

УДК 338.48:355.01(477)

DOI <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2023-2-7>

Корнус Олеся Григорівна

кандидат географічних наук, доцент,
завідувач кафедри загальної та регіональної географії,
Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка, м. Суми, Україна
ORCID ID: 0000-0001-7469-7291
Scopus Author ID: 57198491514
Web of Science Researcher ID: L-7902-2018

Пацюк Вікторія Сергіївна

кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та економіки,
Криворізький державний педагогічний університет, м. Кривий Ріг, Україна
ORCID ID: 0000-0002-0401-2573
Web of Science Researcher ID: E-4220-2019

Венгерська Наталя Сергіївна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів
та економіки міжнародного туризму,
Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна
ORCID ID: 0000-0001-8171-8206

ТУРИСТИЧНІ КЛАСТЕРИ У ПРИФРОНТОВИХ ГРОМАДАХ УКРАЇНИ

В Україні перед війною значна увага приділялася розвитку туризму шляхом активізації кластерної взаємодії. З початку повномасштабного російського вторгнення прифронтові регіони України понесли значні втрати туристичного потенціалу та руйнування туристичної інфраструктури. Вивчення перспектив створення та/або продовження функціонування туристичних кластерів у прифронтових громадах України (Запорізької, Дніпропетровської, Сумської, Харківської, Донецької областей) не було розкрито, що і визначило мету нашої статті. Дослідження особливостей функціонування туристичної сфери в прифронтових громадах Запорізької, Дніпропетровської, Сумської, Харківської та Донецької областей проводилося у рамках естонсько-українського науково-дослідницького проєкту «Розвиток українських прифронтових громад і туристичного бізнесу в умовах війни та стратегії на майбутнє» (29.12.2022-28.03.2023 роки). Основним методом дослідження було анкетування власників туристичного бізнесу, працівників закладів туристичної інфраструктури та атракцій, представників громадських організацій туристичного спрямування та виконавчої влади, яка координує туристичну діяльність на прифронтових територіях України. Загальна вибірка складала 144 особи з 5 регіонів України: Дніпропетровська – 45 (31,3%), Донецька – 18 (12,5%), Запорізька – 15 (10,4%), Сумська – 29 (20,1%), Харківська – 37 (25,7%) осіб. За результатами дослідження було встановлено, що одним із пріоритетних напрямів розвитку туризму є співпраця в рамках туристичних кластерів, яка, на думку респондентів, дасть можливість отримати кращий доступ до ресурсів, досягти переваг у маркетингу та у розробці туристичного продукту. Саме організація туристичних кластерів туризму має багато переваг, які полягають у інфраструктурному розвитку територій, збільшенні продуктивності виробництва, залученні інвестицій, стимулюванні інновацій тощо. Громади, розвиваючи туризм, мають можливості для зростання своїх доходів і збільшення бюджету, створення нових робочих місць, стимулювання попиту на їхню продукцію, популяризації культурної спадщини, реінкарнації в новому форматі та з новим іміджем.

Ключові слова: туристичні кластери, соціологічне опитування, перспективи розвитку, прифронтові громади, кластерна співпраця.

TOURIST CLUSTERS IN FRONTLINE COMMUNITIES OF UKRAINE

Kornus Olesia Hryhorivna

Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor,
Head of the Department of General and Regional Geography,
Sumy State Pedagogical University named after A.S. Makarenko, Sumy, Ukraine
ORCID ID: 0000-0001-7469-7291
Scopus Author ID: 57198491514
Web of Science Researcher ID: L-7902-2018

Patsiuk Viktoriia Serhiivna

Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Tourism and Economics,
Kryvyi Rih State Pedagogical University, Kryvyi Rih, Ukraine
ORCID ID: 0000-0002-0401-2573
Web of Science Researcher ID: E-4220-2019

Venherska Natalia Serhiivna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of International Economy, Natural Resources
and Economics of International Tourism,
Zaporizhzhia National University, Zaporizhzhia, Ukraine
ORCID ID: 0000-0001-8171-8206

In Ukraine, before the war, significant attention was paid to the development of tourism through the activation of cluster interaction. Since the beginning of the full-scale Russian invasion, the frontline regions of Ukraine have suffered significant losses in tourism potential and the destruction of tourism infrastructure. The study of the creation and/or continuation prospects of tourism clusters operation in the frontline communities of Ukraine (Zaporizhzhia, Dnipropetrovsk, Sumy, Kharkiv, Donetsk regions) was not disclosed, which determined the purpose of our article. The study of the tourism sphere functioning peculiarities in the front-line communities of Zaporizhzhia, Dnipropetrovsk, Sumy, Kharkiv and Donetsk regions was carried out within the framework of the Estonian-Ukrainian research project “Development of Ukrainian front-line communities and tourism business in war conditions and strategies for the future” (12/29/2012–03/28/2023). The main research method was a survey of tourism business owners, employees of tourist infrastructure and attractions, representatives of tourism-oriented public organizations and the executive power that coordinates tourism activities in the front-line territories of Ukraine. The total sample consisted of 144 people from 5 regions of Ukraine: Dnipropetrovsk – 45 (31.3%), Donetsk – 18 (12.5%), Zaporizhzhia – 15 (10.4%), Sumy – 29 (20.1%). Kharkiv – 37 (25.7%) people. According to the results of the research, it was established that one of the priority areas of tourism development is cooperation within tourist clusters, which, according to the respondents, will provide an opportunity to get better access to resources, achieve advantages in marketing and in the development of a tourist product. It is the organization of tourist clusters of tourism that has many advantages, which consist in the infrastructural development of territories, increase in production productivity, attraction of investments, stimulation of innovations, etc. Communities, developing tourism, have opportunities to increase their incomes and budget, create new jobs, stimulate demand for their products, popularize cultural heritage, reincarnate in a new format and with a new image.

