**МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ**
**ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ПОДАТКОВОЇ СПРАВИ, ОБЛІКУ ТА АУДИТУ**
**КАФЕДРА ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ, МАРКЕТИНГУ ТА БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ**

# КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**на тему: «Інноваційний розвиток туристичної сфери регіонів України на основі кластерного підходу»**

Здобувача вищої освіти II рівня, II_курсу, групи ЕМРМ-23-1,
спеціальності 051 «Економіка»,
освітня програма «Економіка міста та регіону»

_____ Паляцького Олександра Андрійовича
(підпис) (прізвище, ім`я, по батькові)

Науковий керівник _____ Теліщук Микола Миколайович
кандидат економічних наук, доцент
(підпис) (прізвище, ім`я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Керівник освітньо-професійної
програми _____ Скорик Марина Олегівна, к.е.н., доцент
(підпис) (прізвище, ім`я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Допущено до захисту за рішенням кафедри _____
протокол від «07» 01 2025 № 1

Завідувач кафедри _____ Паянок Тетяна Миколаївна
(підпис) кандидат економічних наук, доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Ірпінь – 2025

Реєстрація № 22 20.01.25р
(дата) (підпис відповідальної особи)

Результати перевірки До захисту (39) 15.01.25
(до захисту, на доопрацювання) (дата) (підпис)

Результат захисту 41 06.02.25
(оцінка) (дата) (підпис)

Голова комісії: (підпис) Ў.В.Охрімєнко
(ініціали, прізвище)

Члени комісії: (підпис) М.О. Скорєєв
(ініціали, прізвище)

(підпис) М.А. Корж
(ініціали, прізвище)

(підпис) Т.Б. Юр'єва
(ініціали, прізвище)

Секретар екз. комісії (підпис) Мир.М. Пилипчук

## БЛАНК ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

| Об'єкти контролю | Діапазон оцінки в балах | Фактична кількість балів | Примітки | Дата, П.І.П.: керівника, голови комісії членів комісії, секретаря, (підписи) |
|---|---|---|---|---|
| **ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ КЕРІВНИКОМ ТА РЕЦЕНЗЕНТОМ** | | | | |
| І.Зміст кваліфікаційної роботи (якість теоретичного матеріалу, його зв'язок з практичним, вміння представляти матеріал в логічній послідовності, наявність висновків та пропозицій) | від 0 до 30 | 25 | | |
| 2.Дотримання вимог щодо оформлення | від 0 до 10 | 5 | | |
| 3.Вчасне виконання роботи на всіх етапах у встановлені кафедрою терміни | від 0 до 5 | 4 | | |
| 4. Рецензент | від 0 до 5 | 5 | | |
| РАЗОМ БАЛІВ* | від 0 до 50 | 39 | | |
| **ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ КОМІСІЄЮ ПО ЗАХИСТУ** | | | | |
| І.Доповідь | від 0 до 10 | 10 | | |
| 2. Роздатковий матеріал | від 0 до 5 | 5 | | |
| 3. Знання теоретичного та практичного матеріалу, вміння відповідати на запитання | від 0 до 25 | 25 | | |
| 5. Апробація | від 0 до 10 | 1 | | |
| РАЗОМ БАЛІВ | від 0 до 50 | 41 | | |
| ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ БАЛІВ | від 0 до 100 | 80 | | |

## ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ЗА 100-БАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ ТА ШКАЛИ

| Оцінка за 100-бальною шкалою | Оцінка за шкалою ЕКТС | Оцінка за національною шкалою | Дата | П.І.П.: голови, членів комісії, секретаря, (підпис) |
|---|---|---|---|---|
| 80 | 4 | B | 06.02.25 | Охріменко Ю.В<br>Скоріна М.О.<br>Корж М.А.<br>Юрієва П.Б.<br>Гончарук М.М. |

**Правила переведення оцінок до національної шкали та шкали ЕКТС**

| Оцінка за 100-бальною шкалою | Оцінка за шкалою ЄКТС | Оцінка за національною шкалою |
|---|---|---|
| 90-100 | A | 5 (відмінно) |
| 80-89 | B | 4 (добре) |
| 70-79 | C | |
| 60-69 | Б | 3 (задовільно) |
| 50-59 | E | |
| 35-49 | ЄХ | 2 (незадовільно) |

**МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ**
**ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет податкової справи, обліку та аудиту
Кафедра економічної політики та сталого розвитку
Спеціальність 051 «Економіка»
Освітньо-професійна програма «Економіка міста та регіону»

**Затверджую**
Завідувач кафедри економічної політики
та сталого розвитку
_____ М.О. Скорик

**Завдання на кваліфікаційну роботу**
**здобувачу вищої освіти**
**Паляцькому Олександру Андрійовичу**

1. Тема кваліфікаційної роботи: «Інноваційний розвиток туристичної сфери регіонів України на основі кластерного підходу».

Затверджена наказом ректора від 21.12.2023 р. № 1717

2. Строк здачі закінченої роботи 15.01.2025 р.

3. Цільова установка – розвиток недостатньо дослідженого в економіко-управлінській науці напряму, а саме, концептуального забезпечення процесів кластеризації економіки України, формування та розвитку кластерних проєктів на прикладі туристичної сфери на основі інвестиційно-інноваційної активності та з урахуванням найбільш важливих умов та факторів зовнішнього середовища.

Метою дослідження є теоретичне та методологічне обґрунтування інноваційного розвитку туризму в Україні на основі кластерного підходу.

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

Предметом дослідження є комплекс соціально-економічних відносин, що формуються між учасниками ринку туристичних послуг під час впровадження кластерної моделі розвитку туристичного бізнесу.

База дослідження: Дніпропетровський регіон.

4. Вихідні дані до роботи: законодавчі та нормативні акти, результати наукових досліджень вітчизняних і зарубіжних вчених, дані офіційної статистики, статистична звітність Дніпропетровського регіону.

5. Перелік графічного матеріалу - 6 рисунків і 6 таблиць.

6. Зміст кваліфікаційної роботи: РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ; 1.1. Інновації як рушійна сила розвитку туристичного бізнесу; 1.2. Формування кластерів як механізм підвищення конкурентоспроможності туристичних

підприємств; РОЗДІЛ 2. ТЕНДЕНЦІЇ ТА СУЧАСНІ ТРЕ
ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ;
Аналіз динаміки формування та інноваційного розвитку туристи
кластерів; 2.2. Розвиток кластеризації туристичної сфери в Дніпропетров
області; РОЗДІЛ 3. ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧ
СФЕРИ НА ОСНОВІ КЛАСТЕРНОГО ПІДХОДУ.

7. Календарний план виконання роботи

| № п/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи | Строк виконання ет роботи | |
|---|---|---|---|
| | | За планом | Факт |
| 1. | Вибір теми, вивчення літературних джерел і складання плану роботи | До 23.10.2023 | 23.10.2 |
| 2. | Підготовка першого розділу роботи та подання керівнику | До 15.04.2024 | 15.04.2 |
| 3. | Підготовка другого розділу роботи та подання керівнику | До 28.06.2024 | 28.06.2 |
| 4. | Підготовка третього розділу роботи та подання керівнику | До 25.11.2024 | 24.11.2 |
| 5. | Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника | До 10.01.2025 | 15.01.2 |
| 6. | Перевірка на плагіат та отримання відгуку керівника роботи | До 15.01.2025 | 15.01.2 |
| 7. | Попередній захист | 20.01.2025 | 20.01.2 |
| 8. | Допуск роботи зав. кафедрою до захисту | 21.01.2025 | 21.01.2 |
| 9. | Захист роботи | 06.02.2025 | 06.02.2 |

Се

8. Дата видачі завдання 23.10.2023

9. Керівник кваліфікаційної роботи _____ Теліщук М.М.
(підпис) (прізвище, ініціали)

10. Керівник освітньо-професійної програми _____ Скорик М.О.
(підпис) (прізвище, ініціали)

11. Завдання до виконання отримав здобувач вищої освіти _____ Паляцький О
(підпис) (прізвище, ініціали)

# АНОТАЦІЯ

## Тема кваліфікаційної роботи: «Інноваційний розвиток туристичної сфери регіонів України на основі кластерного підходу»

Мета роботи полягає в теоретичному та методологічному обґрунтуванні інноваційного розвитку туризму в Україні на основі кластерного підходу.

Завданнями роботи є:

– дослідити сутність інновацій як рушійної сили розвитку туристичного бізнесу;

– здійснити наукове обґрунтування формування кластерів як механізму підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств;

– проаналізувати динаміку формування та інноваційного розвитку туристичних кластерів;

– охарактеризувати розвиток кластеризації туристичної сфери в Дніпропетровській області;

– обґрунтувати інноваційні напрями розвитку туристичної сфери на основі кластерного підходу.

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

Предметом дослідження є комплекс соціально-економічних відносин, що формуються між учасниками ринку туристичних послуг під час впровадження кластерної моделі розвитку туристичного бізнесу.

База дослідження – Дніпропетровський регіон.

За результатами дослідження сформульовані у кваліфікаційній роботі положення, висновки, рекомендації та пропозиції щодо проблеми інноваційного розвитку туристичної сфери з використанням кластерного підходу, створенні та розвитку конкурентоспроможних кластерних проєктів, підвищенні ефективності туристичного бізнесу в умовах війни, а також у визначенні ключових напрямів та специфіки застосування програмно-цільового підходу для оптимізації управління туристичними кластерними проєктами.

Науково-практична значимість одержаних результатів полягає у розвитку недостатньо дослідженого в економіко-управлінській науці напряму, а саме, концептуального забезпечення процесів кластеризації економіки України, формування та розвитку кластерних проєктів на прикладі туристичної сфери на основі інвестиційно-інноваційної активності та з урахуванням найбільш важливих умов та факторів зовнішнього середовища. Отримані результати можуть бути використані органами державної влади, та суб'єктами туристичного сфери.

Результати теоретичного дослідження, представлені у даній кваліфікаційній роботі, можуть бути використані в освітньому процесі Державного податкового університету при викладанні дисципліни «Економіка регіону та регіональна політика».

Кваліфікаційна робота містить 69 сторінок, 6 таблиць, 6 рисунків, список використаних джерел з 40 найменувань, 4 додатки.

Ключові слова: туристична галузь, інноваційний розвиток, кластери, конкурентоспроможність, туристичний бізнес.

Рік виконання кваліфікаційної роботи 2024.

Рік захисту роботи 2025.

## ABSTRACT

**The topic of the qualification work: "Innovative development of the tourism sector of the regions of Ukraine based on the cluster approach"**

The purpose of the work is to provide a theoretical and methodological justification for the innovative development of tourism in Ukraine based on the cluster approach.

The objectives of the work are:

– to investigate the essence of innovation as a driving force for the development of the tourism business;

– to carry out a scientific justification for the formation of clusters as a mechanism for increasing the competitiveness of tourism enterprises;

– to analyze the dynamics of the formation and innovative development of tourism clusters;

– to characterize the development of clustering of the tourism sector in the Dnipropetrovsk region;

– to substantiate innovative directions for the development of the tourism sector based on the cluster approach.

The object of the study is the process of forming theoretical, methodological and scientific and practical support for the conceptual aspects of the innovative development of the tourism sector of Ukraine based on the application of the cluster approach.

The subject of the study is a complex of socio-economic relations that are formed between participants in the tourism services market during the implementation of a cluster model of tourism business development.

The research base is the Dnipropetrovsk region.

Based on the results of the study, the qualification work formulated provisions, conclusions, recommendations and proposals on the problem of innovative development of the tourism sector using a cluster approach, the creation and development of competitive cluster projects, increasing the efficiency of the tourism business in wartime, as well as in determining key areas and specifics of applying a program-targeted approach to optimize the management of tourism cluster projects.

The scientific and practical significance of the results obtained lies in the development of an area that has not been sufficiently researched in economic and management science, namely, the conceptual support of the processes of clustering of the Ukrainian economy, the formation and development of cluster projects using the example of the tourism sector on the basis of investment and innovation activity and taking into account the most important conditions and factors of the external environment. The results obtained can be used by state authorities and tourism entities.

The results of the theoretical research presented in this qualification work can be used in the educational process of the State Tax University when teaching the discipline "Regional Economy and Regional Policy".

The qualification work contains 69 pages, 6 tables, 6 figures, a list of sources used from 40 items, 4 appendices.

Keywords: tourism industry, innovative development, clusters, competitiveness, tourism business.

Year of completion of the qualification work 2024.

Year of defense of the work 2025.

Факультет податкової справи, обліку та аудиту

Кафедра економічної політики, маркетингу та бізнес-аналітики

**Довідка про перевірку дипломної роботи на академічний плагіат**

| № п/п | | |
|---|---|---|
| 1. | П.І.П. автора роботи | Паляцький Олександр Андрійович |
| 2. | Група | ЕМРМ-23-1 |
| 3. | П.І.П. наукового керівника | Теліщук М. М. |
| 4. | Тип роботи, що перевіряється (курсова, дипломна робота (проект)) | Дипломна робота |
| 5. | Назва роботи, що перевіряється | Інноваційний розвиток туристичної сфери регіонів України на основі кластерного підходу |
| 6. | Рік написання роботи | 2024 рік |
| 7. | За результатом перевірки оригінальний текст в роботі складає (%) | 99,4 % |
| 8. | Іншим процентам відповідають (пояснення щодо відсотку тексту, який не є оригінальним) | % цитувань – 0,32%<br>% схожості – 0,6% |

Відповідальна особа Пілевич Д.С.
(П.І.Б.)

**Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи**

Кваліфікаційна робота, Паляцького Олександра Андрійовича, здобувача вищої освіти, виконана на актуальну тему «Інноваційний розвиток туристичної сфери регіонів України на основі кластерного підходу», адже для того, щоб український туризм став конкурентоспроможним на світовому ринку, необхідно активно впроваджувати нові технології, розробляти інноваційні туристичні продукти та створювати сприятливе середовище для розвитку туристичного бізнесу. Державна політика повинна бути спрямована на підтримку інноваційних проектів, розвиток інфраструктури та створення сприятливого інвестиційного клімату. Для успішного розвитку туризму на рівні територій необхідний системний підхід.

Відповідно до актуальності, влучно визначена мета роботи - теоретичне та методологічне обґрунтування інноваційного розвитку туризму в Україні на основі кластерного підходу.

Структура кваліфікаційної роботи складається із вступу, трьох розділів, висновків, загальним обсягом 69 сторінок друкованого тексту, а також шести таблиць, шести рисунків, списку використаних джерел з 40 найменувань та чотирьох додатків.

