

УДК 338.48-025.27

М. М. Ігнатенко,

д. е. н., професор, завідувач кафедри економіки,

Університет Григорія Сковороди в Переяславі

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-8626-4624>

Л. Ю. Леваєва,

к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки,

Університет Григорія Сковороди в Переяславі

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-9569-585X>

О. І. Антонов,

аспірант, Університет Григорія Сковороди в Переяславі

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9884-1697>

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.14.22

КЛАСТЕРНА МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ІНТЕГРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

M. Ihnatenko,

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Economics, Hryhorii Skovoroda University of Pereiaslav

L. Levieva,

PhD in Economics, Associate Professor,

Associate Professor of the Department of Economics, Hryhorii Skovoroda University of Pereiaslav

O. Antonov,

PhD student, Hryhorii Skovoroda University of Pereiaslav

CLUSTER MODEL OF ORGANIZATION AND INTEGRATION OF RURAL GREEN TOURISM ENTERPRISES

У статті розглядаються актуальні проблеми створення кластерних моделей організації та інтеграції підприємств сільського зеленого туризму. Її метою визначено виявлення змісту, особливостей, переваг та ризиків кластерів у сільському зеленому туризмі. Також були проаналізовані причини повільного впровадження кластерів на селі (погана обізнаність сільських підприємців та побоювання втратити власний бізнес; недостатнє нормативно-законодавче забезпечення; обмежені можливості державної й місцевої підтримки; невеликий практичний досвід або ж його невдачі спроби. До переваг кластерів віднесено консолідацію наявних ресурсів; зменшення транзакційних витрат; збільшення конкурентних переваг при збереженні внутрішньої конкуренції; підвищення стійкості, ефективності й конкурентоспроможності туристичного бізнесу. Їх доповнюють соціальні й екологічні ефекти — зростання комунікацій та співпраці сільських територіальних громад; взаємопідтримка і допомога; зменшення навантаження на довкілля завдяки раціональному використанню місцевих умов та ресурсів. Також вказано на інноваційні та інвестиційні переваги кластерних моделей у сільському зеленому туризмі. Обґрунтовано необхідні пріоритетні заходи щодо активізації впровадження кластерів сільських туристичних підприємств. Серед них знайомство підприємців та менеджерів і фахівців з успішною практикою функціонування кластерних моделей, у т.ч. за кордоном; формування сприятливого інституційного, інформаційного та комунікаційного середовища; виявлення потенційно можливих кластерів й рекомендації щодо їх створення представниками науково-дослідних установ, місцевих адміністрацій, громадських організацій.

The article deals with the actual problems of creating cluster models of organization and integration of rural green tourism enterprises. Its purpose is to identify the content, features, benefits and risks of clusters in rural green tourism. The reasons for the slow implementation of clusters in rural areas were also analyzed (poor awareness of rural entrepreneurs and fears of losing their own business; insufficient regulatory and legislative support; limited opportunities for state and local support; little practical experience or unsuccessful attempts to do so). The advantages of clusters include consolidation of available resources; reduction of transaction costs; increased competitive advantage while maintaining internal competition; and increased sustainability, efficiency, and competitiveness of the tourism business. These are complemented by social and environmental effects, such as increased communication and cooperation between rural communities; mutual support and assistance; and reduced environmental impact through the rational use of local conditions and resources. The innovative and investment advantages of cluster models in rural green tourism are also pointed out. The necessary priority measures to enhance the implementation of clusters of rural tourism enterprises are substantiated. These include familiarization of entrepreneurs and managers and specialists with the successful practice of cluster models, including abroad; formation of a favorable institutional, information and communication environment; identification of potential clusters and recommendations for their creation by representatives of research institutions, local administrations, and public organizations. The implementation of the cluster model of rural green tourism organization requires the formation of adequate support institutions. These may include regional and local tourism development agencies established both with state support and in the form of mixed partnerships and non-profit organizations. It is advisable to develop a methodology for identifying potential clusters, evaluating the effectiveness of their activities and statistical observation to reflect the cluster structure and objective indicators of cluster development of tourism activities.