Key words: *tourist clusters, sociological survey, development prospects, frontline communities, cluster cooperation.*

Постановка проблеми. У багатьох країнах світу туризм є одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки, що дає можливість наповнювати місцеві бюджети, створювати нові робочі місця, зберігати і рекламувати культурну спадщину тощо. До війни в Україні туризм мав значні перспективи. Український уряд, Державне агентство розвитку туризму як виконавчий орган і бізнес вклали значні ресурси

в те, щоб зробити його пріоритетним напрямом вітчизняної економіки. Відповідно, за останнє передвоєнне десятиліття туризм демонстрував широкий спектр форм та суттєвий територіальний розвиток.

Однак військова агресія фактично звела нанівець всі докладені зусилля і фактично повністю зупинила потік туристів із-за кордону. Негативні аспекти збройного протистояння проявилися не лише у відсутності туристів, а й в значному пошкодженні або руйнації культурної спадщини та об'єктів інфраструктури.

За даними [1] в Україні внаслідок повномасштабного російського нападу на кінець 2022 року зруйновано: 907 закладів культури, 168 спортивних закладів, 157 об'єктів туризму та 95 релігійних об'єктів. Загальна сума прямих задокументованих збитків, завдана інфраструктурі України оцінюється у \$137,8 млрд.

В Україні перед війною значна увага також приділялася розвитку туризму шляхом активізації кластерної взаємодії. Цьому сприяла розробка в 2020 році Проєкту національної програми кластерного розвитку до 2027 року [2], де аргументується необхідність прискорення кластерного розвитку та окреслені його головні засади й орієнтири. Також розроблена Державна стратегія регіонального розвитку [3], в якій окреслені завдання з використання етнонаціонального різноманіття регіону, розвитку нових видів туризму та створення нових туристичних локацій. Створення туристичних кластерів виділено і серед пріоритетних організаційно-інфраструктурних напрямів Стратегії розвитку туризму і курортів України до 2026 року [4].

Туристичні кластери можуть формуватися на основі об'єднання підприємств різних секторів економіки, що має дуже багато позитивних моментів, і перш за все – це соціально-економічний розвиток місцевих громад. З початку повномасштабного російського вторгнення значні втрати туристичного потенціалу та руйнування туристичної інфраструктури понесли прифронтові регіони України: Запорізька, Дніпропетровська,

Сумська, Харківська, Донецька, Луганська області. Однак, незважаючи на це, туристична сфера адаптується до нових змін. Одним з таких перспективних напрямів розвитку може стати створення та/або продовження функціонування туристичних кластерів. Слід зазначити, що кластерна політика широко поширена, а підтримка кластерів є ключовим інструментом економічного розвитку в Європі та в усьому світі [5]. Тому розгляд перспектив створення та/або продовження функціонування туристичних кластерів у прифронтових громадах є актуальним питанням сьогодення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

В Україні останнім часом з'явилися публікації щодо перспектив розвитку туризму після російсько-української війни. Ці питання проаналізовано у публікації Н. Барвінок та М. Барвінок [6]. Особливості розвитку туризму в повоєнний час описані у статті Н. Якименко-Терещенко зі співавторами [7]. Проблеми відновлення сфери туризму після завершення військових дій в Україні розкрито в статті О. Фастовець [8].

Вивчення особливостей функціонування туристичної сфери в прифронтових громадах Запорізької, Дніпропетровської, Сумської, Харківської та Донецької областей проводилося у рамках естонсько-українського науково-дослідницького проєкту «Розвиток українських прифронтових громад і туристичного бізнесу в умовах війни та стратегії на майбутнє» (29.12.2022-28.03.2023 роки). Авторами проєкту було проаналізовано зарубіжний досвід щодо розвитку туризму в умовах післявоєнного відновлення та розроблено науково-практичні рекомендації для прифронтових громад України (Запорізької, Дніпропетровської, Сумської, Харківської, Донецької областей) на основі соціологічного опитування представників туристичної сфери [9]. Окрім цього, розглянуто особливості довоєнного розвитку туризму, виявлено яким чином війна відобразилась на функціонуванні туристичного сектору, що дало можливість окреслити перспективи подальшого розвитку туристичної діяльності в зазначених регіонах.

[10]. Однак, вивчення перспектив створення та/або продовження функціонування туристичних кластерів у прифронтових громадах України (Запорізької, Дніпропетровської, Сумської, Харківської та Донецької областей) не було розкрито, що і визначило *мету* нашого дослідження.