В кваліфікаційній роботі, незважаючи на проблеми доступності до статистичної інформації, достатньо повно розкриті питання: сутності інновацій як рушійної сили розвитку туристичного бізнесу; обґрунтування формування кластерів як механізму підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств, а також проаналізовано і охарактеризовано динаміку інноваційного розвитку та кластеризації туристичної сфери в Дніпропетровській області.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розвитку недостатньо дослідженого в економіко-управлінській науці напряму, а саме, концептуального забезпечення процесів кластеризації економіки України, формування та розвитку кластерних проєктів на прикладі туристичної сфери на основі інвестиційно-інноваційної активності та з урахуванням найбільш важливих умов та факторів зовнішнього середовища. Отримані результати можуть бути використані органами державної влади, та суб'єктами туристичного сфери.

В цілому, кваліфікаційна робота, відповідає вимогам "Методичних рекомендацій для написання випускної кваліфікаційної роботи" та може бути допущена до захисту з високою позитивною оцінкою.

Керівник випускної кваліфікаційної роботи Теліщук М.М., к.е.н., доц.

**Висновок кафедри про випускну кваліфікаційну (дипломну) роботу**

Випускна кваліфікаційна робота здобувача вищої освіти Паляцького Олександра Андрійовича, після попереднього захисту розглянута на засіданні кафедри, протокол від «07» 01 2025 р. № 1 допущена до захисту на екзаменаційній комісії.

Завідувач кафедри економічної політики, маркетингу та бізнес-аналітики Т.М. Паянок, к.е.н., доц.

**РЕЦЕНЗІЯ**

на кваліфікаційну роботу
здобувача вищої освіти другого (магістерського) рівня
факультету податкової справи, обліку та аудиту, групи ЕМРМ-23-1
**Паляцького Олександра Андрійовича**
на тему:
**«Інноваційний розвиток туристичної сфери регіонів України на основі кластерного підходу»**
за спеціальністю 051 «Економіка», ОПП «Економіка міста та регіону»

**Актуальність теми**. Туристична сфера, як свідчить досвід багатьох країн, здатна виступити одним із драйверів цього процесу з огляду на комплексність та багатоаспектність виробництва і експлуатації туристичного продукту. Залежно від специфіки туристичного продукту у процесі його виробництва можуть приймати участь підприємства декількох десятків інших сфер діяльності. Це означає, що активний розвиток туризму здатний спричинити ланцюгову реакцію і забезпечити мультиплікативний ефект зростання всієї економічної системи. Формування конкурентоспроможної сфери туристичних послуг вимагає створення таких умов її розвитку, які стимулюють до виробництва нетривіальних продуктів (туристичних атракцій), що здатні забезпечити зростання, перш за все, внутрішнього туристичного потоку, тобто, шляхом посилення своєї внутрішньої конкурентоспроможності. У свою чергу, забезпечення внутрішньої конкурентоспроможності виступає ключовою умовою формування конкурентної позиції на міжнародному туристичному ринку, що стимулюватиме залучення до країни зовнішнього туристичного потоку, тим самим збільшуючи вказаний мультиплікативний ефект.

**Наукова новизна** отриманих результатів полягає у дослідженні проблеми інноваційного розвитку туристичної сфери з використанням кластерного підходу, створенні та розвитку конкурентоспроможних кластерних проєктів, підвищенні ефективності туристичного бізнесу в умовах війни, а також у визначенні ключових напрямів та специфіки застосування програмно-цільового підходу для оптимізації управління туристичними кластерними проєктами.

Науково-практична значимість одержаних результатів полягає у розвитку недостатньо дослідженого в економіко-управлінській науці напряму, а саме, концептуального забезпечення процесів кластеризації економіки України, формування та розвитку кластерних проєктів на прикладі туристичної сфери на основі інвестиційно-інноваційної активності та з урахуванням найбільш важливих умов та факторів зовнішнього середовища.

**Якість проведеного аналізу проблеми, текстового та табличного матеріалу.**

Кваліфікаційна робота містить цілісний логічний, доказовий і аргументований характер, аналіз проблеми дослідження, реальні обґрунтовані пропозиції.

Методологічну основу кваліфікаційної роботи становить комплекс загальнонаукових і філософських підходів (системний, синергетичний, структурно-функціональний та інші) та методів наукового пізнання (історичний, порівняльний, метод наукової абстракції тощо). У дослідженні широко застосовано різноманітні статистичні методи, метод аналогій, системний аналіз, методи моделювання та графічної візуалізації соціально-економічних явищ. Інформаційне наповнення для дослідження було отримано із законів та правових актів України, даних статистики, публікацій міжнародних інститутів, наукової літератури, результатів конференцій та онлайн-ресурсів.

Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів і висновків, викладених на 69 сторінках друкованого тексту. Робота містить 6 таблиць, 6 рисунків, 4 додатки. Список використаних джерел з 40 найменувань.

**Обґрунтованість пропозицій і висновків та їх практична цінність у роботі підприємства, установи, організації.**

Науково-практична значимість одержаних результатів полягає у тому, що сформульовані у роботі положення, висновки, рекомендації можуть бути використані органами державної влади, та суб'єктами туристичного сфери.

**Наявність недоліків**. Незначним недоліком роботи є поодиноких друкарських огріхів у роботі, що не знижують загальної цінності дослідження.

**Загальний висновок і оцінка роботи.** Беручи до уваги усе вищевикладене, вважаємо, що випускна кваліфікаційна робота Паляцького Олександра Андрійовича виконана на високому рівні, відповідає вимогам щодо оформлення робіт такого типу, може бути представлена до захисту та заслуговує оцінки «відмінно» (5 балів).

**Рецензент**
**Директор**
**ТОВ «НВО «ЕКОСОФТ»** **Сєрков В.В.**

«17» січня 2025 р.

# ЗМІСТ

ВСТУП 7
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ ..... 11
1.1. Інновації як рушійна сила розвитку туристичного бізнесу ..... 11
1.2. Формування кластерів як механізм підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств……. 17
РОЗДІЛ 2. ТЕНДЕНЦІЇ ТА СУЧАСНІ ТРЕНДИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ..... 33
2.1. Аналіз динаміки формування та інноваційного розвитку туристичних кластерів…….. 33
2.2. Розвиток кластеризації туристичної сфери в Дніпропетровській області ……..……..…… 45
РОЗДІЛ 3. ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ НА ОСНОВІ КЛАСТЕРНОГО ПІДХОДУ…… 52
ВИСНОВКИ…… 59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…….. 57
ДОДАТКИ……... 61

# ВСТУП

*Актуальність теми дослідження.* Сучасний етап економічного розвитку національної економічної системи тісно пов'язаний з необхідністю активізації інноваційної діяльності підприємств різних сфер економіки України, що стає визначальною умовою ефективного функціонування господарюючих суб'єктів та фактором підвищення їх конкурентоспроможності.

Туристична сфера, як свідчить досвід багатьох країн, здатна виступити одним із драйверів цього процесу з огляду на комплексність та багатоаспектність виробництва і експлуатації туристичного продукту. Залежно від специфіки туристичного продукту у процесі його виробництва можуть приймати участь підприємства декількох десятків інших сфер діяльності. Це означає, що активний розвиток туризму здатний спричинити ланцюгову реакцію і забезпечити мультиплікативний ефект зростання всієї економічної системи. Формування конкурентоспроможної сфери туристичних послуг вимагає створення таких умов її розвитку, які стимулюють до виробництва нетривіальних продуктів (туристичних атракцій), що здатні забезпечити зростання, перш за все, внутрішнього туристичного потоку, тобто, шляхом посилення своєї внутрішньої конкурентоспроможності. У свою чергу, забезпечення внутрішньої конкурентоспроможності виступає ключовою умовою формування конкурентної позиції на міжнародному туристичному ринку, що стимулюватиме залучення до країни зовнішнього туристичного потоку, тим самим збільшуючи вказаний мультиплікативний ефект.

Як показав досвід багатьох країн, оптимальною господарською моделлю генерації інновацій виступає кластерне об'єднання підприємств. Такий формат виробничо-економічної взаємодії дозволяє максимально ефективно об'єднати унікальні можливості підприємств десятків сфер діяльності для створення інноваційного продукту, що, перш за все, зумовлено відсутністю

бар'єрів інформаційного обміну між учасниками такого об'єднання. Скорочення виробничо-технологічного циклу виготовлення інноваційного продукту відбувається за рахунок прискорення інформаційних потоків і відповідного прийняття управлінських рішень.

*Інформаційна основа роботи.* Теоретичні та методологічні аспекти, роль і значення кластерних ініціатив у контексті розвитку економіки України, а також загальні положення теорії кластеризації економіки досліджувалися у працях таких науковців, як С. Авершин, М. Алишева, Л. Безугла, О. Борисюк, О. Буткевич, М. Войнаренко, Г. Волоковська, С. Волосович, М. Гріднєв, А. Голод, І. Дегтярьова, І. Дмитрієва, Н. Добрєва, І. Дудник, І. Дунаєв, В. Ільчук, М. Кірик, Ю. Ковальова, Р. Кожухівська, В. Козик, Н. Краус, О.В. Кривень, І.Б. Назаркевич. Окремо варто відзначити дослідження рекреаційно-туристичних кластерів, яким присвятили свої роботи О. Кривень, В. Клочковська, І. Лисенко, Г. Мазнєв, О. Масліган, Г. Машіка, Т. Марченко, О. Мицишин, Р. Мудрак, С. Олексюк, О. Ольшанська, Т. Оніпко, Л. Панкова, О. Решетняк, Л. Ринейська, Г. Саркісян, В. Сич, С. Соколенко, Н.Я. Спасів, О. Стрішенець, Ю. Тимчишин-Чемерис, А. Ужва, І. Хоменко, П. Яновський та інші.

*Мета і завдання дослідження. Метою* кваліфікаційної роботи є теоретичне та методологічне обґрунтування інноваційного розвитку туризму в Україні на основі кластерного підходу.

Поставлену мету досягнуто шляхом вирішення таких завдань:

– дослідити сутність інновацій як рушійної сили розвитку туристичного бізнесу;

– здійснити наукове обґрунтування формування кластерів як механізму підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств;

– проаналізувати динаміку формування та інноваційного розвитку туристичних кластерів;

– охарактеризувати розвиток кластеризації туристичної сфери в Дніпропетровській області;

– обґрунтувати інноваційні напрями розвитку туристичної сфери на основі кластерного підходу.

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

*Предметом дослідження* є комплекс соціально-економічних відносин, що формуються між учасниками ринку туристичних послуг під час впровадження кластерної моделі розвитку туристичного бізнесу.

*Методи дослідження.* Теоретичним фундаментом дисертаційного дослідження є праці провідних українських та зарубіжних науковців, що висвітлюють проблематику концептуальних засад кластерного розвитку економіки, процесів формування та еволюції кластеризації, стимулювання кластерних ініціатив в Україні та модернізації існуючої інноваційної та іншої інфраструктури, що забезпечує функціонування кластерної економіки.

Методологічну основу кваліфікаційної роботи становить комплекс загальнонаукових і філософських підходів (системний, синергетичний, структурно-функціональний та інші) та методів наукового пізнання (історичний, порівняльний, метод наукової абстракції тощо). У дослідженні широко застосовано різноманітні статистичні методи, метод аналогій, системний аналіз, методи моделювання та графічної візуалізації соціально-економічних явищ.

*Наукова новизна* полягає у дослідженні проблеми інноваційного розвитку туристичної сфери з використанням кластерного підходу, створенні та розвитку конкурентоспроможних кластерних проєктів, підвищенні ефективності туристичного бізнесу в умовах війни, а також у визначенні ключових напрямів та специфіки застосування програмно-цільового підходу для оптимізації управління туристичними кластерними проєктами.

*Науково-практична значимість одержаних результатів* полягає у розвитку недостатньо дослідженого в економіко-управлінській науці напряму,

а саме, концептуального забезпечення процесів кластеризації економіки України, формування та розвитку кластерних проєктів на прикладі туристичної сфери на основі інвестиційно-інноваційної активності та з урахуванням найбільш важливих умов та факторів зовнішнього середовища. Отримані результати можуть бути використані органами державної влади, та суб'єктами туристичного сфери.

Результати кваліфікаційної роботи можуть бути використані в освітньому процесі Державного податкового університету при викладанні дисципліни «Економіка регіону та регіональна політика».

*Особистий внесок здобувача.* Кваліфікаційна робота є самостійно виконаним науковим дослідженням.

*Структура роботи.* Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів і висновків, викладених на 69 сторінках друкованого тексту. Робота містить 6 таблиць, 6 рисунків, 4 додатки. Список використаних джерел з 40 найменувань.

# РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

## 1.1. Інновації як рушійна сила розвитку туристичного бізнесу

Туризм, як один з найбільш динамічно розвиваються секторів світової економіки, відіграє ключову роль у формуванні ВВП багатьох країн, забезпечуючи значні надходження до бюджетів держав та стимулюючи розвиток супутніх галузей.

Туризм - це складна система взаємопов'язаних елементів, яка включає в себе різноманітні галузі економіки та спрямована на задоволення потреб людей у відпочинку та подорожах. Ця система забезпечує створення, реалізацію та споживання туристичного продукту, що приносить значну економічну користь як окремим регіонам, так і країні в цілому [7].

Туризм – це об'єкт дослідження багатьох наук, таких як економіка, соціологія, географія, психологія. Кожна з цих наук розглядає туризм з власного ракурсу, що призводить до різноманіття підходів до його визначення.

Хоча споживач є центральною фігурою в туристичній індустрії, виключно споживчий підхід не дозволяє охопити всю багатогранність туризму. Для розуміння цього феномену необхідно враховувати економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, що вимагає міждисциплінарного підходу [6].

Туризм, як багатогранне явище, не лише задовольняє потреби людей у відпочинку, а й сприяє розвитку екологічної свідомості та збереженню природних ресурсів. Сучасний туризм все більше орієнтований на екологічно чисті форми відпочинку та подорожей.

На нашу думку, туризм - це складна система соціально-економічних відносин, спрямована на задоволення потреб людей у подорожах та відпочинку. Він включає в себе створення, збут та споживання різноманітних туристичних продуктів і послуг, а також розвиток туристичної інфраструктури. Туризм сприяє економічному зростанню, культурному

обміну, збереженню культурної спадщини та підвищенню якості життя населення. Завдяки своїй інформаційно-видовищній природі, туризм сприяє розвитку міжкультурних зв'язків та розширенню світогляду [8].

Варто зазначити, що спектр туристичних послуг надзвичайно широкий і включає в себе не тільки традиційні послуги розміщення та харчування, але й:

Транспортні послуги: авіаперельоти, залізничні перевезення, оренда автомобілів тощо.