Ключові слова: підприємства сільського зеленого туризму, кластерні моделі, сільські території, депресивність, подолання, конкурентоспроможність, ефективність, об'єднання ресурсів, раціональне використання, інновації, соціальні ефекти.

Key words: rural green tourism enterprises, cluster models, rural areas, depression, overcoming, competitiveness, efficiency, resource pooling, rational use, innovation, social effects.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Як свідчать теоретичні розробки й практичний досвід, малі та середні підприємства сільського зеленого туризму, якщо працюватимуть поодиноко, ніколи не досягнуть тих економічних успіхів і тих конкурентних переваг, яких досягають їх кластери, об'єднання та подібні інтегровані утворення. Це треба враховувати й на вітчизняному ринку сільського зеленого туризму. Відомо, що кластери у туризмі, сільському господарстві й переробці його продукції, дають можливість об'єднати ресурси для вирішення проблем сільських територій, ефективного та раціонального використання капіталу в умовах обмеженості обігових коштів та низької інвестиційної активності на селі. Тому їх всебічне дослідження є актуальним та значимим.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Необхідно зазначити, що питання розвитку підприємств сільського зеленого туризму є предметом досліджень багатьох зарубіжних та

вітчизняних науковців. Так, проблеми ресурсного забезпечення цього виду діяльності, його соціальної та екологічної значимості вивчали М. Ігнатенко, А. Мармоль, О. Сарапіна. Розміщення туристичних підприємств було предметом досліджень О. Бейдика, О. Марченко. Розвиток підприємств сільського зеленого туризму та його вплив на розвиток сільських територій, зайнятість населення досліджувала І. Романюк. Інститути туристичної діяльності обґрунтовував В. Яровий. Проте питання організації та інтеграції підприємств сільського зеленого туризму на засадах створення кластерів потребують подальших розробок.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є визначення змісту, виявлення ризиків і вузьких місць у формуванні кластерної моделі організації діяльності підприємств сільського зеленого туризму, встановлення їх конкурентних переваг і обґрунтування пріоритетних заходів щодо впровадження кластерів на перспективу.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Кластери визначаються як взаємовигідне функціонування в єдиній відкритій організаційно-економічній системі компактно розміщених та взаємопов'язаних підприємств і організацій з виробництва тих або інших продуктів та надання послуг. Учасники кластеру спільно використовують умови і ресурси території свого розміщення і, що особливо важливо для сільського зеленого туризму, наявні соціальні зв'язки й комунікації для реклами й поширення. Це сприяє раціональному використанню наявних засобів, підвищенню якості та збільшенню масштабів діяльності.

З практичної точки зору, кластери визначають напрями та високі темпи впровадження інновацій і, тим самим, створюють умови для майбутнього економічного зростання [1—4]. Для практики важливо також, що теорія кластерів тісно пов'язана з концепціями конкурентних переваг, конкурентоспроможності, стало-го та інноваційного розвитку, розвитку сільських територій. Від поєднання інструментів вказаних концепцій можна здобути ще більші синергетичні ефекти у процесі використання кластерних моделей організації туристичного бізнесу на селі.

Відомо, що інновації, це, по-перше, ризик, тому навіть залучення найновіших методик вивчення та впровадження інновацій можуть закінчитись для підприємця-новатора комерційною невдачею. Саме через це є необхідність створювати сукупність, зокрема, сільського інноваційного туристичного підприємництва, сконцентрованого в певний період часу в певному економічному середовищі. Мова йде про об'єднання різних організацій (туристичних, аграрних, транспортних, промислових підприємств і організацій, науково-дослідних установ, громадських організацій).

Вони дозволяють використовувати переваги двох способів координації діяльності учасників кластеру як соціально-економічної системи [5, с. 74]. З однієї сторони — це внутрішньо-організаційна ієрархія управління, з іншої — чинники попиту й пропозиції туристичного ринку для швидкого й ефективного розподілу й використання наявних ресурсів та умов (ринкової ніші, рівня конкурентоспроможності тощо), а також нових знань, інновацій та окремих винаходів. У цьому разі йдеться про розповсюдження інновацій по мережі взаємозв'язків у територіальному галузевому економічному середовищі. Крім того, різноманітність різних джерел ресурсів і технологій

стає передумовою швидкого впровадження будь-якої інновації у туристичних підприємствах на рівні сільських територій.