Матеріали та методи. Матеріалом дослідження стали результати наукового проєкту [11]. У ході дослідження використовувалися такі методи, як соціологічне опитування, польове дослідження (case study), методи опису, порівняльний аналіз. Основним методом дослідження було проведення анкетування власників туристичного бізнесу, працівників закладів туристичної інфраструктури та атракцій, представників громадських організацій туристичного спрямування та виконавчої влади, яка координує туристичну діяльність на прифронтових територіях України. Загальна вибірка складала 144 особи з 5 регіонів України: Дніпропетровська – 45 (31,3%), Донецька – 18 (12,5%), Запорізька – 15 (10,4%), Сумська – 29 (20,1%), Харківська – 37 (25,7%) осіб. Соціологічне опитування проводилося методом онлайн-опитування та включало 25 запитань закритого та відкритого типу. Статистичну обробку результатів анкетування виконано за допомогою комп'ютерних пакетів аналізу даних Microsoft Excel 2019 та SPSS Statistics 21.0.

Результати. Загалом за класичним визначенням професора Гарвардської школи бізнесу М. Портера, кластери – це географічна концентрація взаємопов'язаних компаній та установ у певній галузі. Кластери охоплюють низку пов'язаних між собою галузей та інших суб'єктів, важливих для конкуренції. Вони включають, наприклад, постачальників спеціалізованих ресурсів, таких як компоненти, обладнання та послуги, а також постачальників спеціалізованої інфраструктури. Кластери також часто поширюються вниз за течією до каналів збуту та клієнтів, а також до виробників взаємодоповнюючих продуктів і компаній у галузях, пов'язаних між собою навичками, технологіями або спільними ресурсами. Нарешті, багато

кластерів включають державні та інші установи, такі як університети, установи, що встановлюють стандарти, аналітичні центри, заклади професійно-технічної освіти та торгові асоціації, які надають спеціалізовану підготовку, освіту, інформацію, дослідження та технічну підтримку [12].

Що ж до визначення безпосередньо туристичних кластерів, то ми орієнтувалися на визначення вітчизняних дослідників. Зокрема, Д. Басюк туристичний кластер трактує як неформальне об'єднання установ, організацій, фірм туристичного профілю, що розташовані на території туристичної дестинації або туристично-рекреаційного регіону з метою розробки, просування та продажу конкурентоспроможного туристичного продукту [13].

В. Гоблик пропонує наступне визначення «туристичний кластер – це добровільне об'єднання взаємодоповнюючих один одного підприємств різних форм власності матеріального і нематеріального виробництва, соціальної, туристичної та рекреаційної сфери, що тісно співпрацюють з науковими установами, громадськими організаціями та органами місцевої влади, для досягнення економічного ефекту від створення і реалізації конкурентоспроможного рекреаційно-туристичного продукту [14].

Доцільність використання кластерного підходу в організації туристичної галузі як одного зі стратегічних векторів державної регіональної політики України, особливо в період післякризового відновлення економіки держави та її регіонів розглядали О. Ольшанська та А. Мельник. Вчені зазначили, що формування кластерів у туристичній сфері може стати ефективним механізмом і засобом поєднання загальнодержавних, корпоративних та індивідуальних інтересів для досягнення кінцевого результату – активізації підприємницької діяльності, підвищенню конкурентоспроможності та зростанню економічного розвитку регіонів, забезпеченню гідного рівня та якості життя населення [15].

Група вітчизняних фахівців на чолі з Ю. Зінько, досліджуючи кластери туризму

як один з інструментів сталого сільського розвитку України, зазначали, що кластери і кластерні ініціативи у сільському туризмі України у більшості випадків знаходяться на початковій стадії свого розвитку. Тому важливим є дослідження концептуальних засад формування кластерів, їх структури та функціонування. У цьому контексті важливим є типізація існуючих кластерів сільського туризму за характером спеціалізації і продуктовою орієнтованістю. Для дослідницьких і практичних цілей актуальною є розробка моделей формування і оптимального функціонування цих кластерів [16].

Формування кластеру відбувається природним шляхом, але процес прискорення його розвитку потребує цілеспрямованих зусиль. А саме – запуск і розвиток кластерної ініціативи. Кластеру притаманні три обов'язкові характеристики [17]: 1) спеціалізація: *smart-specialization*, ідея; 2) мережа: взаємозв'язки, взаємодія; 3) географічна концентрація: місце, локація. Для розвитку кластерів потрібна «потрійна спіраль» (*Triple Helix*): бізнес; влада; академія (наука і освіта).

Доволі успішними туристичними кластерами України є: кластер Кам'янець-Подільського, Львівський Туристичний Альянс, «Оберіг», що об'єднав сільські господарства Хмельниччини, агро-еколого-рекреаційний кластер «Фрумушика-Нова» в Одеській області, «Мальовнича Бережанщина» в Тернопільській області, «Гоголівськими місцями Полтавщини», «Бойківські газди» та «Гостинна бойківська Долинщина» на Львівщині. Однак бачимо, що навіть в кращі часи в нинішніх прифронтових регіонах кластерні ініціативи не були сформовані у туристичний кластер в жодній з розглянутих областей.