Туристичні екскурсії: пізнавальні, тематичні, екстремальні.

Додаткові послуги: страхування, оренда спорядження, бронювання квитків тощо.

Інформаційні послуги: надання інформації про туристичні об'єкти, маршрути, послуги тощо [21].

Туризм, як одна з найдинамічніших галузей світової економіки, відіграє ключову роль у розвитку багатьох країн. Його потенціал для економічного зростання, створення робочих місць та залучення інвестицій є незаперечним. Однак, в умовах глобалізації та жорсткої конкуренції туристична галузь стикається з низкою викликів, таких як зростаючі очікування туристів, зміна кліматичних умов та економічна нестабільність. Для успішного розвитку туристична індустрія повинна постійно адаптуватися до нових умов, впроваджувати інновації та дотримуватися принципів сталого розвитку [22].

Незважаючи на значний потенціал внутрішнього туризму та визнання України як привабливого туристичного напрямку на міжнародній арені, українські туристичні компанії досить обережно ставляться до розвитку внутрішнього ринку. Хоча іноземні туристи все активніше відвідують нашу країну, українці все ще недостатньо подорожують по своїй батьківщині. Це створює значний потенціал для розвитку внутрішнього туризму, який може стати потужним драйвером економічного зростання регіонів [11].

Щоб наздогнати світові тренди та підвищити конкурентоспроможність, українська туристична галузь потребує кардинальних змін. Недосконале законодавство, відсутність сучасної інфраструктури та невідповідність якості

послуг до їхньої вартості стримують розвиток туризму в Україні. Впровадження інноваційних підходів є єдиним шляхом подолання цих проблем та створення привабливого туристичного продукту [13].

Інновації є ключовим фактором розвитку сучасного туризму. Для того, щоб український туризм став конкурентоспроможним на світовому ринку, необхідно активно впроваджувати нові технології, розробляти інноваційні туристичні продукти та створювати сприятливе середовище для розвитку туристичного бізнесу. Державна політика повинна бути спрямована на підтримку інноваційних проектів, розвиток інфраструктури та створення сприятливого інвестиційного клімату. Тільки за таких умов український туризм зможе досягти значних успіхів [22].

Фактори, які впливають на інноваційний розвиток туризму наведено на рис. 1.1.

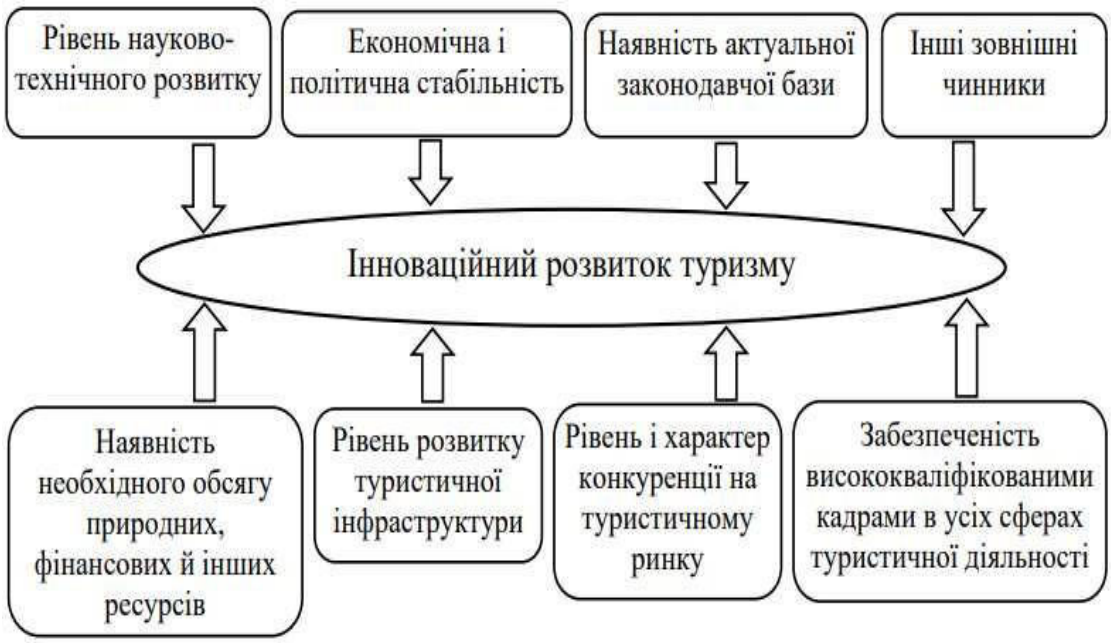



Рис. 1.1. Фактори, які впливають на інноваційний розвиток туризму

Джерело: складено на основі [32]

Туризм є не лише об'єктом для впровадження інновацій, але й потужним стимулом для їх розвитку. Будучи складною системою, що охоплює різноманітні сфери діяльності, туризм постійно потребує нових рішень та підходів. Інновації, в свою чергу, збагачують туристичний продукт,

підвищуючи його якість та привабливість для споживачів. Інформаційні технології стали невід'ємною частиною сучасного туризму. Завдяки розвитку IT-індустрії, туристичні компанії мають можливість створювати індивідуальні туристичні продукти, оптимізувати процеси бронювання та обслуговування клієнтів, а також підвищувати ефективність своєї діяльності [11].

Інновації відіграють ключову роль у розвитку сучасного туризму. Вони дозволяють:

- Створити нові туристичні продукти: розробляти унікальні пропозиції, які задовольняють потреби сучасних туристів.
- Підвищити якість обслуговування: впроваджувати нові технології, які дозволяють персоналізувати сервіс та підвищити його ефективність.
- Збільшити конкурентоспроможність: виділятися на ринку, залучати нових клієнтів та збільшувати прибуток.
- Зберегти довкілля: розробляти екологічно чисті туристичні продукти та впроваджувати технології, що мінімізують негативний вплив на природу [11].

Інновації в туристичній сфері мають свої особливості, обумовлені складністю та багатогранністю цього сектору економіки. Туристичний продукт є результатом взаємодії багатьох факторів: природних ресурсів, інфраструктури, людських ресурсів та технологій. Для успішного розвитку туризму необхідно створювати інноваційні екосистеми, які об'єднують різноманітних учасників ринку. Це дозволить не тільки задовольнити потреби сучасних туристів, але й сприяти розвитку регіонів та зміцненню міжнародного іміджу країни [11].

Інноваційний менеджмент є невід'ємною частиною успішної діяльності будь-якого сучасного туристичного підприємства. Він забезпечує системний підхід до управління інноваційними процесами, від генерації ідей до їхньої реалізації та оцінки ефективності. Завдяки інноваційному менеджменту підприємства можуть адаптуватися до змін ринку, створювати нові продукти

та послуги, підвищувати свою конкурентоспроможність та забезпечувати стійкий розвиток [12].

Високий рівень невизначеності, характерний для сучасного туристичного бізнесу, вимагає від компаній гнучкості та здатності швидко адаптуватися до змін. Туристичні організації повинні бути готові до непередбачуваних ситуацій та розробляти стратегії, які дозволять їм успішно діяти в умовах постійної турбулентності.

Оцінка ефективності інноваційних проектів є ключовим етапом інноваційного менеджменту в туризмі. Інформація, отримана в результаті оцінки, дозволяє не тільки визначити успішність проекту, але й внести необхідні корективи в стратегію розвитку компанії. Крім того, результати оцінки можуть бути використані для обґрунтування інвестицій у нові інноваційні проекти [33].

Оцінюючи інноваційність туристичної галузі регіону, необхідно враховувати взаємодію державних органів, бізнесу та наукових установ. Ефективність інноваційних процесів залежить від наявності чіткої координації між цими суб'єктами, спрямованої на розвиток туристичної інфраструктури, створення сприятливого інвестиційного клімату та підтримку наукових досліджень [12].

Для успішного розвитку туризму на рівні територій необхідний системний підхід, який передбачає оцінку інноваційного потенціалу та розробку відповідних стратегій. Формування інноваційно-туристичного потенціалу залежить від багатьох факторів, таких як наявність природних ресурсів, розвиток інфраструктури, рівень кваліфікації персоналу, а також підтримка з боку держави [22].

Чинники, які здійснюють безпосередній вплив на формування інноваційно-туристичного потенціалу регіону наведено на рис. 1.2.

Формування інноваційно-туристичного потенціалу території залежить від багатьох факторів, які можна об'єднати в такі групи:

1. Природні та культурні ресурси:

- Рекреаційно-ландшафтні особливості: наявність природних ландшафтів, які можуть бути використані для відпочинку та туризму.

- Історико-культурна спадщина: наявність історичних пам'яток, музеїв, культурних центрів.

- Стан екологічної безпеки: рівень забруднення навколишнього середовища, наявність природоохоронних зон.

2. Інфраструктура:

- Транспортна інфраструктура: розвиток транспортної мережі, наявність аеропортів, залізничних станцій, автомагістралей.

- Туристична інфраструктура: готелі, ресторани, туристичні центри, розважальні заклади.

- Інформаційна інфраструктура: розвиток інформаційних технологій, наявність інтернету.

3. Соціально-економічні фактори:

- Рівень життя населення: доходи населення, купівельна спроможність.

- Рівень освіти: наявність кваліфікованих кадрів в туристичній сфері.

- Інвестиційний клімат: сприятливі умови для інвестування в туристичні проекти.

4. Інституційні фактори:

- Правове забезпечення: наявність чіткого законодавства, що регулює туристичну діяльність.

- Державна політика: підтримка розвитку туризму на державному рівні.

- Міжнародне співробітництво: співпраця з іншими країнами в галузі туризму [11].

Отже, інноваційно-туристичний потенціал регіону – це система взаємопов'язаних елементів, таких як природні ресурси, інфраструктура, людські ресурси, технології та інституційне середовище. Ефективне використання цього потенціалу вимагає системного підходу та координації зусиль різних учасників туристичного ринку.




Рис. 1.2. Чинники, які здійснюють безпосередній вплив на формування інноваційно-туристичного потенціалу регіону

Джерело: складено на основі [30]

Формування інноваційно-туристичного потенціалу регіону є багатогранним процесом, який вимагає системного підходу. Кластерний підхід є ефективним інструментом для розвитку інновацій в туризмі, оскільки він дозволяє об'єднати зусилля різних учасників ринку. Для успішної реалізації інноваційних проектів необхідна активна підтримка з боку держави, яка повинна створювати сприятливі умови для інвестицій, розвитку інфраструктури та підготовки кадрів. Інновації в туристичній сфері не тільки сприяють економічному зростанню, але й покращують якість життя населення та зміцнюють міжнародний імідж країни.

## 1.2. Формування кластерів як механізм підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств

Кластерний підхід є ефективним інструментом для розвитку туристичної галузі, оскільки він дозволяє об'єднати зусилля різних учасників

ринку для досягнення спільних цілей. Туристичні кластери сприяють концентрації ресурсів, підвищенню ефективності виробництва, розвитку інновацій та покращенню якості туристичних продуктів. Для успішного функціонування кластерів необхідна активна підтримка з боку держави, яка повинна створювати сприятливі умови для інвестування, розвитку інфраструктури та підготовки кадрів. Крім того, важливо залучати до участі в кластерах малі та середні підприємства, наукові установи та місцеві громади [4].

Незважаючи на значний потенціал кластерного підходу для розвитку туристичної галузі, його реалізація в Україні стикається з низкою проблем. Серед основних причин можна назвати недостатню координацію дій між різними рівнями влади, відсутність чіткої стратегії розвитку кластерів, брак фінансових ресурсів та недовіру бізнесу до державних програм. Крім того, зовнішні фактори, такі як політична нестабільність та економічні кризи, створюють додаткові перешкоди для розвитку кластерів. Для подолання цих проблем необхідно розробити комплекс заходів, спрямованих на створення сприятливого середовища для розвитку кластерів, залучення інвестицій та підтримку інноваційної діяльності [2].

Кластерний підхід є одним з найбільш перспективних інструментів для розвитку туристичної галузі. Співпраця між підприємствами, науковими установами та органами державної влади в рамках кластерів дозволяє об'єднати ресурси, обмінюватися знаннями та досвідом, а також спільно розробляти інноваційні продукти і послуги. Синергетичний ефект, що виникає в результаті взаємодії учасників кластеру, сприяє підвищенню конкурентоспроможності регіону на світовому туристичному ринку. Незважаючи на різноманітність визначень поняття "кластер", всі вони підкреслюють важливість співпраці та взаємодії для досягнення спільних цілей [2].

Дефініції поняття «кластер» наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1.

Дефініції поняття «кластер»

| Зміст визначення | Джерело |
|---|---|
| Кластер – комплекс постачальників, споживачів, елементів промислової інфраструктури, дослідних інститутів, взаємопов'язаних у процесі створення доданої вартості | А. Охріменко [116] |
| Кластер – галузево-територіальне добровільне об'єднання підприємств, що тісно співпрацюють із науковими установами та органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоспроможності власної продукції та економічного зростання регіону | Г. Волковська [28] |
| Кластер – це добровільне територіально-галузеве об'єднання підприємств для здійснення скоординованої фінансово-господарської діяльності, у якому усі учасники кластеру отримують вигоду, а безпосередньо кластерне об'єднання стає конкурентоздатним у цьому сегменті ринкової економіки | Р. Мудрак [99] |
| Кластер – перш за все соціальний термін, який позначає спосіб самоорганізації співтовариства, що має схожі економічні інтереси, для виживання в умовах міжнародної конкуренції | О. Буткевич [23] |
| Кластер – це одна з форм об'єднання схожих, пов'язаних між собою, взаємодоповнюючих підприємств і організацій, що кооперуються з метою взаємної підтримки і координації, які в повсякденному житті перетворюються в такі поняття, як «соціальний капітал» і «довіра» | Ю. Ніколаєв [102] |
| Кластер є сплавом підприємств та інституцій, які співпрацюють задля того, щоб забезпечити підприємствам більший зиск, порівняно з тим, який вони могли би отримати, працюючи окремо | О. Решетняк [128] |

Кластерний підхід є ефективним інструментом для розвитку регіонів, оскільки він дозволяє концентрувати ресурси, підвищувати ефективність виробництва та створювати нові робочі місця. Синергетичний ефект, що виникає в результаті взаємодії учасників кластера, сприяє зростанню економіки регіону та підвищенню його якості життя [11].