На нашу думку, інноваційні пріоритети та науково-дослідні розробки механізмів підвищення якості й конкурентоспроможності процесів надання туристичних послуг означають перетворення окремих бізнес-одиниць у відповідні соціально (виробничо)-економічні організаційно-правові групи з метою забезпечення високого рівня привабливості й доступності для споживачів туристичних послуг на селі, а також їх інвестиційної привабливості. Це ще раз переконує у тому, що застосування кластерного підходу має потенціал стати одним з важливих напрямів розвитку сільських територій.

Об'єднання туристичних підприємств у кластер як чітку систему розповсюдження знань і технологій дає змогу впроваджувати швидкі зміни, оновлювати техніку, технології, організацію та управління за рахунок їх гнучкості та збільшених обсягів ресурсів і конкурентних переваг [6]. У туристичному кластері (коли витрати розподіляються між його учасниками) нижча ціна експерименту, чіткіше бачення та ясніше розуміння ринку, кращі умови доступу до інформації та кращі можливості її аналізу. Позитивною рисою кластерної моделі функціонування підприємств сільського зеленого туризму є зростання продуктивності підприємств у тій місцевості, де створено кластер; зайнятості населення та добробуту.

Позитивним ефектом розвитку кластерів як форми організації продуктивних сил у туризмі на селі, є поліпшення зв'язків між державними, муніципальними і громадськими організаціями, створення нового бізнесу у вільних сегментах ринку, відновлення спільних інтересів різних соціальних груп, підвищення впливовості некомерційних організацій і соціальних комунікацій у процесі сталого та конкурентоспроможного розвитку. В сільській економіці повинні бути представлені кластери, а не лише ізольовані підприємства.

Важливе значення має наявний соціальний аспект функціонування туристичних кластерів — це почуття єдності, співпраці людей, зайнятих у процесі туристичного бізнесу, подолання ними відчуття взаємної недовіри, зайвої конкуренції, цілком реальна надія на розв'язання соціальних проблем села, зокрема, за рахунок спільних зусиль. До потенційних можливостей кластерної моделі слід віднести скорочення собівартості окремих видів промислової й продовольчої продукції, туристичних та

інших (транспортних, житлових, розважальних) видів послуг, збільшення обсягів їх виробництва, диверсифікація економіки загалом.

Цінність туристичного кластеру полягає не стільки в комплексності, скільки, по-перше, у наявності внутрішнього конкурентного середовища, оскільки він не є вертикально-інтегрованою компанією, а по-друге, — в наявності у нього сильних конкурентних позицій, здатних забезпечити конкурентоспроможність туристичних послуг та продуктів навіть на глобальному та європейському ринках. Національні економіки, в яких відсутні туристичні кластери, можуть виявитися не досить конкурентоспроможними на глобальному ринку туристичних послуг у довгостроковій перспективі [7, с. 49]. У туристичному кластері просторова близькість туристичних підприємств та організацій розглядається як засіб, форма та місце накопичення критичної маси людського й фінансового капіталів; природного, наукового, інформаційного, інфраструктурного, інвестиційного й інноваційного потенціалів. Це сприяє також зменшенню депресивності та уникненню деградації сільських територій.

До туристичних кластерів сільських територій можуть входити підприємства з надання рекреаційно-туристичних послуг; постачальники спеціалізованих сервісних послуг; виробники супутніх послуг; спеціалізовані провайдери інфраструктури; організації, що забезпечують спеціальне навчання, збір інформації, проведення досліджень та надають технічну підтримку (такі як університети, курси перепідготовки та підвищення кваліфікації тощо); інфраструктурні агенції; фінансові та кредитні установи (банківські, кредитні спілки), що істотно впливають на функціонування кластеру. Деякі туристичні кластери включають торгові асоціації, кооперативи та інші спільні формування приватного сектору, які підтримують учасників кластеру. Можливі різноманітні варіанти їх структури і конфігурації.