О. Перепелюкова виокремлює переваги застосування кластерної моделі організації туристичної галузі в Україні:

– підвищення ефекту діяльності за рахунок масштабу, оскільки економічна ефективність спільної діяльності підприємств при об'єднанні буде вищою, ніж така ж сама ефективність у окремого суб'єкта господарювання;

– розширення інноваційної складової за рахунок використання міжфірмових інформаційних потоків;

– створення локального ринку праці, що дозволяє підвищувати кваліфікацію працівників, здійснювати їх обмін, стажування та інше;

– зменшення собівартості наданих послуг за рахунок спільного використання наявних ресурсів та відповідної туристичної інфраструктури, збільшення конкуруючих між собою постачальників та посередників на ринку;

– розвиток та розширення кооперації [18].

Г. Михайліченко зазначає, що у своїй багатоконпонентній основі туристичний кластер формує додатковий синергетичний та компліментарний актив завдяки:

- координації сумісних дій, посиленню обміну інформацією, досвідом, інноваційними технологіями, сумісному використанню обслуговуваних інфраструктурних об'єктів дестинації;

- підготовки та підвищення кваліфікації кадрів туристичного супроводу й обслуговування;

- стає можливим реальне порівняння роботи фірм-конкурентів, ефективності їхньої діяльності;

- наявності трудових ресурсів відповідної кваліфікації;

- застосування особливих режимів оподаткування, інвестування;

- правового регулювання, надання субвенцій [19].

Враховуючи те, що перед війною в Україні активно почав розвиватися туристичний сектор і створювалися туристичні кластери, одне з відкритих питань анкетування передбачало встановлення думки респондентів щодо організації туристичних кластерів у громадах та особливостях співпраці в рамках кластерного підходу. Як результат, 39,4% респондентів зазначили, що їх організація входить до туристичного кластеру, ще 23,9% бажають вступити до кластеру в майбутньому, 3,4% опитаних зазначили, що їм важко відповісти, а 33,3% – їхня організація не входить до туристичного кластеру (рис. 1).

Чи входить Ваша організація до туристичних кластерів (чи інших об'єднань) та як Ви співпрацюєте?

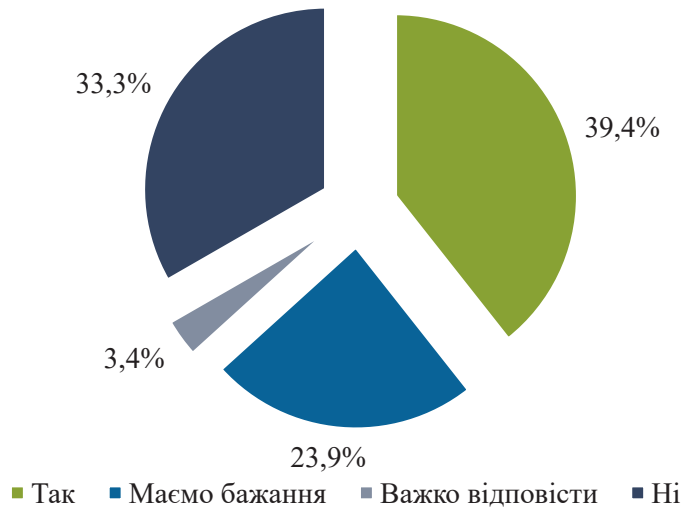


Рис. 1. Співпраця в туристичних кластерах

Які переваги у кластерній співпраці є для Вас найбільш важливими? (N=144)

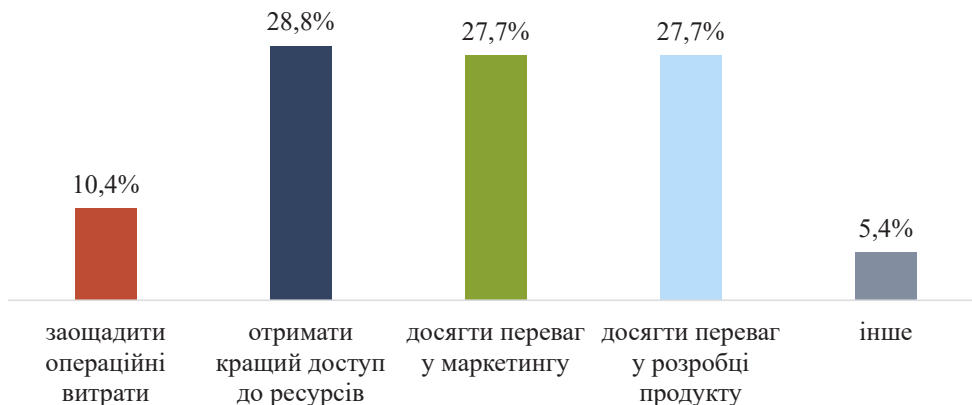


Рис. 2. Переваги у кластерній співпраці

На думку опитаних, важливими перевагами у кластерній співпраці є кращий доступ до ресурсів (28,8%); переваги у маркетингу та розробці продукту (по 27,7%), ще 10,4% респондентів визначили, що перевагою є заощадження операційних витрат (рис. 2).