Аналіз різних дефініцій поняття «кластер», дозволив дійти висновку, що це динамічна мережа взаємопов'язаних підприємств, організацій та інституцій, що географічно зосереджені та спеціалізуються на певній галузі або пов'язаних галузях. Завдяки синергетичному ефекту, який виникає в результаті взаємодії учасників кластера, відбувається створення спільної цінності, підвищення конкурентоспроможності та сприяння економічному

зростанню регіону. Кластери є потужним інструментом для розвитку інновацій, залучення інвестицій та створення нових робочих місць [22].

Аналіз наукової літератури свідчить про відсутність єдиного, всеосяжного визначення поняття "кластер". Існуючі визначення часто обмежуються описом статичних характеристик кластерів і не враховують їх динамічний характер. На думку багатьох дослідників, кластери – це не просто географічні агломерації підприємств, а складні системи, в яких відбувається постійний процес взаємодії та кооперації. Сучасні кластери характеризуються високим ступенем динамічності, гнучкості та адаптивності до змін зовнішнього середовища. Крім того, важливо відзначити, що роль держави у формуванні та розвитку кластерів є більш активною, ніж це передбачалося раніше. Держава створює умови для розвитку кластерів, забезпечує їхню інституційну підтримку і сприяє їхній інтеграції в глобальні мережі [11].

Кластер характеризується наступними основними ознаками:

- Географічна концентрація: Більшість підприємств, що входять до кластера, розташовані в одному географічному регіоні, що полегшує взаємодію та співпрацю.
- Інноваційність: Кластери є середовищем для створення та поширення інновацій, що дозволяє підвищити конкурентоспроможність учасників.
- Взаємозалежність: Учасники кластера тісно пов'язані між собою і взаємодіють у різних сферах діяльності, що сприяє розвитку спільних проектів та підвищенню ефективності.
- Лідерство: Наявність лідера або групи лідерів, які визначають стратегію розвитку кластера та координують дії його учасників [22].

Л.І. Гонтаржевська виділяє ряд важливих характеристик, які сприяють успішному розвитку туристичних кластерів: наявність конкурентоспроможних компаній, географічна концентрація, різноманітність учасників та наявність ефективних механізмів взаємодії. Однак, для успішного функціонування кластерів необхідно також враховувати такі фактори, як

інноваційність, підтримка з боку держави та адаптація до місцевих умов. Інновації є рушійною силою розвитку кластерів, дозволяючи створювати нові продукти та послуги, підвищувати ефективність виробництва та задовольняти потреби сучасних туристів. Державна підтримка, у свою чергу, забезпечує необхідні умови для розвитку кластерів, включаючи фінансування, регуляторне сприяння та розвиток інфраструктури. Крім того, кластери повинні враховувати специфіку регіону, його культурні, природні та історичні особливості, щоб створити унікальні туристичні продукти, які будуть затребувані на світовому ринку [11].

Аналіз існуючих підходів до визначення кластерів дозволяє зробити висновок про необхідність більш комплексного та системного підходу. Кластери – це динамічні системи, які формуються під впливом множини взаємопов’язаних факторів, включаючи економічні, соціальні, політичні та культурні. Для успішного розвитку кластерів необхідно враховувати не тільки внутрішні фактори, такі як наявність конкурентоспроможних підприємств та інноваційний потенціал, але й зовнішні умови, такі як макроекономічна ситуація, державна політика та інституційне середовище. Крім того, важливо враховувати динамічний характер кластерів та їхню здатність до адаптації до змін зовнішнього середовища [13].

Розвиток альтернативного туризму в Україні стримується комплексом взаємопов'язаних проблем, які включають в себе нестачу кваліфікованих кадрів, недосконаліть інфраструктури, відсутність ефективних механізмів співпраці між учасниками туристичного ринку та недостатню державну підтримку. Для подолання цих проблем необхідно розробити комплекс заходів, спрямованих на розвиток людського капіталу, модернізацію інфраструктури, створення сприятливого інвестиційного клімату та підтримку малого і середнього бізнесу[21].

Кластерний підхід в туристичній сфері має ряд значних переваг, які сприяють розвитку галузі.

- Інноваційний потенціал: Об'єднання різноманітних організацій у рамках кластера, таких як виробники сувенірів, науково-дослідні інститути та навчальні заклади, створює сприятливе середовище для генерації нових ідей та впровадження інновацій. Це дозволяє розробляти нові туристичні продукти, підвищувати якість послуг та задовольняти потреби сучасних туристів.
- Посилення конкурентоспроможності: Завдяки спільним зусиллям учасників кластера підвищується конкурентоспроможність регіону на світовому туристичному ринку. Кластери дозволяють концентрувати ресурси, обмінюватися досвідом та спільно вирішувати проблеми.
- Розвиток співпраці: Взаємодія між різними учасниками кластера сприяє розвитку довірчих відносин, обміну знаннями та технологіями. Це, в свою чергу, стимулює створення нових спільних проектів та підвищує ефективність використання ресурсів.
- Створення нових робочих місць: Розвиток туристичних кластерів сприяє створенню нових робочих місць, особливо в сфері малого та середнього бізнесу.
- Підвищення якості життя: Кластери сприяють покращенню якості життя місцевого населення завдяки розвитку інфраструктури, створенню нових культурних та розважальних закладів [12].

Трансрівневий підхід до організації підтримки процесу формування кластерних об'єднань в туристичній сфері передбачає поєднання зусиль на різних рівнях. На мікрорівні необхідно фокусуватися на розвитку інноваційної діяльності підприємств, підвищенні якості послуг та адаптації до змін ринку. На мезорівні важливо створити сприятливе середовище для взаємодії між учасниками кластера, розвивати спільні проекти та інфраструктуру. На макрорівні держава повинна забезпечити стабільне законодавче поле, підтримувати інновації та сприяти розвитку кластерів. Такий комплексний підхід дозволить досягти синергетичного ефекту та сприяти розвитку туристичної галузі в цілому [32].

Л. Бондаренко справедливо зазначає, що якість туристичних продуктів значною мірою залежить від зовнішніх умов. Сприятливе середовище для розвитку туризму формується під впливом таких факторів, як наявність природних ресурсів, розвиток інфраструктури, рівень освіти, інвестиційний клімат, державна політика, конкуренція та потреби споживачів. Ці фактори взаємопов'язані і впливають один на одного [12].

Особливу роль у розвитку туризму відіграють технології. Цифровізація туристичної галузі дозволяє створювати нові продукти та послуги, покращувати якість обслуговування та підвищувати ефективність бізнес-процесів.

Кластерний підхід може значно сприяти створенню сприятливих умов для розвитку туризму. Об'єднання підприємств, наукових установ та органів державної влади в рамках кластерів дозволяє концентрувати ресурси, обмінюватися досвідом та спільно вирішувати проблеми. Це сприяє підвищенню конкурентоспроможності регіону на світовому туристичному ринку та створенню унікальних туристичних продуктів [22].

Формування та розвиток туристичних кластерів залежить від комплексу взаємопов'язаних умов. До основних можна віднести:

- Природно-географічні умови: Ландшафт, клімат, наявність природних ресурсів визначають туристичні можливості регіону та напрямки розвитку кластера. Наприклад, гірські регіони привабливі для зимових видів спорту, а морські узбережжя – для пляжного відпочинку.
- Економічні умови: Рівень економічного розвитку регіону, інвестиційний клімат, наявність кваліфікованої робочої сили, розвиненість інфраструктури впливають на привабливість регіону для інвесторів та туристів.
- Соціокультурні фактори: Традиції, культура, мова, релігія, рівень освіти населення формують унікальний образ регіону та визначають його туристичний потенціал.

- Політичні фактори: Державна політика в галузі туризму, законодавче забезпечення, підтримка малого і середнього бізнесу, рівень корупції – все це впливає на розвиток туристичних кластерів [11].

Для успішного розвитку туристичних кластерів необхідно створити сприятливе інноваційне середовище, яке стимулюватиме розвиток нових продуктів і послуг. Це передбачає залучення наукових установ, освітніх закладів та венчурних компаній до співпраці з підприємствами туристичної галузі. Крім того, важливо розвивати інфраструктуру, яка сприятиме впровадженню інноваційних технологій в туристичному бізнесі [21].

Кластери є потужними інноваційними екосистемами, де різноманітні учасники – від підприємців до науковців – об'єднують свої зусилля для створення нових туристичних продуктів і послуг. Взаємодія між цими учасниками, заснована на обміні знаннями та досвідом, дозволяє генерувати нові ідеї та швидко впроваджувати їх у життя. Важливу роль у цьому процесі відіграє лідерство, яке забезпечує координацію дій учасників кластера та стимулює інноваційну діяльність. Крім того, зовнішнє середовище, включаючи технологічні тренди та зміни споживчих уподобань, також впливає на розвиток кластерів і визначає напрямки їх розвитку [11].

Для розуміння процесу формування кластерів необхідно враховувати комплексний вплив різноманітних факторів. Ми пропонуємо виділити сім основних середовищ: правове, економічне, інституційне, інноваційне, суспільно-споживче, соціально-культурне та ландшафтно-географічне. Ці середовища тісно взаємопов'язані і впливають один на одного. Наприклад, сприятливе інвестиційне середовище (економічне) заохочує інновації (інноваційне середовище), що, в свою чергу, сприяє розробці нових туристичних продуктів і підвищенню конкурентоспроможності кластера [21].

Особливістю туристичних кластерів є їхня значна залежність від природних та культурних ресурсів. Ландшафтно-географічне середовище визначає туристичні можливості регіону, а соціально-культурне середовище формує унікальну атмосферу, що приваблює туристів [11].

Інноваційне середовище відіграє ключову роль у розвитку туристичних кластерів. Постійна генерація нових ідей та технологій дозволяє створювати нові туристичні продукти, підвищувати якість послуг та задовольняти потреби сучасних туристів [11].

Таким чином, успішне формування і розвиток туристичних кластерів залежить від збалансованого розвитку всіх складових середовища.

Формування та розвиток туристичних кластерів є складним процесом, який залежить від взаємодії багатьох факторів. До основних груп чинників можна віднести:

- Правове середовище: Сприятливе законодавство, яке забезпечує захист інвестицій та сприяє розвитку підприємництва.
- Економічне середовище: Рівень економічного розвитку регіону, інвестиційний клімат, наявність кваліфікованої робочої сили.
- Інституційне середовище: Ефективність державного управління, розвиток інфраструктури, наявність підтримки з боку місцевих органів влади.
- Ресурсне забезпечення: Наявність природних, людських, фінансових та інших ресурсів, необхідних для розвитку туризму.
- Інноваційне середовище: Наявність науково-дослідних установ, розвиток технологій, підтримка стартапів.
- Соціокультурне середовище: Культурні традиції, рівень освіти, відкритість до інновацій [12].

Всі ці фактори тісно взаємопов'язані і впливають один на одного. Наприклад, сприятливе правове середовище залучає інвестиції, які, в свою чергу, стимулюють розвиток інновацій. Розвиток інфраструктури покращує доступність туристичних об'єктів і сприяє зростанню туристичного потоку.

Для успішного розвитку туристичних кластерів необхідно створити сприятливе середовище, яке враховує всі ці фактори. Важливу роль відіграють державна політика, підтримка місцевих громад та співпраця між різними учасниками кластера.

Туристичні кластери відрізняються від промислових тим, що вони більше орієнтовані на використання природних та культурних ресурсів. Однак, як і промислові кластери, туристичні об'єднання характеризуються високим рівнем взаємодії між учасниками, що сприяє виникненню синергетичного ефекту. Цей ефект проявляється у створенні нових туристичних продуктів, розробці інноваційних маркетингових стратегій та підвищенні загальної конкурентоспроможності кластера. Інновації в туристичному кластері можуть стосуватися як продуктів (нових маршрутів, тематичних турів), так і процесів (використання цифрових технологій, екологічно чистих практик) [22].

Важливою особливістю туристичних кластерів є їхня орієнтація на потреби споживача. Тому інновації в туристичному кластері повинні бути спрямовані на задоволення мінливих потреб туристів та створення унікального туристичного досвіду. [11]

Для стимулювання інноваційних процесів в туристичних кластерах необхідно створити сприятливе середовище, яке включає в себе доступ до фінансування, розвинену інфраструктуру, наявність кваліфікованих кадрів та підтримку з боку держави.

А. Парфіненко [32] справедливо зазначає, що природні ресурси є важливою основою для розвитку туристичних кластерів. Однак, для досягнення стійкого розвитку необхідно враховувати не тільки зовнішні фактори, а й внутрішні можливості підприємств. Комплексний підхід, який поєднує аналіз природних ресурсів, інноваційних можливостей підприємств та зовнішнього середовища, дозволить створити більш ефективні та стійкі туристичні кластери.

Т. Герасименко та співавтори [21] справедливо зазначають, що кластеризація в туристичній галузі передбачає синхронізацію дій усіх учасників туристичного процесу в межах певного регіону. Це дозволяє створити єдину систему правил та стандартів, що сприяє розвитку співпраці та підвищенню конкурентоспроможності регіону. Однак, для ефективної

кластеризації необхідна розробка відповідної нормативно-правової бази, яка б забезпечувала стабільне та передбачуване середовище для розвитку кластерів. Крім того, важливо враховувати регіональну специфіку та створювати умови для розвитку різноманітних туристичних продуктів.

Туристичний продукт є комплексним явищем, яке включає в себе не тільки матеріальні компоненти (проживання, харчування, транспорт), але й нематеріальні (культурні, історичні, природні ресурси). Саме ця комплексність вимагає особливого підходу до створення та просування туристичних продуктів.

На відміну від промислових продуктів, туристичний продукт формується спільною роботою різних учасників кластера: готелів, ресторанів, туроператорів, транспортних компаній, місцевих виробників сувенірів тощо. Кожен з цих учасників вносить свій внесок у створення унікального туристичного досвіду [11].

Маркетинг відіграє ключову роль у успіху туристичного кластера. Ефективна маркетингова стратегія дозволяє не тільки просувати туристичний продукт на ринку, але й формувати унікальний імідж регіону. Важливо підкреслити, що маркетинг в туристичній сфері має бути інтегрованим і охоплювати всі етапи взаємодії з туристом: від формування першого враження до післяпродажного обслуговування [11].

Сталий розвиток є одним з ключових принципів створення туристичних кластерів. Це означає, що розвиток туризму повинен відбуватися з урахуванням соціальних, економічних та екологічних аспектів. Створення туристичних кластерів повинно сприяти збереженню культурної спадщини, захисту навколишнього середовища та підвищенню якості життя місцевого населення.

Ефект емерджентності є одним з ключових факторів успіху туристичних кластерів. Він проявляється у виникненні нових властивостей і якостей системи в цілому, які не властиві окремим її елементам. Наприклад, взаємодія між туристичними підприємствами, науковими установами та органами

місцевого самоврядування може призвести до створення унікального туристичного продукту, який неможливо було б створити окремими зусиллями [32].