Ядром регіонального туристичного кластеру найчастіше буває кілька потужних підприємств, навколо яких концентрується велика кількість малих і середніх підприємств, взаємодіючих і конкуруючих між собою. Ключовою особливістю кластерної форми туристичної діяльності є формування складної комбінації конкуренції та кооперації, які доповнюють одне одного в створенні сукупного інноваційного продукту на основі ефективного використання існуючих і нових ресурсів та інновацій, удосконалення форм і методів внутрішньомережевої організації і співпраці [8, с. 254]. Внут-

рішня взаємодія у споживанні продукту туристичного кластеру пов'язана з конкуренцією, тоді як взаємодія із зовнішніми споживачами кластеру, як правило, ґрунтується на кооперації з використанням спільного постачання та розподілу через раціональні логістичні ланцюги.

Використання кластерної моделі в управлінні розвитком підприємств сільського зеленого туризму забезпечує, таким чином, значні економічні переваги для місцевих органів управління, місцевого бізнесу, агроосель. В контексті системного управління завдяки впровадженню моделі туристичного кластеру збільшується кількість платників податків й оподаткованої бази, адже, на відміну від вертикальних корпорацій, центри управління малим і середнім бізнесом, що входить до складу кластерів, як правило, знаходяться на тій же території, що і сам бізнес.

Також впроваджується новий, зручніший інструмент партнерства для взаємодії органів місцевого самоврядування з бізнесом; збільшується кількість робочих місць та добробут населення. Це забезпечує виникнення умов для подальшої структурної перебудови місцевої економіки. Одночасно, зростає інвестиційна привабливість, підвищується соціальна, економічна й політична значимість регіону; покращується стан довкілля.

В контексті розвитку туристичного бізнесу сільських територій переваги кластерної моделі мають такі складові: знижуються трансакційні витрати; розширюються ресурсні можливості надання послуг споживачам та підвищення їх якості; зростає стійкість та капіталізація туристичного бізнесу. Тим самим формуються нові можливості для результативного виходу на європейські та глобальні ринки [9, с. 135]. Також активізується інноваційна діяльність, з'являються нові знання й проекти; вдосконалюється і модернізується ринкова інфраструктура; стимулюється малий бізнес.

У власне туристичних кластерах переваги полягають, насамперед, у покращенні внутрішніх зв'язків і взаємодій, що знаходять відображення у більш гарантованому збуті туристичного продукту; підвищенні доступності фінансових ресурсів; скороченні певних видів витрат (на маркетинг, рекламу, логістику, підвищення кваліфікації кадрів, науково-дослідні розробки); вільному обміні інформацією, знаннями. Зростає обмін та швидкість впровадження інновацій по всіх каналах виробників туристичного продукту, постачальників і споживачів. З'являються нові умови для конкуренції

й диверсифікації, розширення масштабів та меж кластеру.

Для створення туристичного кластеру необхідний базовий потенціал, який включає, зокрема, різні види ресурсів: наукові, освітні, інтелектуальні, кадрові, інформаційні, фінансові, матеріально-технічні, природні, а також досить потужні, успішно функціонуючі туристичні підприємства або агрооселі, здатні скласти ядро відповідного кластера. До того ж потрібні ринкові, інституціональні, структурні, організаційно-управлінські, інноваційні, суспільно-політичні передумови.

Вони відображають: наявність нормативно-правової бази; зацікавленість і здатність органів управління регіональним розвитком в кластеризації туризму й рекреації [10, с. 378]. Потрібна наявність стійкого попиту на туристичні продукти; наявність господарюючих суб'єктів, принципово зацікавлених у кластерній взаємодії. Важливими є можливості для коопераційних зв'язків між потенційними учасниками; інноваційних напрацювань. Також треба мати достатній рівень домагань ключових власників і топ-менеджерів; забезпеченість фахівцями; відповідний розвиток рекреаційно-туристичної інфраструктури; націленість і готовність відповідної освітньої системи; громадська усвідомленість необхідності впровадження кластерної моделі; бажання і досвід співпраці місцевих органів управління з туристичним бізнесом тощо.