При цьому відповіді представників міської і сільської місцевості були достатньо близькими: кращий доступ до ресурсів – 60,8% і 50% відповідно, переваги у маркетингу (58,8% і 46,9%), переваги у розробці продукту – 57,7% і 50% відповідно (рис. 3).

Для респондентів з Дніпропетровської області важливими перевагами у кластерній співпраці є переваги у маркетингу (30,3%), у розробці продукту (27,6%) та кращий доступ до ресурсів (23,7%); 9,2% опитаних визначили, що перевагою є заощадження операційних витрат. Крім того (варіант інше – 9,2%), респондентами були зазначені інші переваги кластерної співпраці: вплив на законодавців щодо редагування туристичних нормативних документів; вплив на громадську думку щодо формування інтересу до свого рідного краю;

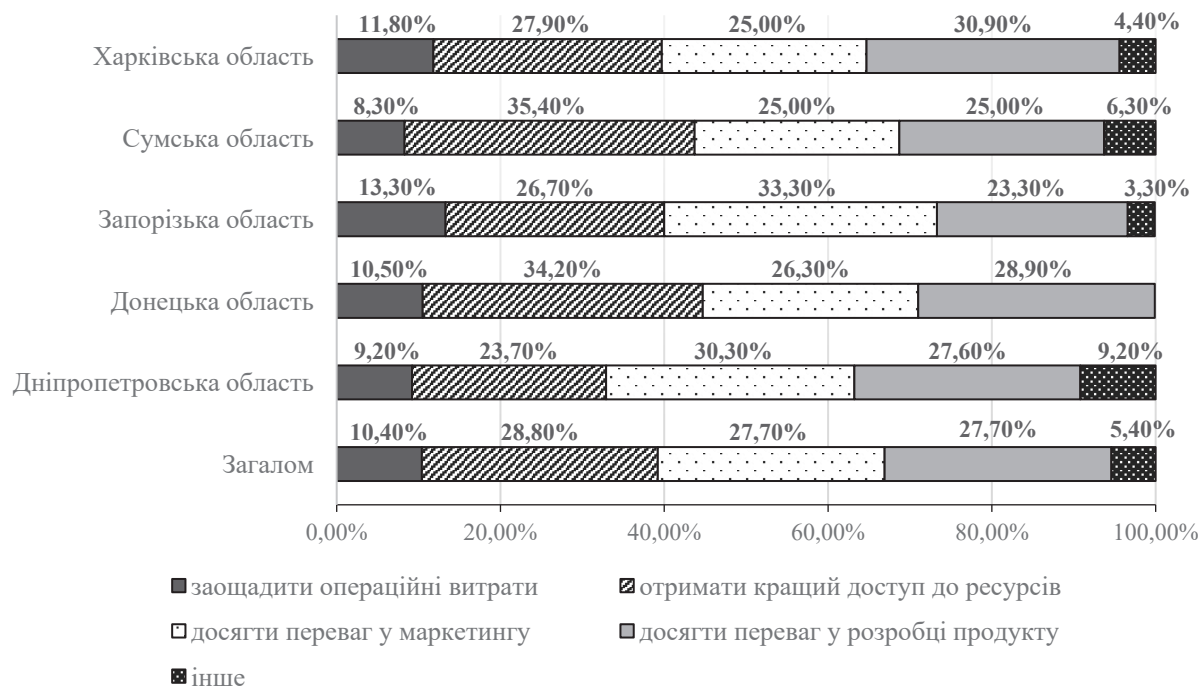


Рис. 3. Оцінка переваг кластерної співпраці в громадах прифронтових регіонів України

просування високого стандарту сервісу; спільно з іншими об'єктами створення туристичного продукту, забезпечення максимально широкого спектру послуг і розваг за рахунок залучення небайдужих й ініціативних мешканців громади; спільне залучення туроператорів, спільна промоція, спільні турпродукти, проекти; надання більшого спектру креативних послуг відвідувачам; спільна участь у розробці проектів розвитку туризму в регіоні та проектів ревіталізації виробничих просторів. Респонденти з сільської місцевості важливими перевагами кластерної співпраці назвали кращий доступ до ресурсів (50%) та переваги у маркетингу (50%), а міські жителі – переваги у маркетингу (61,8%) та у розробці продукту (58,8%).

Представники Донецької області важливими перевагами кластерної співпраці вважають: кращий доступ до ресурсів (34,2%), переваги у розробці продукту (28,9%), переваги у маркетингу (26,3%) та заощадження операційних витрат (10,6%). Для респондентів із сільської місцевості основною перевагою у кластерній співпраці є отримання кращого доступу до ресурсів (100% відповідей). Для представників міської місцевості

важливими перевагами кластерної співпраці є кращий доступ до ресурсів (84,6%), переваги у розробці продукту (84,6%) та маркетингу (76,9%).

Респонденти Запорізької області позитивними рисами кластерної співпраці вважають переваги у маркетингу (33,3%), кращий доступ до ресурсів (26,7%), переваги у розробці продукту (23,3%) та заощадження операційних витрат (13,3%). Також була висловлена думка, що перевагою кластерної взаємодії є створення нових ресурсів і продуктів для туриста. За місцем проживання респондентів, для представників сільської місцевості важливими перевагами кластерної співпраці є маркетингові (75%), отримання кращого доступу ресурсів (50%), заощадження операційних витрат (50%), переваги у розробці продукту (50%). Для міських мешканців перевагами є кращий доступ до ресурсів (54,5%) та переваги у маркетингу (63,6%).