Ядро туристичного кластера формується за рахунок комбінації різних потенціалів: кадрового, наукового, фінансового, організаційно-управлінського, інформаційного, техніко-технологічного та комунікаційного. Кожен з цих потенціалів відіграє важливу роль у забезпеченні конкурентоспроможності кластера. Наприклад, наявність кваліфікованих кадрів сприяє розробці інноваційних продуктів, а фінансові ресурси дозволяють реалізувати масштабні проекти [21].

Інновації є рушійною силою розвитку туристичних кластерів. Завдяки інноваціям кластери можуть адаптуватися до змін зовнішнього середовища, створювати нові продукти і послуги та задовольняти потреби сучасних туристів.

Таким чином, успіх туристичного кластера залежить від його здатності до постійного розвитку та інновацій. Ефект емерджентності, який виникає в результаті взаємодії різних елементів кластера, дозволяє досягти синергетичного ефекту і забезпечити конкурентоспроможність на світовому ринку.

Однією з основних проблем, що стримують розвиток інновацій в туристичних кластерах, є недостатнє розуміння їхньої важливості. Часто інновації розглядаються як другорядний фактор, а не як рушійна сила розвитку. Це пов'язано з низкою причин, зокрема:

- Недостатня співпраця з науковими установами: Туристичні підприємства часто не співпрацюють з науковими установами, що обмежує доступ до нових знань і технологій.
- Орієнтація на стандартні туристичні продукти: Багато туроператорів і турагентів орієнтовані на стандартні туристичні продукти і не готові до впровадження інновацій.

- Відсутність державної підтримки: Недостатня державна підтримка інноваційної діяльності в туристичному секторі [11].

Туризм має значний потенціал для згладжування соціально-економічних диспропорцій та стимулювання розвитку регіонів. Завдяки створенню нових робочих місць, розвитку інфраструктури та підвищенню доходів місцевого населення, туризм може сприяти покращенню якості життя в регіонах.

Кластерний підхід є ефективним інструментом для розвитку туризму. Туристичні кластери дозволяють об'єднати зусилля різних учасників туристичного ринку, таких як готелі, ресторани, туроператори, транспортні компанії та місцеві громади, для створення унікальних туристичних продуктів [11].

Однак, розвиток туризму повинен відбуватися з урахуванням принципів сталого розвитку. Це означає, що необхідно забезпечувати збереження природного та культурного середовища, мінімізувати негативний вплив на довкілля та залучати місцеве населення до процесу прийняття рішень.

Для успішного розвитку туристичних кластерів необхідно створити сприятливе середовище, яке включає в себе розвинену інфраструктуру, кваліфіковані кадри, підтримку з боку держави та ефективну маркетингову стратегію.

Карпатський регіон з його унікальною природою, багатими культурними традиціями та географічною близькістю до туристичного ринку Західної Європи має значний потенціал для розвитку туристичних кластерів. Однак, Карпати - це лише один з багатьох прикладів. В Україні існують й інші перспективні регіони для розвитку кластерів, такі як Запорізький, Чернігівський та Мелітопольський [11].

Кожен туристичний кластер має свою специфіку, яка визначається природними, культурними та історичними особливостями регіону. Наприклад, Карпатський кластер орієнтований на гірський туризм, а Мелітопольський - на пляжний відпочинок.

Для успішного розвитку туристичних кластерів необхідно вирішити ряд проблем, таких як недостатнє фінансування, брак кваліфікованих кадрів та низький рівень цифрової трансформації. Важливу роль у цьому процесі відіграє держава, яка повинна створювати сприятливі умови для розвитку туризму, залучати інвестиції та підтримувати малий і середній бізнес [21].

Кластеризація в туристичній сфері дозволяє консолідувати зусилля різних учасників ринку, підвищити конкурентоспроможність регіону та сприяти сталого розвитку. Однак, для досягнення успіху необхідно враховувати як внутрішні фактори (наприклад, наявність ресурсів, інноваційні можливості), так і зовнішні (конкуренція на світовому ринку, зміна клімату).

Кам'янець-Подільський та його околиці стали яскравим прикладом успішного розвитку туристичного кластера в Україні. Об'єднання зусиль органів місцевої влади, бізнесу, освіти та громадських організацій дозволило створити унікальну туристичну дестинацію. Кластер "Кам'янець" активно розвиває пізнавальний туризм, пропонуючи туристам широкий спектр послуг, від екскурсій по історичних пам'ятках до організації фестивалів та ярмарків. Однак, для подальшого розвитку кластера необхідно вирішити ряд проблем, таких як недостатнє фінансування, брак кваліфікованих кадрів та необхідність диверсифікації туристичних продуктів [21].

Аналіз досвіду створення туристичних кластерів в Україні демонструє різноманітність моделей їх організації. Кластер "Кам'янець-Подільський" є прикладом територіального кластера, який об'єднує різні міста та регіони. Такий підхід дозволяє створювати масштабні туристичні маршрути і залучати більшу кількість туристів. З іншого боку, "Львівський Туристичний Альянс" є прикладом міського кластера, який фокусується на просуванні єдиної туристичної дестинації. Обидва підходи мають свої переваги і недоліки, і вибір моделі кластера залежить від конкретних умов регіону [21].

Заснований у 2002 році, кластер "Оберіг" став піонером в розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Об'єднавши 60 сільських господарств, кластер створив мережу агроосель, які пропонують туристам унікальний

досвід відпочинку на природі. Завдяки спільним зусиллям, учасники кластера розробили нові туристичні продукти, такі як агротуризм, екотуризм та культурний туризм. Кластер "Оберіг" не тільки сприяє розвитку місцевої економіки, але й сприяє збереженню культурної спадщини та природних ресурсів регіону [21].

Для підвищення конкурентоспроможності регіону та забезпечення сталого економічного розвитку необхідно реалізувати комплекс заходів, спрямованих на розвиток туристичної галузі. Основними інструментами такої політики можуть бути:

- Розробка та реалізація інвестиційних програм: Спрямованих на модернізацію туристичної інфраструктури, створення нових туристичних продуктів та підвищення якості послуг.
- Координація дій різних рівнів влади: Створення ефективної системи управління туристичним сектором, що забезпечить узгодженість дій центральних, регіональних та місцевих органів влади.
- Підтримка малого та середнього бізнесу: Створення сприятливих умов для розвитку малих і середніх підприємств в туристичній галузі.
- Розвиток людських ресурсів: Інвестування в підготовку кваліфікованих кадрів для туристичної галузі.
- Маркетинг та просування: Активна промоція регіону на внутрішньому та зовнішньому туристичних ринках.
- Створення сприятливого інвестиційного клімату: Спрощення процедур отримання дозволів, зниження податкового навантаження для інвесторів [21].

Реалізація цих заходів дозволить не тільки збільшити туристичний потік, але й покращити якість життя місцевого населення, створити нові робочі місця та сприяти збалансованому розвитку регіону.

Модель туристичного кластера має ряд особливостей, які відрізняють її від промислової. По-перше, туристичний кластер є споживачо-орієнтованим і фокусується на задоволенні потреб не тільки кінцевого туриста, але й усіх

зацікавлених сторін, включаючи місцевих жителів та бізнес. По-друге, туристичний кластер, як правило, має більш географічно обумовлену специфіку, оскільки його розвиток тісно пов'язаний з природними та культурними особливостями території. По-третє, успіх туристичного кластера залежить від комплексу маркетингових стратегій, спрямованих на просування туристичного продукту та формування позитивного іміджу регіону [21].

Важливим аспектом розвитку туристичного кластера є співпраця між різними учасниками, включаючи готелі, ресторани, туроператорів, місцеву владу та громадські організації. Така співпраця дозволяє створювати унікальні туристичні продукти, підвищувати якість послуг та ефективніше використовувати ресурси.

Інновації також відіграють важливу роль у розвитку туристичного кластера. Впровадження нових технологій, розробка нових туристичних продуктів і послуг дозволяють підвищити конкурентоспроможність кластера на світовому ринку.

Крім того, туристичний кластер повинен дотримуватися принципів сталого розвитку, забезпечуючи збереження природного середовища та культурної спадщини.

Таким чином, успішний туристичний кластер – це динамічна система, яка постійно розвивається і адаптується до змін зовнішнього середовища.

# РОЗДІЛ 2. ТЕНДЕНЦІЇ ТА СУЧАСНІ ТРЕНДИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

## 2.1. Аналіз динаміки формування та інноваційного розвитку туристичних кластерів

Доброякісне конкурентне середовище в туристичному кластері - це динамічна система, в якій велика кількість суб'єктів господарювання, що функціонують на основі прозорих правил і рівних можливостей, конкурують між собою за клієнтів та ресурси. Конкуренція стимулює інновації, підвищує якість послуг та сприяє економічному зростанню регіону. Водночас, конкуренція повинна бути збалансованою і не призводити до монополізації ринку. Важливим компонентом доброякісного конкурентного середовища є соціальна відповідальність бізнесу, спрямована на збереження природних ресурсів та культурної спадщини.

Аналізуючи динаміку розвитку туристичної галузі в Україні, можна зробити висновок про її значний внесок у економіку країни. Згідно з даними Національної туристичної організації України, частка валової доданої вартості, створеної в туризмі, протягом останніх років демонструє стійку тенденцію до зростання. Це свідчить про те, що туризм є не лише важливим джерелом доходів для держави, але й стимулює розвиток суміжних галузей, таких як транспорт, харчування, готельний бізнес та ін. Однак, для подальшого розвитку галузі необхідно подолати ряд викликів, таких як сезонність, недостатня інвестиційна привабливість та конкуренція з іншими країнами [22].

Згідно з даними Національної туристичної організації України з початком військового вторгнення російських військ на територію України, кількість суб'єктів господарювання в туристичному секторі демонструє спад. Так, у 2022 році їх кількість зменшилася порівняно з 2021 роком на 471 одиницю. Водночас, найбільші обсяги реалізації товарів і послуг у сфері туризму припадають на Київ, Одеську, Дніпропетровську та Львівську

області. Київ є лідером за обсягами реалізації послуг у колективних засобах розміщення [21].

Туристична галузь відіграє ключову роль в економіці, проте вона потребує суттєвих змін. Для її розвитку необхідно впроваджувати інноваційні підходи, одним з яких є створення туристичних кластерів.

Ключовою метою створення туристичних кластерів є підвищення конкурентоспроможності регіону та його економічне зростання. Однак, для досягнення цієї мети необхідно вирішити ряд проблем, пов'язаних з відсутністю чіткої стратегії розвитку туризму на регіональному рівні. Більшість регіональних стратегій зосереджені на розвитку туристичної інфраструктури, але не надають достатньої уваги іншим важливим аспектам, таким як створення сприятливого інституційного середовища, залучення інвестицій, підготовка кадрів та просування туристичних продуктів.

Конкурентоспроможність туристичного кластера визначається не лише внутрішніми факторами, такими як якість послуг та інноваційність, але й зовнішнім середовищем, зокрема, політичною стабільністю, економічними умовами та рівнем життя населення. Наприклад, Південно-східний регіон України, незважаючи на значний туристичний потенціал, стикається з низкою проблем, які обмежують його конкурентоспроможність на світовому ринку.

Дослідження туристичних кластерів в Україні виявило чотири основні моделі їх розвитку: інфраструктурну, синергетичну, регіональну та змішану. Кожна з цих моделей має свої особливості та рівень ефективності. Однак, спільними для всіх моделей є проблеми недостатнього фінансування, відсутності чіткої стратегії розвитку та слабкої координації дій між різними рівнями влади. Для вирішення цих проблем необхідно розробити єдину державну стратегію розвитку туристичних кластерів, яка б передбачала не тільки фінансову підтримку, але й створення сприятливого інституційного середовища, розвиток людських ресурсів та просування туристичних продуктів на міжнародних ринках [11].

Однією з основних проблем розвитку туристичних кластерів є нестабільність роботи підприємств, що входять до їх складу, та недостатній рівень кваліфікації персоналу. Крім того, відсутність чіткої державної політики та застаріла науково-методична база гальмують розвиток цієї сфери [21].

Для успішного розвитку туристичних кластерів необхідно вирішити комплекс проблем, пов'язаних з внутрішніми та зовнішніми факторами. Зокрема, потрібно підвищити ефективність управління підприємствами, вдосконалити законодавство та розробити сучасні навчальні програми для підготовки фахівців у сфері туризму [11].

Формування конкурентоспроможності туристичного кластера - це комплексний процес, який вимагає врахування не лише внутрішніх факторів, таких як якість послуг та інновації, а й зовнішніх умов. Природні ресурси, культурна спадщина, рівень розвитку інфраструктури, а також загальний економічний клімат регіону суттєво впливають на успішність розвитку кластера. Тому розвиток туристичних кластерів повинен бути тісно пов'язаний з розвитком регіону в цілому, що передбачає створення сприятливих умов для інвестування, підтримку малого та середнього бізнесу, а також розвиток людського капіталу [32].

Для оцінки ефективності туристичних кластерів необхідно розробити комплексний підхід, який включатиме аналіз синергетичних ефектів для учасників, загальної ефективності кластера та його впливу на соціально-економічний розвиток регіону.

Участь у туристичному кластері дозволяє підприємствам не лише знизити витрати та підвищити конкурентоспроможність, але й отримати доступ до нових технологій та знань, розроблених науково-освітніми організаціями, що входять до складу кластера.

При впровадженні інноваційного туристичного продукту проводиться комплексна оцінка ефективності кластера. Вона включає аналіз фінансових

показників, рівня конкурентоспроможності на різних ринках та використання як кількісних, так і якісних методів оцінки (табл. 2.1).

Таблиця 2.1.

Комплексна оцінка ефективності кластера за допомогою показників

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

Джерело: [21]

Інновації в одному сегменті туристичного кластера запускають ефект доміно, стимулюючи розвиток інших. Коли великі гравці впроваджують нові продукти або технології, це спонукає до інновацій дрібніші компанії, наукові установи та навчальні заклади. Так, новий інноваційний продукт, розроблений одним з учасників кластера, може швидко поширитися по всьому ланцюжку створення вартості завдяки активній співпраці та обміну досвідом.

Туристичні кластери не тільки підвищують конкурентоспроможність окремих підприємств, але й сприяють розвитку всього регіону. Завдяки ефекту масштабу та синергії, кластери дозволяють впроваджувати інновації швидше і ефективніше. Крім того, конкуренція всередині кластера стимулює постійне вдосконалення продуктів і послуг.