Отже, туристичний кластер — це не просто сума взаємопов'язаних підприємств, мережна взаємодія всіх його елементів і процесів. Його створення, формування і функціонування завжди пов'язане з появою і проявом зростаючого ефекту, насамперед, синергетичного. Останній забезпечує кількісний і якісний ріст багатьох складових соціально-економічного розвитку, що, в свою чергу, сприяє підвищенню конкурентоспроможності економіки в цілому.

В туристичних підприємствах України існують значні проблеми та недоліки функціонування, які суттєво відрізняють вітчизняний туризм та туризм країн Європейського Союзу. Незважаючи на зростаючий інтерес у наукових колах та підприємницькому середовищі до нових мережних систем, альянсів, кластерів та пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності туристичних послуг як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, а також здійснену низку заходів, спрямованих на зростання конкурентних переваг її окремих регіонів та сфер економічної діяльності, кількість кластерів в Україні, на відміну від європейських

країн, збільшується повільно [11, с. 87]. Часто вони існують тільки у вигляді розробок, як от "Південні ворота України" на Херсонщині і не мають реального втілення на практиці саме через недовіру і низьку мотивацію учасників. Загалом, це обумовлено й низкою інших чинників, викликів та ризиків і загроз. Серед них великий вплив мають:

- відсутність нормативного визначення кластерів, їх видів, комплексу заходів щодо створення, в тому числі у прикордонних і транскордонних регіонах, на сільських територіях, сформованого інституційного середовища функціонування;

- відсутність достатнього інформаційного забезпечення підтримки функціонування кластерів серед пересічних громадян, підприємців та громадських організацій;

- недостатня зацікавленість малих та середніх підприємств об'єднуватись у великі виробничі та соціально-економічні мережі внаслідок невірної та неповної розуміння принципів і переваг діяльності кластерних об'єднань;

- невеликий досвід функціонування кластерів у країні — внаслідок недостатнього вивчення світового досвіду формування кластерної політики розвитку; участі держави в процесі підтримки та реалізації ініціатив створення кластерів; переваг та можливостей від участі в кластерах підприємств, громадських організацій та вищих навчальних закладів;

- відсутність інвесторів у зв'язку з низькою інвестиційною привабливістю та депресивністю сільських територій, ризиками окупності інвестицій;

- формальне існування вже створених кластерів, яке вказує через це на їх погану ефективність.

В діючому законодавстві України поняття "кластер" досі ще не знайшло свого відображення, хоча в підготовлених проектах стратегій розвитку регіонів та окремих сфер діяльності в національному масштабі це поняття вже використовується [12]. З точки зору діючого законодавства України в інноваційній сфері "кластер" підпадає під класифікацію "інноваційна структура". Порядок створення і функціонування інноваційних структур регламентується Постановою Кабінету міністрів України від 22.05.1996 р. № 549 "Про затвердження Положення про порядок створення і функціонування технопарків та інноваційних структур інших типів".

Згідно п. 2 цього документу, "інноваційна структура — це юридична особа будь якої

організаційно-правової форми, яка створена у відповідності з законодавством (вид А), або група юридичних осіб, яка діє на підставі договору про спільну діяльність без створення юридичної особи і без об'єднання вкладів її учасників (вид Б), з певними сферами діяльності і типом функціонування, орієнтованими на створення та впровадження наукоємної конкурентоспроможної продукції". У відповідності з п. 4 Порядку визначено, що ініціатором створення інноваційної структури можуть бути центральні та місцеві органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, підприємства, організації незалежно від форм власності.

З метою нормативного визначення поняття "кластер", формування інституційних передумов, активного впровадження кластерної моделі розвитку туристичних підприємств доцільно розробити методику визначення потенційних кластерів, оцінку ефективності їх діяльності та статистичного спостереження для відображення об'єктивних показників. Для того, щоб створювати і розвивати кластери в регіонах, потрібна активна кластерна політика, яка могла б забезпечувати зняття різних інституційних та інших перешкод з однієї сторони, і сприяти розширенню і зміцненню міжгалузевих і міжсекторальних зв'язків — з іншої.