Для респондентів з Сумської області важливими перевагами у кластерній співпраці є кращий доступ до ресурсів (35,4%) досягнення переваг у маркетингу та у розробці продукту (по 25%), заощадження операційних витрат (8,3%). Також були зазначені й інші переваги:

синергія бізнес-влада-наука-громада; доступ до європейських грантів та розвиток інкамінгу. Опитаним з міської місцевості основною перевагою кластерної співпраці вбачається отримання кращого доступу до ресурсів (73,7%). Думки респондентів із сільської місцевості розподілилися рівномірно по 33,3% між відповідями отримання кращого доступу до ресурсів, досягнення переваг у маркетингу і у розробці продукту.

Важливими перевагами у кластерній співпраці на думку представників сфери туризму Харківської області є переваги у розробці продукту (30,9%); кращий доступ до ресурсів (27,9%) та переваги у маркетингу (25%), а також заощадження операційних витрат (11,8%). Також були представниками зазначеної області були висвітлені й інші переваги: обмін досвідом з колегами та досягнення переваг свого кластеру у конкурентному середовищі. Представники сільської місцевості Харківської області важливими перевагами у кластерній співпраці назвали досягнення переваг у маркетингу (53,8%); кращий доступ до ресурсів (53,8%) та переваг у розробці продукту (76,9%). Міські респонденти основними перевагами кластерної співпраці бачать кращий доступ до ресурсів (60%), досягнення переваг у розробці продукту (55%) і переваги у маркетингу (50%).

Враховуючи зарубіжний досвід та результати соціологічного опитування можна надати рекомендації щодо подальшої організації туристичних кластерів у прифронтових регіонах України:

1) налагодити взаємодію необхідно в ланцюжку «держава-бізнес-громадськість-освіта»;

2) розробити стратегію розвитку туризму в прифронтових регіонах, в якій особливий акцент необхідно зробити на організації кластерів як опорного каркасу території, де прогнозується активний розвиток туристичної сфери;

3) запропонувати пільговий у податковому контексті механізм функціонування туристичних кластерів у прифронтових територій, створивши на даних територіях спеціальні економічні умови;

4) проводити серед місцевих підприємців просвітницьку роботу, в якій роз'яснювати перспективи кластерної співпраці;

5) підвищувати кваліфікацію місцевих працівників туристичної галузі шляхом залучення їх до участі в стажуваннях, вебінарах, різноманітних обмінах досвідом тощо;

6) перейняти міжнародний досвід створення та функціонування туристичних кластерів на територіях, що постраждали від військових дій.

Висновки. В межах проведеного опитування, часткового висвітленого в даній публікації, встановлено, що одним із пріоритетних напрямів розвитку туризму в прифронтових регіонах є співпраця в рамках туристичних кластерів, яка, на думку респондентів, дасть можливість отримати кращий доступ до ресурсів, досягти переваг у маркетингу та у розробці туристичного продукту. Саме організація туристичних кластерів туризму має багато переваг, які полягають у інфраструктурному розвитку територій, збільшенні продуктивності виробництва, залученні інвестицій, стимулюванні інновацій тощо. Розвиваючи туризм громади мають можливість до зростання своїх доходів і збільшення бюджету, створення нових робочих місць, стимулювання попиту на їхню продукцію, популяризацію культурної спадщини, та загалом своєї реінкарнації в новому форматі та з новим іміджем.

Питання відновлення туристичного потенціалу українських прифронтових громад актуальне навіть в нинішніх реаліях, тому що після завершення військових дій ці території стануть ще одними туристичними магнітами України. Відновлення туризму на даних локаціях після війни матиме значний вплив на ринок праці, особливо такого контингенту населення як жінки, некваліфіковані працівники та внутрішньо переміщені особи, оскільки безробіття є однією із важливих економічних та соціальних проблем. Створення кластерів сприятиме скоординованому та ефективному забезпеченню майбутніх туристів всім арсеналом необхідних послуг. Розвиток туризму покращить рівень життя

місцевого населення, забезпечить довгостроковий розвиток нині депресивних територій та створить додатковий ринок збуту вітчизняної продукції.

Туристичному бізнесу необхідно використати час «простоїв» як час для: підвищення кваліфікації шляхом вивчення іноземних мов, цифрових інструментів, соціального та фінансового маркетингу, європейського досвіду розвитку туризму; налагодження зв'язків зі стейкхолдерами; удосконалення діяльності існуючих та створення нових кластерів; розробки грантових заявок і бізнес-планів на отримання фінансування від міжнародних донорів та інвесторів; розробка маршрутів пам'яті. Ці напрями може

забезпечити взаємодія громадських організацій, освітніх закладів та представників державних органів влади. Зокрема, освітні заклади та громадські організації можуть створити курси підвищення кваліфікації за рахунок грантових коштів для підприємців у сфері туризму та допомагати створювати проєктні пропозиції щодо відновлення туристичних локацій громад з подальшим об'єднанням їх у туристичні кластери.