Інноваційні кластери в туристичній сфері - це своєрідні "екосистеми", де різні організації (підприємства, наукові установи, навчальні заклади)

взаємодіють між собою, обмінюються знаннями та технологіями, що сприяє розвитку інновацій. Такий підхід дозволяє підвищити конкурентоспроможність регіону на світовому туристичному ринку рис. 2.1.

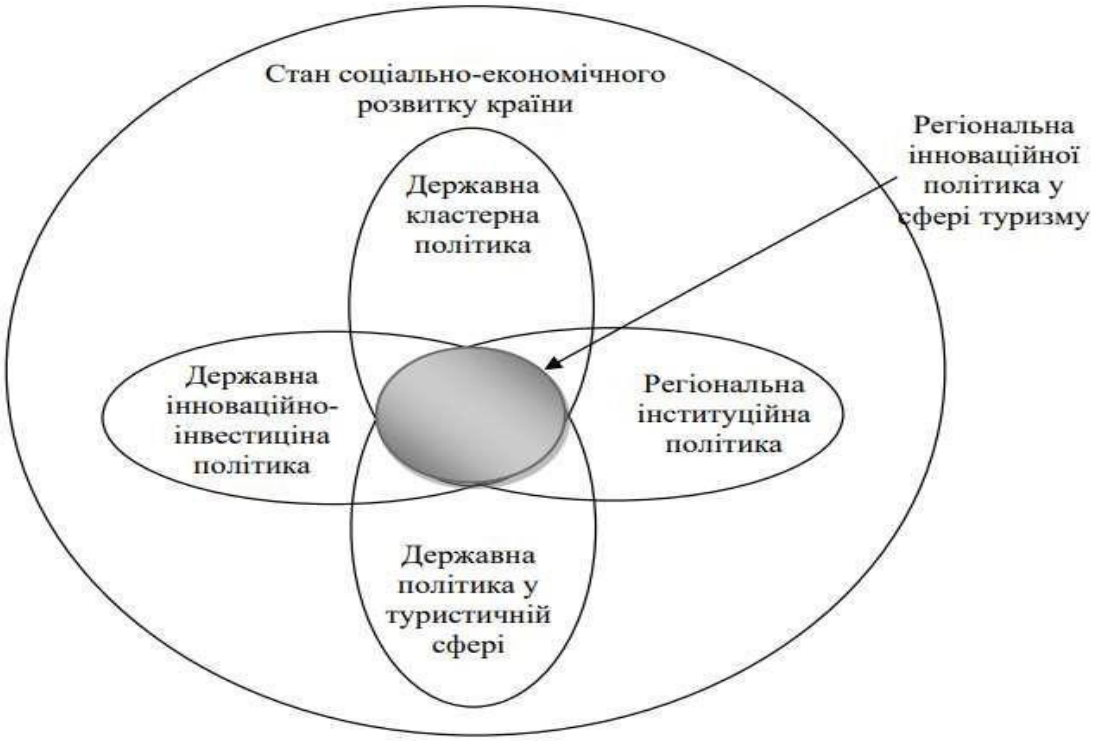



Рис. 2.1. Взаємозв'язок факторів регіональної інноваційної політики у галузі туризму

Джерело: [21].

Ефективність кластерів залежить від багатьох факторів, включаючи:

- Державну політику: створення сприятливого законодавчого середовища, фінансова підтримка, розвиток інфраструктури.
- Регіональні особливості: наявність природних ресурсів, культурної спадщини, рівень розвитку інфраструктури.
- Інноваційна активність: здатність учасників кластера розробляти та впроваджувати нові продукти і технології.
- Співпраця: ефективність взаємодії між учасниками кластера [15].

Формування кластерів - це складний і багатогранний процес, який вимагає активної участі держави, бізнесу та громадянського суспільства.

Вважаємо, що інноваційні туристичні кластери є рушійною силою розвитку регіонів. Їх успіх залежить від багатьох факторів, включаючи наявність кваліфікованих кадрів, розвинену інфраструктуру, сприятливе законодавство та підтримку з боку держави.

Кластерний підхід у туризмі створює унікальне середовище для інновацій та співпраці. Об'єднання підприємств, наукових установ та інших зацікавлених сторін в межах кластера дозволяє:

- Підвищити конкурентоспроможність: Завдяки спільним зусиллям, учасники кластера можуть розробляти інноваційні продукти та послуги, які відповідають сучасним трендам і потребам ринку.
- Створити синергетичний ефект: Взаємодія між учасниками кластера дозволяє ефективніше використовувати ресурси, обмінюватися досвідом та знаннями, що сприяє загальному зростанню.
- Розширити ринки збуту: Завдяки спільним маркетинговим зусиллям та просуванню бренду кластера, учасники можуть вийти на нові ринки та збільшити обсяги продажів.
- Створити сприятливе середовище для інновацій: Кластери стимулюють розвиток інноваційної діяльності, забезпечуючи доступ до фінансування, технологій та кваліфікованих кадрів [13].

Для забезпечення стійкого розвитку туристичної галузі необхідна тісна співпраця держави та бізнесу, спрямована на стимулювання інновацій. Оскільки основний внесок у розвиток туризму вносять внутрішній та в'їзний туризм, саме на цих напрямках слід зосередити спільні зусилля. Держава має створити сприятливі умови для інноваційної діяльності, а бізнес – активно впроваджувати нові технології та продукти. Тільки за таких умов можна повністю розкрити туристичний потенціал країни.

Для успішного розвитку інноваційного туристичного кластера необхідно створити сприятливе середовище, яке забезпечує взаємодію всіх учасників: підприємств, наукових установ, органів влади та місцевих громад.

Оцінка потенціалу регіону дозволить визначити, наскільки він готовий до впровадження інновацій та створення нових туристичних продуктів.

Для того, щоб адекватно оцінити потенціал регіону для розвитку інноваційного туризму, система показників повинна бути максимально комплексною та охоплювати всі аспекти, які впливають на цей процес. Це передбачає використання як кількісних, так і якісних показників, а також застосування єдиної методології для їх розрахунку. Тільки за таких умов можна отримати достовірну оцінку і визначити пріоритетні напрямки розвитку [13].

Інноваційний розвиток туризму вимагає створення сприятливого середовища, яке включає не тільки наявність природних ресурсів, але й розвинену інфраструктуру, високий рівень освіти та інноваційну активність. Оцінка потенціалу регіону дозволить визначити, наскільки він готовий до впровадження нових технологій та продуктів у туристичній галузі (рис. 2.2).

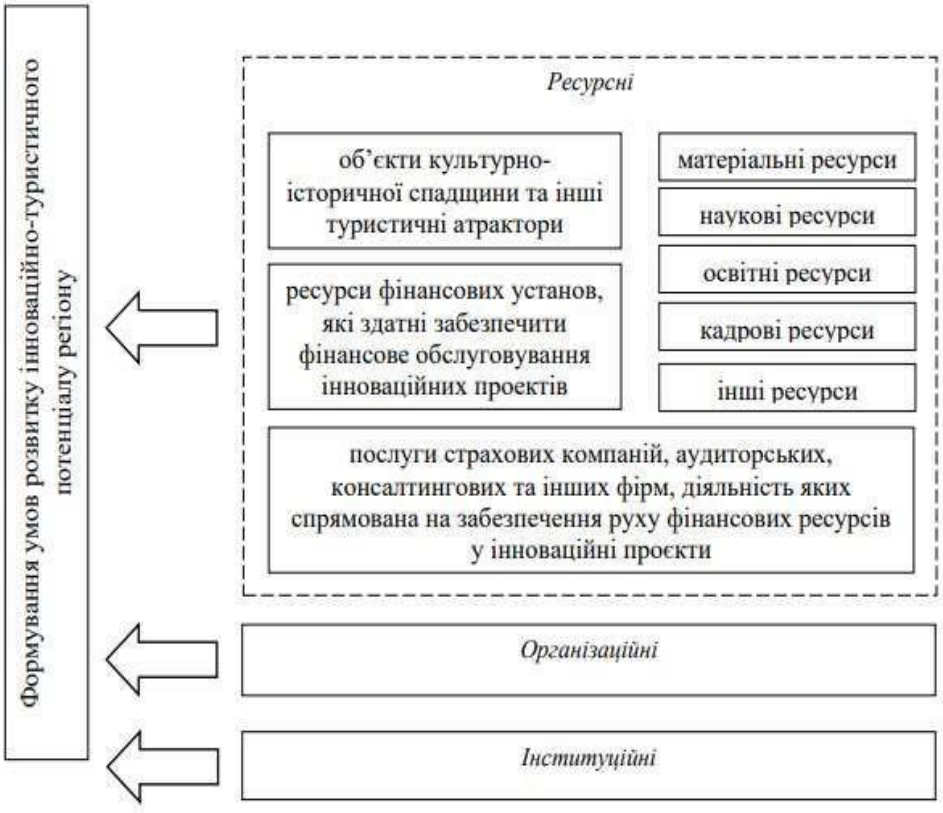



Рис. 2.2. Фактори, які впливають на іінноваційний розвиток туристичної сфери у регіоні

Як видно з рис. 2.2., Для успішного розвитку інноваційного туристичного кластера необхідна наявність наступних ресурсів:

- Матеріальні ресурси: сучасна інфраструктура, обладнання, матеріали.
- Людські ресурси: кваліфіковані кадри, здатні розробляти та впроваджувати інновації.
- Фінансові ресурси: інвестиції, кредити, гранти для фінансування інноваційних проектів.
- Інформаційні ресурси: доступ до наукової інформації, новітніх технологій та кращих практик.
- Інституційні ресурси: сприятливе законодавство, ефективна система управління, підтримка з боку держави.

Крім того, важливу роль відіграють:

- Наявність туристичних атракцій: історико-культурних пам'яток, природних ландшафтів тощо.
- Науково-дослідний потенціал: наявність наукових установ, які займаються дослідженнями в галузі туризму.
- Освітні ресурси: наявність навчальних закладів, які готують фахівців для туристичної галузі [12].

Для забезпечення більшої точності та об'єктивності оцінки інноваційного потенціалу регіону необхідно стандартизувати методику розрахунку. Виключення показників, що характеризують атрактивно-рекреаційний потенціал, дозволить уникнути спотворення результатів, оскільки наявність природних ресурсів є природним фактором, який не завжди пов'язаний з рівнем інноваційної активності. Такий підхід дозволить порівнювати інноваційний потенціал різних регіонів більш точно. Показники, які використовуються з метою оцінки інноваційного потенціалу туристичної галузі представлено в табл. 2.2.

Науково-освітній потенціал регіону визначається не тільки кількістю навчальних закладів, але й рівнем їхньої інноваційної активності. Наявність

наукових шкіл, що займаються дослідженнями в галузі туризму, сприяє розробці нових продуктів та послуг. Крім того, важливо, щоб навчальні заклади брали активну участь у міжнародних проектах, обмінювалися досвідом з іншими університетами та науковими центрами. Це дозволяє підтримувати високий рівень підготовки фахівців та сприяє розвитку інноваційного потенціалу регіону.

Таблиця 2.2

Показники, які використовуються з метою оцінки інноваційного потенціалу туристичної галузі

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

Кількість суб'єктів туристичної діяльності є одним з індикаторів потенціалу регіону для формування туристичних кластерів. Наявність великої кількості підприємств, що працюють у туристичній сфері, сприяє співпраці та

обміну досвідом між ними. Однак, для ефективного функціонування кластера необхідно забезпечити наявність достатньої кількості кваліфікованих кадрів, здатних розробляти та впроваджувати інноваційні продукти та послуги [21].

Інвестиційний потенціал туристичної сфери значно зростає в рамках кластерного розвитку. Кластери об'єднують різні підприємства, наукові установи та органи влади, що дозволяє їм спільно вирішувати проблеми та залучати інвестиції. Інвестори бачать у кластерах стабільні та перспективні проекти, що забезпечують високий рівень повернення інвестицій.

Інституційний потенціал є одним з ключових факторів, що впливають на розвиток інноваційного туризму. Створення сприятливого інституційного середовища сприяє залученню інвестицій, розвитку підприємництва та підвищенню конкурентоспроможності регіону на світовому туристичному ринку.

Індексний метод та метод рейтингування є важливими інструментами для прийняття управлінських рішень в галузі туризму. Індекси дозволяють відстежувати динаміку розвитку інноваційного туризму в регіоні та оцінювати ефективність реалізованих заходів. Рейтинги ж дозволяють порівнювати різні регіони та визначати кращі практики. За результатами такої оцінки можна розробити цільові програми розвитку інноваційного туризму для кожного регіону [13].

Метод рейтингування є універсальним інструментом, який дозволяє порівнювати регіони за різними критеріями. При складанні рейтингу інноваційного туристичного потенціалу можна вибирати різні показники залежно від конкретних цілей дослідження. Наприклад, можна зосередитися на оцінці інноваційної активності підприємств, розвитку інфраструктури, якості людських ресурсів або ефективності державної політики в галузі туризму. Гнучкість методу рейтингування дозволяє адаптувати його до конкретних потреб дослідження.

Результати рейтингування можуть бути використані для розробки та реалізації цільових програм розвитку інноваційного туризму в регіонах.

Регіони з низькими рейтингами можуть отримати додаткову підтримку з боку держави, наприклад, у вигляді фінансових інструментів або консультаційної допомоги. Рейтингування також може стимулювати конкуренцію між регіонами та сприяти обміну кращими практиками [21].

Незважаючи на всі переваги, метод рейтингування має свої обмеження. По-перше, результати рейтингу можуть залежати від вибору критеріїв та ваг, які присвоюються кожному критерію. По-друге, рейтинги можуть бути схильні до суб'єктивної оцінки експертів. Тому для отримання більш достовірних результатів необхідно залучати до проведення дослідження фахівців з різних галузей та використовувати різноманітні методи статистичного аналізу [21].

Процес моніторингу та оцінки результативності реалізації державної регіональної політики має на меті:

- Відстеження динаміки розвитку регіонів: аналіз змін показників за певний період часу.
- Ідентифікацію проблемних зон: виявлення регіонів, які відстають у розвитку.
- Оцінку ефективності державної політики: визначення, наскільки заходи, що вживаються державою, сприяють досягненню поставлених цілей.
- Коректування політики: внесення змін до державної регіональної політики на основі отриманих результатів моніторингу та оцінки [13].

Для досягнення цих цілей використовується система показників, яка дозволяє оцінити різні аспекти розвитку регіонів.

