інноваційної активності підприємств, розвиток науки та освіти.	Внесок у розвиток національної культури, місцевих традицій та збереження пам'яток культури.	Збереження пам'яток природи та унікальних природних об'єктів.
Розширення участі у міжрегіональному та міжнародному поділі праці.	Підтримка традиційних форм господарювання та народних промислів	Розвиток народної медицини, фототерапії, акватерапіїдр
Зростання зайнятості місцевого населення та доходів до бюджетів усіх рівнів.	Середовище розвитку регіону	Підтримка досліджень з охорони навколишнього середовища

Джерело: розроблено автором [10, 12, 13]

## ВИСНОВКИ

Отже, дослідивши тему кластерний розвиток туристсько-рекреаційного комплексу в умовах формування стратегії розвитку регіону: на прикладі Житомирської області слід здійснити наступні висновки:

- Уточнено економічний зміст регіонального кластеру як спонтанно виниклої або планомірно створеної мережі виробничих, науково-дослідних, освітніх та сервісних організацій різної форми власності, галузевої приналежності та розмірів, пов'язаних ринкових інститутів та споживачів, географічно сконцентрованих в одному або кількох регіонах, що взаємодіють один з одним в рамках єдиного ланцюжка створення вартості; обґрунтовано, що кластерні мережеві взаємодії ведуть до синергетичних ефектів, посилюючи конкурентні переваги як окремих компаній кластера, так і регіональної економіки в цілому.

- Опрацьовано трактування кластер туристсько-рекреаційного комплексу регіону як групи географічно локалізованих взаємопов'язаних компаній, постачальників спеціалізованих послуг, інфраструктури, освітніх центрів, органів державної влади та інших організацій, що взаємодоповнюють один одного і орієнтованих на досягнення двоєдиної мети: 1) задоволення суспільних потреб, лікування та інші форми рекреації засобами туристично-рекреаційної діяльності; 2) формування конкурентоспроможного сектора економіки, що сприяє зростанню якості життя населення та соціально-економічному розвитку рекреаційного регіону.

- Досліджено зарубіжний досвід функціонування кластерів за різними напрямками, особливо, слід виділити *три основні світових «центри»* кластерного розвитку, а саме: Північноамериканський, Європейський та Азіатський регіони. В кожному із них є своя система комунікацій, специфіка та методологія досліджень та отримання ефективності від зазначеної діяльності в сучасній регіональній економіці.

- Розроблено кластерну методологію управління розвитком туристичного

рекреаційного комплексу регіону, що містить у собі два блоки: з одного боку, Концепцію довгострокового соціально-економічного розвитку країни, державну кластерну політику, а також Стратегію розвитку туризму та курортів в Україні; з іншого, - стратегію соціально-економічного розвитку регіону, включаючи стратегії кластерного розвитку туристично-рекреаційного комплексу суб'єктів, а також інституційно-правовий, адміністративно-організаційний та фінансово-економічний механізми реалізації стратегій;

- Обґрунтовано послідовність етапів розробки та реалізації концепції формування та розвитку туристично-рекреаційного кластера регіону, включаючи науково-методологічні передумови, цілі та форми реалізації концепції, напрямки сприяння розвитку кластеру, регіональний брендинг, просування кластера на національному та міжнародному ринках.