Робота виконана в рамках естонсько-українського науково-дослідницького проєкту «Розвиток українських прифронтових громад і туристичного бізнесу в умовах війни та стратегії на майбутнє».

Література

1. Загальна сума прямих збитків, завдана інфраструктурі України через війну, зросла до майже \$138 млрд. Київська школа економіки, 2023. URL: <http://surl.li/eqtrk>.
2. Проєкт національної програми кластерного розвитку до 2027. URL: <https://www.industry4ukraine.net/publications/proyekt-nacziionalnoyi-programy-klasterного-rozvytku-do-2027/>
3. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text>
4. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України № 168-р. від 16.03.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>
5. European Observatory for Clusters and Industrial Change. Cluster programmes in Europe and beyond. Publications Office of the European Union, 2019. URL: <https://clustercollaboration.eu/news/report-cluster-programmes-europe-and-beyond>
6. Барвінок Н. В., Барвінок М. В. Вплив російсько-української війни на туризм в Україні та перспективи його розвитку в майбутньому. The Russian-Ukrainian war (2014–2022): historical, political, cultural-educational, religious, economic, and legal aspects: Scientific monograph. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2022. С. 24-32. DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-4>
7. Якименко-Терещенко Н. Розвиток індустрії туризму у повоєнний період / Н. Якименко-Терещенко, Н. Мірко, А. Моца. Економіка та суспільство, 2022. № 44. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-117>
8. Фастовець О. Сфера туризму у повоєнний період: досвід для України. Економіка та суспільство, 2022. № 40. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-4>
9. Рейманн М. Розвиток туристичного бізнесу прифронтових громад в умовах війни: зарубіжний та український досвід / М. Рейманн, О. Корнус, Н. Венгерська, В. Холодок, В. Пацок, Х. Паланг. Регіональна економіка, 2023. № 1. С. 105-113. <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2023-1-14>
10. Reimann M., Kornus Olesia H., Patsiuk Viktoriia S., Venherska Natalia S., Kholodok Valentyna D., Palang Hannes. Tourism in Ukrainian frontline communities: trends, challenges, and development prospects / M. Reimann, O.H. Kornus, V.S. Patsiuk, N.S. Venherska, V.D. Kholodok, H. Palang. Journal of Geology, Geography and Geocology. 2023. Vol 32(3). P. 89-98. doi: 10.15421/112352.
11. Розвиток українських прифронтових громад і туристичного бізнесу в умовах війни та стратегії на майбутнє : звіт за результатами міжнародного естонсько-українського дослідницького проєкту (проміжн.) / кер. Март Рейманн. 2023. 120 с.
12. Porter M. E. Clusters and the New Economics of Competition. Harvard Business Review, 1998. P. 77-90.
13. Басюк Д. І. Науково-теоретичні підходи до класифікації туристичних кластерів. Міжнародна економіка: інтеграція науки та практики : Збірник наук. праць. К. : НТУУ «КПІ», 2011. С. 17.
14. Гоблик В. В. Формування кластерів у рекреаційно-туристичному комплексі: автореф. дис. ... канд. економ. наук. Ужгород, 2009. 24 с.

15. Ольшанська О. В. Регіональні туристичні кластери як важливий чинник економічного зростання / О. В. Ольшанська, А. О. Мельник // Формування ринкових відносин в Україні. 2017. № 12. С. 212-216. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2017_12_38
16. Зінько Ю., Мальська М., Дубіс Л., Васильєв В., Околович І. Кластери туризму як один з інструментів сталого сільського розвитку України. Mental Health Global Challenges XXI Century. IPSI Proceedings – 2019. Рим, Італія. 2019. ст. 12-16. DOI: 10.32437/IPSIProceedings.Issue-2019
17. Феномен кластеру: аномальні бізнес-долини. К.: Київ-Мохула Business School, 2012. 78 с.
18. Перепелюкова О.В. туристичні кластери як інноваційна форма розвитку туризму в Україні. Вісник Хмельницького національного університету 2021. № 5. Том 2. С. 243-246.
19. Михайліченко Г.І. Формування інноваційних туристичних кластерів як конкурентної переваги розвитку регіону. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2012. С. 341-349.