Результати моніторингу та оцінки використовуються для прийняття обґрунтованих управлінських рішень на різних рівнях: від державного до місцевого. На основі отриманих даних розробляються цільові програми розвитку регіонів, розподіляються ресурси та коригуються існуючі політики. Регулярний моніторинг та оцінка дозволяють забезпечити зворотній зв'язок між розробниками політики та її реалізаторами.

Порівняльна оцінка інноваційного потенціалу областей відображена в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3.

Порівняльна оцінка інноваційного потенціалу областей

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

Отримані результати рейтингування свідчать про тісний зв'язок між чисельністю населення регіону та рівнем його інноваційного розвитку в туристичній сфері. Це пояснюється тим, що саме люди є генераторами нових ідей та рушійною силою інноваційних процесів. Чим більше населення в регіоні, тим більше потенційних носіїв інноваційних ідей та тим вищий шанс на появу нових продуктів і послуг [14].

Часто спостерігається кореляція між рівнем урбанізації та інноваційною активністю. Великі міста є центрами притягання талантів, інвестицій та інноваційних ідей. Концентрація населення в містах сприяє створенню мереж співпраці, що є важливим фактором для розвитку інновацій. Однак, слід зазначити, що не завжди великі міста є найбільш інноваційними. Важливу роль відіграють також якість інституцій, рівень освіти та інвестиції в наукові дослідження.

Створення туристичних кластерів запускає процес взаємодії та обміну досвідом між учасниками, що призводить до синергетичного ефекту. Інновації, що виникають в одному підприємстві, швидко поширюються на інші, стимулюючи подальший розвиток. Крім того, кластери стають джерелом нових знань та технологій, які можуть бути використані в інших регіонах. Таким чином, кластери не тільки сприяють розвитку інновацій на локальному рівні, але й сприяють поширенню інновацій на більш широкий географічний простір.

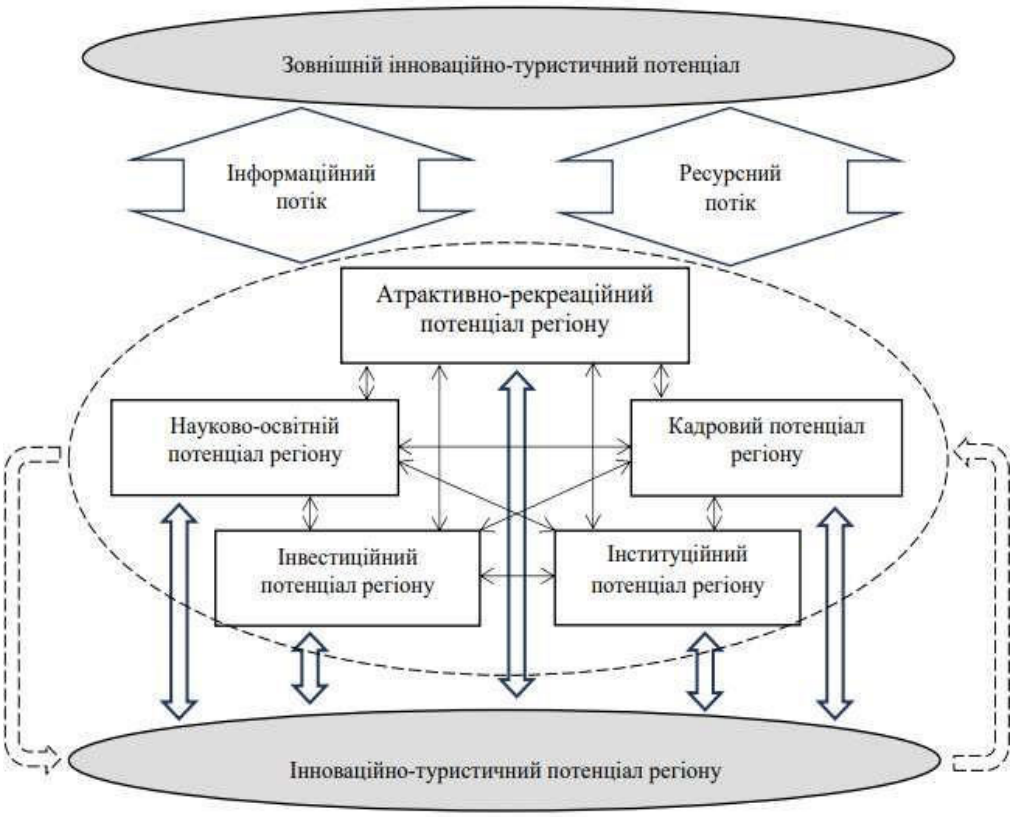



Рис. 2.3. Схема інноваційного розвитку туристичної галузі регіону

Джерело: [13].

Аналіз даних свідчить про те, що розвиток інноваційно-туристичного потенціалу регіону є процесом взаємопов'язаних змін. Зростання одного компоненту потенціалу стимулює розвиток інших, створюючи ефект синергії. При цьому, ключову роль відіграє інституційне середовище. Сприятливі умови для інноваційної діяльності, створені на рівні регіону, дозволяють не лише підсилити існуючі конкурентні переваги, але й створити нові можливості для розвитку. Таким чином, інноваційний туризм може стати потужним драйвером економічного зростання та соціального розвитку регіонів.

## 2.2. Розвиток кластеризації туристичної сфери в Дніпропетровській області

Враховуючи значний туристичний потенціал Дніпропетровського регіону, доцільно розглянути можливість використання кластерного підходу для стимулювання інновацій у туристичній галузі. Такий підхід дозволить

об'єднати зусилля різних суб'єктів господарювання, наукових установ та органів влади для розробки та впровадження нових туристичних продуктів та послуг, що відповідають сучасним вимогам ринку.

Проведемо поглиблений аналіз статистичних даних Головного управління статистики Дніпропетровської області за період до 2023 року з метою виявлення ключових тенденцій та факторів, що впливають на розвиток туристичної галузі регіону. Отримані результати послужать основою для формулювання прогнозів щодо майбутнього розвитку туризму в Дніпропетровській області [13].

Таблиця 2.4

Загальна кількість туристів Дніпропетровського регіону у 2003-2023 рр

| Рік | Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього | у тому числі | | |
|---|---|---|---|---|
| | | в'їзні (іноземні) туристи | виїзні туристи | внутрішні туристи |
| 2003 | 125422 | 12004 | 15665 | 97752 |
| 2004 | 103173 | 11711 | 17293 | 74173 |
| 2005 | 103324 | 17189 | 21332 | 64799 |
| 2006 | 125402 | 14772 | 35543 | 75093 |
| 2007 | 168433 | 15676 | 81120 | 71635 |
| 2008 | 164465 | 8656 | 82820 | 72985 |
| 2009 | 105724 | 4873 | 49897 | 50955 |
| 2010 | 105415 | 1122 | 48788 | 55503 |
| 2011 | 64475 | 16 | 45939 | 18515 |
| 2012 | 68303 | 105 | 52983 | 15215 |
| 2013 | 81242 | 28 | 68504 | 12717 |
| 2017 | 56805 | — | 49540 | 7263 |
| 2018 | 46126 | — | 38926 | 7195 |
| 2019 | 57772 | — | 49994 | 7776 |
| 2020 | 75524 | 1 | 68043 | 7482 |
| 2021 | 116986 | — | 107752 | 9229 |
| 2022 | 154216 | 2 | 136215 | 17998 |
| 2023 | 78106 | — | 73202 | 4898 |

Джерело: [40]

Аналіз туристичних потоків у Дніпропетровській області за період з 2003 по 2023 роки виявив два пікові періоди: 2007-2008 та 2019 роки. Характерною особливістю першого піку було зростання всіх видів туризму, тоді як у 2019 році спостерігалося зростання лише внутрішнього та виїзного туризму. Глобальна економічна криза 2008 року призвела до різкого падіння туристичної активності в регіоні, відновлення якого розпочалося лише у 2017 році [12].

Аналіз динаміки туристичних потоків показав, що різні види туризму по-різному реагують на економічні кризи та карантинні обмеження. Виїзний туризм виявився найбільш стійким до внутрішніх економічних потрясінь, таких як девальвація гривні, проте сильно постраждав від глобальних обмежень, пов'язаних з пандемією COVID-19. Внутрішній туризм, навпаки, більш чутливий до внутрішніх криз, але менш залежний від зовнішніх обмежень. В'їзний туризм виявився найбільш вразливим до всіх видів криз.

Аналіз даних за 2018-2023 роки свідчить про трансформацію структури туристичного бізнесу в регіоні. Спостерігається тенденція до зменшення кількості юридичних осіб та зростання кількості фізичних осіб-підприємців, що займаються туристичною діяльністю. Цей процес, ймовірно, обумовлений бажанням бізнесу оптимізувати податкове навантаження.

Таблиця 2.5

Загальна кількість туроператорів у Дніпропетровському регіоні за період 2021-2023 рр.

| Рік | Кількість туристичних операторів і туристичних агентів | | |
|---|---|---|---|
| | 2021 р. | 2022 р. | 2023 р. |
| Юридичні особи | 129 | 131 | 103 |
| Фізичні особи-підприємці | 237 | 313 | 311 |

Джерело: складено автором за даними [22]

Великі туристичні компанії, завдяки своїй диверсифікації та фінансовим ресурсам, демонструють вищу стійкість до економічних циклів. Їхня здатність швидко адаптуватися до змін ринкового попиту, а також забезпечувати

достатню пропозицію туристичних послуг, робить їх важливими стабілізуючими факторами на туристичному ринку. Це особливо важливо в умовах нестабільності, коли попит на туристичні послуги може різко змінюватися.

Зниження попиту на транспортні послуги внаслідок пандемії призвело до дисбалансу між пропозицією та попитом на ринку колісного транспорту. Особливо гостро ця проблема торкнулася малих підприємств, які не змогли швидко адаптуватися до нових умов і зменшити свої витрати.

Дані свідчать про те, що значна частина внутрішніх туристів у Дніпропетровському регіоні обирає самостійно планувати свої подорожі, а не користується послугами туристичних агентств. Це може бути пов’язано з кількома факторами: нижчим рівнем доходу середньої частини населення, наявністю дешевших, але не зареєстрованих варіантів розміщення, бажанням уникнути додаткових витрат на послуги посередників, а також обмеженим вибором стандартних туристичних маршрутів, пропонованих агентствами [21].

Основна причина фокусування туристичних агентств на виїзному туризмі полягає в тому, що саме там їхні послуги сприймаються клієнтами як високоцінні. Клієнти готові платити за:

Комплексність послуг: бронювання авіаквитків, готелів, трансферів, екскурсій, оформлення віз.

Експертність: консультації щодо вибору напрямку, рекомендації щодо відпочинку, допомогу в уникненні проблемних ситуацій.

Гарантії: захист від фінансових ризиків, надання страховки.

Унікальні пропозиції: доступ до ексклюзивних турів та маршрутів, які клієнти не зможуть організувати самостійно.

Економія часу: звільнення клієнтів від необхідності самостійно займатися організацією подорожі.

Саме тому туристичні агенти, які беруть участь у створенні та просуванні кластерних туристичних продуктів, отримують можливість

пропонувати своїм клієнтам унікальні та конкурентоспроможні туристичні послуги.

Дніпропетровська область має значний економічний потенціал, але зіштовхується з проблемами, зокрема, зносом основних фондів у сфері туризму, високим рівнем безробіття та негативним сальдо туристичного балансу. Створення туристичних кластерів може стати ефективним інструментом для вирішення цих проблем. Об'єднання зусиль підприємств у рамках кластерів дозволить залучити інвестиції, модернізувати інфраструктуру, створити нові робочі місця та розробити унікальні туристичні продукти, які зроблять регіон більш привабливим для туристів [21].

Підхід до розвитку туристичних підприємств в Дніпропетровській області повинен бути комплексним, охоплюючи як економічні, так і соціальні аспекти. Створення туристичних кластерів є перспективним рішенням для вирішення багатьох проблем регіону, включаючи безробіття, знос інфраструктури та низький рівень життя населення. Однак, для успішної реалізації цього підходу необхідно подолати ряд перешкод, які гальмують розвиток кластерів в регіоні.

Результати дослідження свідчать про те, що туристичні кластери можуть стати потужним драйвером розвитку Дніпропетровського регіону. Інтеграція навчальних закладів, фінансових установ та спеціалізованих компаній в структуру кластерів дозволить створити ефективну екосистему, яка сприятиме інноваціям, підвищенню якості туристичних послуг та залученню інвестицій.

Дослідження в галузі кластерного розвитку свідчать про те, що через різноманіття економічних, наукових, технологічних та географічних факторів, які діють у різних регіонах і галузях, не існує єдиного шаблону для створення кластерів. Міжгалузеві взаємозв'язки підприємств у кожному конкретному випадку настільки унікальні, що унеможливлюють застосування стандартних моделей. Крім того, відсутність єдиного методу розвитку кластерів підтверджує їхню індивідуальність та залежність від конкретних умов.

Ми вважаємо, що створення туристичних кластерів у Дніпропетровській області має грунтуватися на глибокому розумінні місцевих особливостей. Для цього пропонується використати модель "Даймонд" Майкла Портера. Ця модель дозволить оцінити конкурентні переваги регіону та визначити напрямки розвитку кластерів.

Природні ресурси Дніпропетровщини, такі як річки, озера та ліси, створюють сприятливі умови для розвитку туризму. Однак, демографічні процеси, що відбуваються в регіоні, є серйозним викликом для туристичної галузі. Скорочення населення і від'ємний природний приріст можуть обмежити кількість потенційних туристів та працівників туристичної сфери. Незважаючи на ці труднощі, позитивна динаміка продуктивності праці вказує на потенціал для подальшого розвитку туристичного бізнесу в регіоні [21].

Аналіз фінансових показників туристичних підприємств Дніпропетровської області за 2018-2023 роки свідчить про позитивну динаміку. Зокрема, спостерігається зростання як оборотних активів, так і власного капіталу. Це вказує на те, що туристичний бізнес в регіоні є інвестиційно привабливим та демонструє стійкий розвиток.

Туристична інфраструктура Дніпропетровської області пропонує широкий спектр послуг. Регіон має різноманітні заклади розміщення, від готелів люкс до більш бюджетних варіантів, що дозволяє задовольнити потреби різних категорій туристів.

Розвинена транспортна інфраструктура Дніпропетровської області є важливим фактором для розвитку туризму. Наявність залізничних, автомобільних, водних шляхів сполучення та аеропортів забезпечує доступність регіону для туристів і створює умови для розвитку різних видів туризму, таких як водний, автотуризм та авіатуризм.