- Досліджено та опрацьовано основні впливи туристичних кластерів на регіональний розвиток, що виражається в економічному, соціально-культурному та еколого-природному впливі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Горетов І.М. Перспективи реалізації кластерних ініціатив у регіонах. *Регіональна економіка: теорія та практика*. 2009. № 12. С. 54-57.
2. Мосейко В.О., Фесенко В.В. Виявлення регіональних кластерів: методологічні підходи. *Регіональна економіка: теорія та практика*. 2008. № 7. С. 58-64.
3. Швець Ю.Ю. Влияние процессов управления и самоорганизации на функционирование и развитие кластера. *Актуальні проблеми економіки*. 2011. № 9 (123). С. 164-169.
4. Портер М. Конкуренція. М: Вид. будинок "Вільямс", 2006.
5. 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, 2019р.– С.26-29.
6. Дунец А.Н. Пространственная организация туризма в регионе: теоритические основы кластерного подхода. *Современные проблемы сервиса и туризма*. 2011. № 1. С.37-44.
7. Ноздрін В.В. Інноваційне середовище: зміст, сутність, базові принципи. *Актуальні питання економічних наук*. 2011. №21. С.137-141.
8. Світовий атлас даних URL: <https://ru.knoema.com/atlas> (дата звернення 12.01.2023).
9. World Travel and Tourism Council URL: <https://wttc.org/news-article/urgent-appeal-to-international-community-to-support-african-travel-and-tourism-sector>(дата звернення 13.01.2023)
10. Власкін, Г.А, Ленчук, Є.Б. Кластерний підхід у стратегії інноваційного розвитку зарубіжних країн. URL: <http://instituciones.com/strategies/1928> (дата звернення 13.01.2023)
11. Декларація тисячоліття ООН URL: [http://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/summitdecl.shtml](http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/summitdecl.shtml) (дата

звернення 13.01.2023).

12. Концепція створення кластерів в Україні від 29.08.2008 р. (проект). Мво економіки України. URL: [https://www.ligazakon.ua/news\\_old/ga012109.html](https://www.ligazakon.ua/news_old/ga012109.html)

13. Ялов Д.А. Кластерний підхід як технологія управління регіональним економічним розвитком. Компас промислової реструктуризації. URL: <http://compass-r.ru/st-3-03-1.htm>.

14. Обласна цільова програма розвитку туризму в житомирській області на 2021-2023 роки URL: <https://cutt.ly/p21gNVS>

15. Проект концепції Національної стратегії формування та розвитку транскордонних кластерів. Офіц. сайт М-ва регіон. розвитку, буд-ва та житл. комун. господарства. <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vra46661-09#Text>.

16. Ільчук В. П. Формування кластерів, як засіб підвищення конкурентоспроможності економіки регіону. *Проблеми формування нової економіки XXI века : матеріали 1-й Междунар. науч.-практ. конф.*, 17-19 дек. 2008 г.

17. Розвиток кластерів: сутність, актуальні підходи, зарубіжний досвід .Авт.-упоряд. С. Ф. Пятінкін, Т. П. Бикова. - Мінськ: Тесей, 2008. - 72 с.

18. Тур пам'ятки Житомирської області. URL: <https://ua.igotoworld.com/> (дата звернення: 16.01.2023).

19. Гуренко А. В. Роль та місце ринкової інфраструктури у формуванні кластерів. *Часопис економічних реформ. Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля*. 2013. №1(9). С. 5-11.

20. Ільчук В.П. Кластерна стратегія розвитку економіки регіону : монографія. Чернігів : Чернігівський державний технологічний університет, 2013. 367 с.

21. Яшева Р. Кластерний підхід. *Нові методи підвищення ефективності та конкурентоспроможності АПК. Білорусь. думка*. 2008. Вип. 9. С. 72-78.

22. Стеченко Д.М. Передумови і напрямки формування туристичного ринку України. *Туризм: теорія і практика*. 2005. №1. С.5-11.

23. Борисюк О.А. Географічний регіон як об'єкт туристичного

маркетингу. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Географія*. 2019. Вип. 4 (74). С. 23- 31.

24. Ортіна Г.В. Кластеризація як напрям реалізації антикризової стратегії розвитку реального сектора економіки. *Економічний нобелівський вісник. Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*. 2014. №1(7). С. 337-342.

25. Кирилов Ю.Є. Кластери як інструмент підвищення конкурентоспроможності національної економіки в умовах глобалізації. *Ефективна економіка. Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет*. 2013. №12. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2608>

26. Присяжнюк А.Ю. Інституційний розвиток економічної системи в контексті кластеризації. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2014. №5. С. 14-21.

27. Про затвердження плану заходів з реалізації Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року у 2019 році : Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 5 березня 2019 року № 346. URL : <https://ips.ligazakon.net/document/ME190300>.

28. Балковська В.В. сучасний стан та перспективи подальшого розвитку туристичного ринку Житомирської області. *Економіка та управління підприємствами*. № 18. 2017р. С. 65-68.