Кластерна концепція організації підприємництва у галузі сільського зеленого туризму повинна стимулювати ініціативу бізнесу на сільському та місцевому рівнях [13, с. 202]. У такому випадку кластерна політика перетворюється на інструмент його регіонального розвитку. Можна виділити принаймні чотири напрями реалізації кластерної моделі, що відрізняються способами її здійснення: 1) стимулююча — коли уряд зводить зацікавлені сторони (наприклад, приватні підприємства та науково-дослідні установи, інвестиційні фонди тощо) й надає їм певну фінансову підтримку; 2) підтримуюча — означає значні інвестиції в інфраструктуру й інші важливі сфери (освіта, професійне навчання, маркетинг та ін.), що створюють сприятливе середовище для появи і розвитку кластерів; 3) директивна — передбачає впливові дії держави через програми трансформації економіки шляхом створення кластерів; 4) інтервенційна — коли уряд активно формує спеціалізацію кластерів за допомогою трансфертів, субсидій, стимулів і обмежувачів, а також контролює їх діяльність.

Здійснені визначення вказують про те, що у вітчизняних умовах можливе використання всіх чотирьох напрямів кластерної моделі з

домінуючими акцентами відповідно до специфічних особливостей (за структурою, рівнем спеціалізації і станом) підприємств сільського зеленого туризму того чи іншого регіону [14, с. 8]. Загалом, активна кластерна політика сприятиме формуванню різних типів кластерів — промислових, аграрних, технологічних, наукових, бізнес-послуг, комбінованих.

У теорії і практиці економіки підприємств обґрунтовується необхідність створення транспортних та житлово-комунальних кластерів. Актуальним напрямом кластерної політики в Україні є їх виявлення як таких, що вже склалися у практиці господарювання, і моніторинг на територіальному рівні. Йдеться про визначення структури, локалізації окремих ланок, спільного фінансування аналітичних досліджень перспектив розвитку, моніторингу та оцінки впливу на територію загалом і соціальну сферу та екологію зокрема.

Для підприємств сільського зеленого туризму важливе значення має формування комунікаційних майданчиків для потенційних учасників територіальних кластерів, у т.ч. за рахунок їх інтеграції в процес розробки та обговорення стратегій регіонального розвитку, сприяння обміну досвідом між регіонами з кластерних моделей у туризмі. Необхідним є сприяння консолідації учасників через асоціативні форми; реалізація програм сприяння виходу підприємств кластера на зовнішні ринки; проведення спільних маркетингових досліджень та рекламних заходів; реалізація освітньої політики, узгодженої з основними представниками кластеру як роботодавцями; забезпечення можливості комунікації і кооперації підприємств та освітніх установ.

Створення туристичних кластерів має спиратися на розвиток інформаційно-комунікаційної інфраструктури в регіонах, формування інституціонального середовища їх функціонування. Отже, рішення зазначених та інших супутніх завдань вимагає активної організаційної роботи, до участі в якій необхідно залучення органів управління, представників туристичного бізнесу, науки, освіти, різних категорій місцевого та регіонального співтовариства [15, с. 291].

Для успішної реалізації кластерної моделі органами місцевого самоврядування повинні бути взаємопов'язані та узгоджені стратегія розвитку окремих сільських територій та стратегії розвитку окремих кластерів. У нинішніх умовах має бути досягнуте узгодження між діловими та адміністративно-управлінськими елітами щодо доцільності створення та розвит-

ку туристичних кластерів. При цьому ролі і функції, які повинні виконувати органи самоврядування і бізнесові структури при формуванні і функціонуванні сільських туристичних кластерів, звичайно ж, будуть різними, але взаємодоповнюючими.

ВИСНОВКИ

Реалізація кластерної моделі організації сільського зеленого туризму вимагає формування адекватних інститутів сприяння. До їх числа можуть бути віднесені агенції регіонального та місцевого туристичного розвитку, створені як за державної підтримки, так і у формі змішаних товариств і некомерційних організацій. Доцільно розробити методiku визначення потенційних кластерів, оцінку ефективності їхньої діяльності та статистичного спостереження для відображення кластерної структури й об'єктивних показників кластерного розвитку туристичної діяльності.