References

1. Kyiv School of Economics (2023). Zahalna suma priamykh zbytkiv, zavdana infrastrukturi Ukrainy cherez viinu, zrosla do maizhe \$138 mlrd [The total amount of direct damage caused to the infrastructure of Ukraine due to the war has increased to almost \$138 billion]. Retrieved from: <http://surl.li/eqtrk> [in Ukrainian].
2. Association of Industrial Automation Enterprises of Ukraine (2020). Proiekt natsionalnoi prohramy klasterneho rozvytku do 2027 [Project of the national program of classical education until 2027]. Retrieved from: <https://www.industry4ukraine.net/publications/proiekt-naczionalnoyi-programy-klasterneho-rozvytku-do-2027/> [in Ukrainian].
3. Cabinet of Ministers of Ukraine (2020). Pro zatverdzhennia Derzhavnoi stratehii rehionalnoho rozvytku na 2021-2027 roky [On approval of the State Strategy for Regional Development for 2021-2027]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text> [in Ukrainian].
4. Cabinet of Ministers of Ukraine (2017). Pro skhvalennia Stratehii rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku [On approval of the Tourism and Resorts Development Strategy for the period up to 2026]. Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy № 168-r. vid 16.03.2017. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> [in Ukrainian].
5. European Observatory for Clusters and Industrial Change. (2019). Cluster programmes in Europe and beyond. Publications Office of the European Union. Retrieved from: <https://clustercollaboration.eu/news/report-cluster-programmes-europe-and-beyond>
6. Barvinok N. V., Barvinok M. V. (2022). Vplyv rosiisko-ukrainskoi viiny na turyzm v Ukraini ta perspektyvy yoho rozvytku v maibutnomu [The impact of the Russian-Ukrainian war on tourism in Ukraine and prospects for its development in the future] The Russian-Ukrainian war (2014–2022): historical, political, cultural-educational, religious, economic, and legal aspects: Scientific monograph. Riga, Latvia: Baltija Publishing. P. 24-32. DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-4> [in Ukrainian].
7. Iakymenko-Tereshchenko N., Mirko N., Motsa A. (2022). Rozvytok industrii turyzmu u povoiennyi period [Development of the tourism industry in the post-war period]. Ekonomika ta suspilstvo, 44. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-117> [in Ukrainian].
8. Fastovets, O. (2022). Cfera turyzmu u povoiennyi period: dosvid dlia Ukrainy [Tourism in the post-war period: experience for Ukraine]. Ekonomika ta suspilstvo, 40. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-4> [in Ukrainian].
9. Reimann M., Kornus O. H., Venherska N. S., Kholodok V. D., Patsyuk V. S., Palang H. (2023). Rozvytok turystychnoho biznesu pryfrontovykh hromad v umovakh viiny: zarubizhnyi ta ukrainskyi dosvid [Tourism development in frontline communities amid war: foreign and Ukrainian experiences]. Regional Economy, (1), 136-144. <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2023-1-14>. [in Ukrainian].
10. Reimann Mart, Kornus Olesia H., Patsiuk Viktoriia S., Venherska Natalia S., Kholodok Valentyna D., Palang Hannes (2023). Tourism in Ukrainian frontline communities: trends, challenges, and development prospects. Journal of Geology, Geography and Geoecology. Vol. 32(3). P. 89-98. doi: 10.15421/112352.
11. Mart Reimann (2023). Rozvytok ukrainskykh pryfrontovykh hromad i turystychnoho biznesu v umovakh viiny ta stratehii na maibutnie [Development of Ukrainian frontline communities and tourism business in the context of war and strategies for the future]. Zvit za rezultatamy mizhnarodnoho estonsko-ukrainskoho doslidnytskoho proiektu (promizhn.) 120 p. [in Ukrainian].
12. Porter M. E. (1998). Clusters and the New Economics of Competition. Harvard Business Review, p. 77-90.
13. Basiuk D. I. (2011). Naukovo-teoretychni pidkhody do klasyfikatsii turystychnykh klasteriv. Mizhnarodna ekonomika: intehratsiia nauky ta praktyky [Naukovo-teoretychni pidkhody do klasyfikatsii turystychnykh klasteriv]. Zbirnyk nauk. prats. K. : NTUU «KPI», p. 17. [in Ukrainian].

14. Hoblyk V. V. (2009). Formuvannia klasteriv u rekreatsiino-turystychnomu kompleksi [Formation of clusters in the recreational and tourist complex]. Avtoref. dys. ... kand. ekonom. nauk. Uzhhorod, 24 p. [in Ukrainian].

15. Olshanska O. V., Melnyk A.O. (2017). Rehionalni turystychni klastery yak vazhlyvyi chynnyk ekonomichnoho zrostantia [Regional tourist clusters as an important factor of economic growth]. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraine, № 12. pp. 212-216. [in Ukrainian].

16. Zinko. Yu., Malska. M., Dubis. L, Vasiliev. V, Okolovych. I. (2019). Klastery turyzmu yak odyn z instrumentiv staloho sil's'koho rozvytku Ukrayiny [Tourism clusters as one of the tools of sustainable rural development of Ukraine]. Mental Health Global Challenges XXI Century. IPSI Proceedings – 2019. Rome, Italy. Issue 2019. pp. 12-16. DOI: 10.32437/ IPSIProceedings.Issue-2019. [in Ukrainian].

17. Kyiv-Mohyla Business School (2012). Fenomen klasteru: anomalni biznes-dolyny [The cluster phenomenon: abnormal business valleys]. Kyiv. 78 c. [in Ukrainian].

18. Perepeliukova O.V. (2021). Turystychni klastery yak innovatsiina forma rozvytku turyzmu v Ukraini [Tourist clusters as an innovative form of tourism development in Ukraine]. Visnyk Khmelnytskoho Natsionalnoho Universytetu. № 5, Issue 2, pp. 243-246. [in Ukrainian].

19. Mykhailichenko H.I. (2012). Formuvannia innovatsiinykh turystychnykh klasteriv yak konkurentnoi perevahy rozvytku rehionu [Formation of innovative tourist clusters as a competitive advantage of regional development]. Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku. pp. 341-349. [in Ukrainian].