Мова повинна йти також про необхідність дослідження можливої участі держави у формуванні кластерної моделі організації туризму, визначення чіткої позиції органів місцевого самоврядування в сфері пріоритетних напрямів його розвитку в умовах континентальної та глобальної конкуренції. Без державної підтримки кластери, що формуються на місцях, можуть не витримати конкуренції навіть на внутрішньому ринку туристичних послуг.

Література:

1. Матвійчук А.Ю., Васильчинко А.О., Дашук Ю.Є. Функціонування кластерів сільського туризму як інструмент розвитку регіонів України. Економічний форум. 2022. № 1. URL: http://e-forum.lntu.edu.ua/index.php/ekonomichnyy_forum/article/view/281/269 (дата звернення: 30.06.2023).
2. Мармуль А.О., Ігнатенко М.М., Сарапіна О.А. Соціально-економічний потенціал сільських територій як основа розвитку підприємств сільського зеленого туризму на засадах інноваційності. Економіка і менеджмент культури. № 2. 2016. С. 32—38.
3. Дидів І.Б. Підприємницькі засади розвитку агротуризму. Вісник Львівського національного аграрного університету: економіка АПК. Львів: Львівський національний аграрний університет, 2019. № 26. URL: http://www.lnau.edu.ua/lnau/attachments/7553_dis.pdf (дата звернення: 30.06.2023).
4. Ігнатенко М.М., Адамчик О.О. Підвищення конкурентоспроможності підприємств сільського зеленого туризму на засадах брен-

дингу та маркетингових стратегій. Агросвіт. 2020. № 11. С. 50—57.

5. Яровий В.Ф. Соціально-економічна ефективність функціонування підприємств сільського зеленого туризму та галузі туризму загалом. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2017. № 4 (40). С. 72—75.

6. Мальська М.П., Зінько Ю.А. Типи і моделі кластерів сільського туризму в Україні. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. 2018. Вип. 2. URL: <http://tourism.knukim.edu.ua/article/download/154397/159916> (дата звернення: 30.06.2023).

7. Мармуль А., Романюк І. Потенціал конкурентоспроможності підприємницької діяльності у галузі сільського зеленого туризму. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2017. № 1 (37). С. 47—50.

8. Ігнатенко М. М. Проблеми та перспективи розвитку сільського туризму в Україні. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С.З. Гжицького. Серія "Економічні науки". Т. 12, № 1 (43). Львів, 2010. С. 252—255.

9. Павлюк С. І. Перспективи розвитку зеленого туризму для регіонального туристичного ринку. Modern economics. 2021. № 26. С. 121—128.

10. Голод А. П., Іжевська О. П., Коркуна О. І. Кластерна модель розвитку індустрії гостинності регіону. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. Вип. 4 (21). С. 375—380.

11. Мармуль А.О., Пінчук Т.А. Організація та розвиток аграрного туризму в регіоні: монографія. Херсон: Айлант, 2009. 168 с.

12. Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження Положення про порядок створення і функціонування технопарків та інноваційних структур інших типів" від 22.05.1996 р. № 549. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/549-96-%D0%BF#Text> (дата звернення: 30.06.2023).

13. Смирнов І.Г., Любіцева О.О. Туристичний бізнес під час пандемії Covid19: світовий та український досвід. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. 2020. № 3 (2). С. 196—207.

14. Ihnatenko M. M., Romaniuk I. A., Yatsenko Ya. I. Support of projects and strategies for development of rural green tourism enterprises by local communities and the state. Економічний вісник університету. Вип. 51. 2021. С. 7—13.

15. Marchenko O., Marmul L., Pylypenko K., Velychko T. and Hranovska V. Financial and taxation aspects of tourism activities development. International Journal of Management (IJM). Vol. 11. Issue 3. 2020. Pp. 287—293.

References:

1. Matviychuk, L.Yu. Vasyl'chynko, A.O. and Dashchuk, Yu.Ye. (2022), "Functioning of rural tourism clusters as a tool for the development of regions of Ukraine", *Ekonomichnyy forum*, vol. 1, available at: http://e-forum.lntu.edu.ua/index.php/ekonomichnyy_forum/article/view/281/269 (Accessed 30 June 2023).

2. Marmul', L.O. Ihnatenko, M.M. and Sarapina, O.A. (2016), "Socio-economic potential of rural areas as a basis for the development of rural green tourism enterprises on the basis of innovation", *Ekonomika i menedzhment kul'tury*, vol. 2, pp. 32—38.

3. Dydiv, I.B. (2019), "Entrepreneurial principles of agritourism development", *Visnyk L'vivs'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu: ekonomika APK. L'viv: L'vivs'kyy natsional'nyy ahrarnyy universytet*, vol. 26, available at: http://www.lnau.edu.ua/lnau/attachments/7553_dis.pdf (Accessed 30 June 2023).

4. Ihnatenko, M.M. Adamchyk, O.O. (2020), "Increasing the competitiveness of rural green tourism enterprises on the basis of branding and marketing strategies", *Ahrosvit*, vol. 11, pp. 50—57.

5. Yarovyy, V.F. (2017), "Socio-economic efficiency of functioning of rural green tourism enterprises and the tourism industry in general", *Visnyk Berdyans'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, vol. 4 (40), pp. 72—75.

6. Mal's'ka, M.P. and Zin'ko, YU.A. (2018), "Types and models of rural tourism clusters in Ukraine", *Visnyk Kyivskoho natsional'noho universytetu kul'tury i mystetstv. Seriya: Turyzm*, vol. 2, available at: <http://tourism.knukim.edu.ua/article/download/154397/159916> (Accessed 30 June 2023).

7. Marmul', L. and Romaniuk, I. (2017), "Potential of competitiveness of entrepreneurial activity in the field of rural green tourism", *Visnyk Berdyans'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, vol. 1 (37), pp. 47—50.

8. Ihnatenko, M.M. (2010), "Problems and prospects of rural tourism development in Ukraine", *Naukovyy visnyk L'vivs'koho natsional'noho universytetu veterinarnoyi medytsyny ta biotekhnolohiy im. S.Z. Hzhys'koho. Seriya "Ekonomichni nauky"*, vol. 1 (43), pp. 252—255.

9. Pavlyuk, S.I. (2021), "Prospects for the development of green tourism for the regional tourism market", *Modern economics*, vol. 26, pp. 121—128.

10. Holod, A.P. Izhevs'ka, O.P. and Korkuna, O.I. (2019), "Cluster model of development of the hospitality industry in the region", *Skhidna*

Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnya, vol. 4 (21), pp. 375—380.

11. Marmul', L.O. Pinchuk, T.A. (2009), *Orhanizatsiya ta rozvytok ahrarnoho turyzmu v rehioni* [Organization and development of agrarian tourism in the region], Aylant, Kherson, Ukraine.

12. Cabinet of Ministers of Ukraine (1996), Resolution "On Approval of the Regulation on the Procedure for the Creation and Functioning of Technoparks and Other Types of Innovation Structures", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/549-96-%D0%BF#Text> (Accessed 30 June 2023).

13. Smyrnov, I.H. and Lyubitseva, O.O. (2020), "Tourist business during the Covid19 pandemic: world and Ukrainian experience", *Visnyk Kyivskoho natsional'noho universytetu kul'tury i mystetstv*, vol. 3 (2), pp. 196—207.

14. Ihnatenko, M.M. Romaniuk, I.A. and Yatsenko, Ya.I. (2021), "Support of projects and strategies for development of rural green tourism enterprises by local communities and the state", *Ekonomichnyy visnyk universytetu*, vol. 51, pp. 7—13.

15. Marchenko, O. Marmul, L. Pylypenko, K. Velychko, T. and Hranovska, V. (2020), "Financial and taxation aspects of tourism activities development", *International Journal of Management (IJM)*, vol. 11, Issue 3, pp. 287—293.

Стаття надійшла до редакції 05.07.2023 р.

<https://nayka.com.ua>

Електронне фахове видання

Ефективна
ЕКОНОМІКА

Виходить 12 разів на рік

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б») Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292

e-mail: economy_2008@ukr.net

viber: +38 050 3820663