Впровадження сучасних інформаційних технологій в туристичний бізнес Дніпропетровської області полегшує доступ підприємств до необхідної інформації та сприяє розвитку нових сервісів. Випускники місцевих

університетів, які мають знання в галузі інформаційних технологій та туризму, є рушійною силою цих процесів.

Співпраця туристичних підприємств з науковими установами та фахівцями різних галузей є ключовою для забезпечення їхньої конкурентоспроможності. Завдяки доступу до нових знань та технологій, підприємства можуть розробляти інноваційні продукти та послуги, підвищувати якість обслуговування та ефективність своєї діяльності.

Розвинена фінансова система Дніпропетровської області є важливим фактором для розвитку туристичного бізнесу. Банки та страхові компанії надають необхідні фінансові ресурси для інвестування в туристичні проекти, що сприяє їхньому зростанню та розвитку [13].

В Дніпропетровській області функціонує ряд інституцій, що підтримують розвиток підприємництва. Регіональний фонд підтримки підприємництва, Дніпровський обласний бізнес-центр та Дніпровський державний центр науково-технічної і економічної інформації надають підприємцям широкий спектр послуг, включаючи консультації, фінансування та доступ до інформаційних ресурсів. Дніпровська торгово-промислова палата забезпечує взаємодію між владою та бізнесом.

Наявність спеціалізованих наукових установ в регіоні створює сприятливі умови для розвитку туристичного бізнесу. Науково-технічні розробки, що здійснюються в цих установах, можуть бути успішно впроваджені в туристичну галузь, надаючи їй конкурентні переваги. Крім того, наукові установи можуть сприяти формуванню кластерів, забезпечуючи їх науково-технічною інформацією та підтримуючи інноваційні проекти.

# РОЗДІЛ 3. ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ НА ОСНОВІ КЛАСТЕРНОГО ПІДХОДУ

Комплексність і масштабність завдань, пов'язаних зі створенням туристичних кластерів, вимагають розробки детальної концепції, яка визначить стратегічні цілі, пріоритети та механізми реалізації проекту.

Ключовим фактором успіху туристичних кластерів є ефективний обмін інформацією між їхніми учасниками. Завдяки розвитку інформаційних технологій, географічна відстань перестає бути обмеженням для співпраці. Це дозволяє створювати кластери, які об'єднують підприємства з різних регіонів і навіть країн.

Незважаючи на те, що туристичні продукти, створені в рамках кластерів, зазвичай прив'язані до конкретної географічної локації, сам процес їх створення не обов'язково вимагає тісного географічного розташування учасників. Це означає, що поняття кластеру в туризмі не обмежується лише територіальною близькістю підприємств [13].

Процес розвитку туристичних кластерів є динамічним і вимагає постійного адаптування до змін зовнішнього середовища. Для ефективного управління кластером необхідно чітко визначити етапи його розвитку та розробити відповідні заходи на кожному етапі.

Кластер є платформою для створення нових продуктів та послуг, але не всі продукти потребують такої платформи. Індивідуальні підприємства можуть успішно виробляти і продавати свою продукцію без участі в кластері. Тим не менш, для складних і інноваційних продуктів, особливо в туристичній сфері, співпраця в рамках кластерів є більш ефективною [13].

Життєвий цикл кластера тісно пов'язаний з життєвим циклом продукту, який він виробляє. Кластер створюється для виробництва певного продукту або групи продуктів і припиняє свою діяльність після того, як ці продукти втрачають свою актуальність на ринку.

Інноваційні туристичні продукти зазвичай створюються в рамках кластерів, де підприємства тісно співпрацюють для обміну знаннями та ресурсами. Процес формування кластера починається з моменту появи ідеї нового продукту і закінчується його виведенням на ринок.

Процес створення туристичного кластера можна розділити на три основні етапи:

Формування концепції: На цьому етапі здійснюється пошук інноваційних ідей для туристичних продуктів, аналізується ринок, визначається цільова аудиторія та розробляється детальна концепція продукту.

Створення прототипу кластера: На цьому етапі відбувається об'єднання ключових учасників, розподіляються ролі та відповідальність, розробляється бізнес-план і залучаються необхідні ресурси.

Розгортання кластера: Цей етап передбачає реалізацію бізнес-плану, запуск нового продукту на ринок, створення необхідної інфраструктури та постійний моніторинг ефективності кластера.

Ефективність процесу обґрунтування ідеї залежить від складу команди, яка бере участь у цьому процесі. Команда повинна включати фахівців з різних галузей, таких як маркетинг, туризм, фінанси, для того щоб забезпечити комплексну оцінку ідеї.

Щоб стимулювати появу нових ідей в туристичній сфері, необхідно створити сприятливе середовище, яке б сприяло творчості та інноваціям. Це передбачає забезпечення свободи думки, доступ до інформації, а також створення платформ для обміну ідеями між різними учасниками ринку [13].

Не всі ідеї, що виникають, мають потенціал для успішної реалізації. Для того, щоб відсіяти неперспективні ідеї та обрати найкращі, необхідно провести ретельний аналіз. Цей процес передбачає оцінку ринкового потенціалу, доступності ресурсів, а також потенційних ризиків. Тільки після такого аналізу можна прийняти рішення про подальшу розробку ідеї.

Кластери створюються для того, щоб стимулювати інновації та підвищити конкурентоспроможність регіону. В умовах глобалізації і посилення конкуренції, інновації стають ключовим фактором успіху будь-якого підприємства.

Для успішного розвитку кластерів необхідне створення відповідного інституційного середовища. Це включає в себе розробку законодавства, що підтримує кластерну діяльність, а також створення організацій, які надають підтримку підприємствам. Важливо залучати до цього процесу всіх зацікавлених сторін.

На нашу думку, без ініціативи "знизу" більшість інституційних структур та механізмів, запроваджених "згори", не зможуть ефективно функціонувати, що призведе до негативних наслідків, зокрема, до спотворення та дискредитації самої ідеї кластеризації. У цьому контексті ініціатива "знизу", що походить від широкого кола учасників конкурентного та насиченого ринку туристичних послуг, є необхідною умовою. Вона має стати результатом діалектичного розвитку цього ринку. За такого підходу до формування інституційного забезпечення кластерних процесів буде залучено значну кількість ринкових гравців, що дозволить їм безпосередньо впливати на ці процеси та сприятиме формуванню усвідомлення їхньої доцільності, логіки та послідовності.

Неефективність ініціатив "згори" без ініціативи "знизу":

1. Ініціативи, що спускаються "згори" (від органів влади, великих компаній тощо), часто не враховують реальні потреби та інтереси учасників ринку. Без зворотного зв'язку та залучення "знизу" (від малих та середніх підприємств, місцевих громад) такі ініціативи можуть бути формальними, неефективними або навіть шкідливими.

2. Негативні наслідки: спотворення та дискредитація кластерної ідеї: Невдалі спроби створення кластерів "згори" можуть призвести до розчарування в самій ідеї кластеризації та втрати довіри до цього інструменту розвитку.

3. Ініціатива "знизу" як обов'язкова умова: Ініціатива "знизу" забезпечує врахування реальних потреб та інтересів учасників ринку, їхню зацікавленість у співпраці та готовність до активної участі в кластерних процесах.

4. Формування ініціативи "знизу" в результаті діалектичного розвитку ринку: Ініціатива "знизу" не повинна бути штучно створеною, а має виникати природним шляхом в результаті розвитку ринкових відносин, усвідомлення учасниками ринку спільних інтересів та необхідності співпраці.

5. Залучення широкого кола учасників ринку: Залучення до формування інституційного забезпечення кластероутворення широкого кола учасників ринку забезпечує представництво різних інтересів та сприяє прийняттю більш збалансованих та ефективних рішень.

6. Розуміння доцільності, логіки та послідовності кластерних процесів: Залучення учасників ринку до формування інституційного забезпечення кластероутворення сприяє формуванню у них глибокого розуміння суті кластерної ідеї, її доцільності, логіки та послідовності реалізації. Це підвищує їхню мотивацію до участі в кластерних проєктах та забезпечує їхню активну підтримку.

Отже, ініціатива "знизу" є критично важливою для успішної реалізації кластерних ініціатив. Вона забезпечує врахування реальних потреб та інтересів учасників ринку, сприяє формуванню довіри та підтримки, а також забезпечує стійкість та довгостроковий розвиток кластерів [32].

Інституційне забезпечення процесів формування та функціонування кластерів у туристичній сфері, своєю чергою, охоплює такі ключові аспекти:

1. Розробку відповідного документального забезпечення: Цей пункт передбачає створення нормативно-правової бази, що регулює діяльність туристичних кластерів.

2. Планування стратегічного розвитку туристичної сфери регіону на основі інноваційних інвестиційних проєктів та програм: Цей аспект стосується розробки стратегій та планів розвитку туризму в регіоні з урахуванням кластерного підходу та залучення інвестицій в інноваційні проєкти.

3. Побудову системи відносин в рамках приватно-муніципального партнерства: Цей пункт передбачає налагодження ефективної взаємодії між приватним сектором та органами місцевого самоврядування для спільного розвитку туристичних кластерів.

4. Формування комплексу взаємозв'язків між елементами інституційного забезпечення процесів формування та функціонування кластерів: Цей аспект стосується створення ефективної системи взаємодії між різними інституціями, що беруть участь у формуванні та функціонуванні туристичних кластерів [21].

Важливо підкреслити, що створення інформаційного середовища з інтенсивним та вільним обміном інформацією, існування висококонкурентного ринку туристичних послуг та наявність інституційного забезпечення для формування та функціонування туристичних кластерів є взаємозалежними процесами, що відбуваються одночасно, взаємно підсилюючи та стимулюючи один одного. З огляду на це, нижче буде представлено комбінацію концептуальних передумов, що сприяють переходу економічних суб’єктів до кластерної моделі господарювання (рис. 3.1).

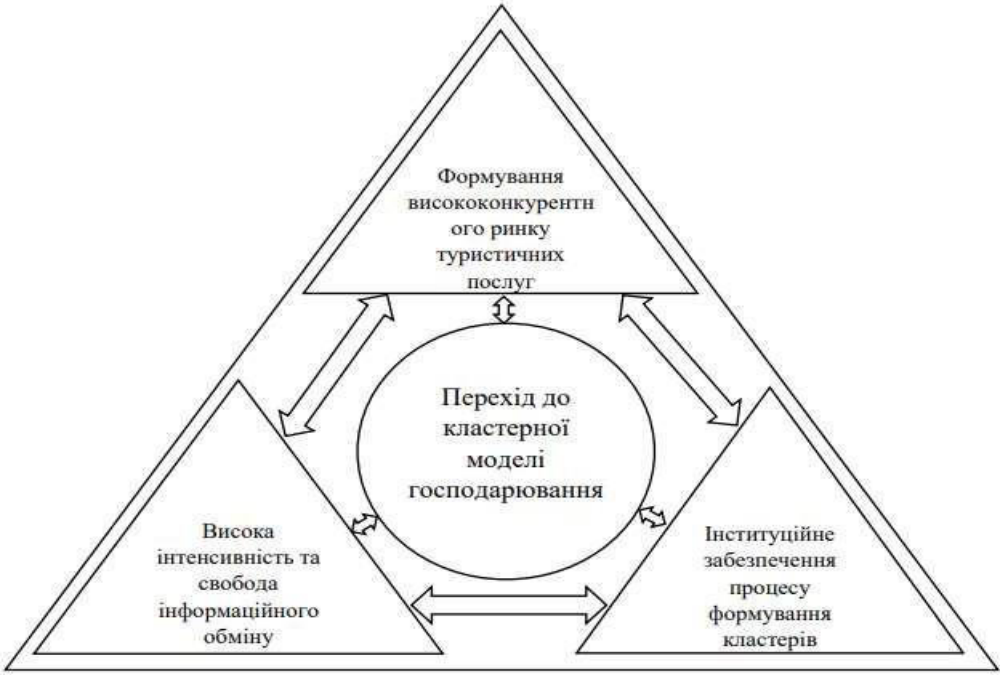



Рис. 3.1. Кластерна модель господарювання

Джерело: [9].

Формування кластерів - це багатоступеневий процес. Першим кроком має бути розвиток туристичного ринку та створення конкурентоспроможних туристичних продуктів. Лише після цього можна говорити про створення кластерів як інструменту для подальшого розвитку галузі.

Першочерговим завданням є формування для Дніпропетровської області позитивного іміджу для бізнесу (так званого "business friendly" іміджу). Це передбачає максимальне спрощення процесу реєстрації підприємницької діяльності та відкриття регіональних представництв, а також зменшення кількості інспекцій з боку контролюючих органів, особливо позапланових. Окрім цього, на початковій стадії розвитку економіки регіону, доцільно здійснювати моніторинг співвідношення попиту та пропозиції на ринку офісної нерухомості, щоб запобігти різкому підвищенню орендної плати та забезпечити її стабільність на прийнятному рівні. Зазначений моніторинг можливо реалізовувати через регулювання видачі дозволів на будівництво або зміну цільового призначення існуючих будівель у центральній частині міста Дніпра та інших великих населених пунктах області [13].

Створення сприятливого іміджу для бізнесу та туризму в регіоні неможливе без розвитку відповідної інфраструктури. Результати опитування туристичних груп, які відвідали Дніпро в рамках дводенного туру «Грушевський Кут» у жовтні 2018 року, проведеного організаторами цього туру, виявили низку проблемних аспектів. Серед них слід відзначити недостатній розвиток інфраструктури, зокрема, у сферах проживання, харчування та транспортного сполучення; значні відстані між об'єктами культурної спадщини; невідповідність вартості туру рівню наданих послуг; а також низьку якість придорожнього сервісу [13].

Якість дорожньої інфраструктури є одним з ключових факторів, що впливають на розвиток туризму в регіоні. Відсутність належних доріг, відсутність зручних місць для відпочинку та заправок створюють негативний імідж регіону і відлякують туристів. Для вирішення цієї проблеми необхідний комплексний підхід, який включає в себе не тільки ремонт доріг, але й

розвиток придорожньої інфраструктури, а також популяризацію водного транспорту.

Транспортна доступність є одним з найважливіших факторів, що впливають на розвиток туризму. Недостатня розвиненість транспортної інфраструктури в Дніпропетровській області стримує розвиток туристичної галузі. Для вирішення цієї проблеми необхідно розвивати всі види транспорту, включаючи автомобільний, залізничний, водний та авіаційний [13].

Екологічні проблеми є серйозною перешкодою для розвитку туризму в Дніпропетровській області. Високий рівень забруднення довкілля негативно впливає на здоров'я населення та зменшує привабливість регіону для туристів. Для вирішення цієї проблеми необхідний комплексний підхід, який включає в себе не тільки очищення вже забруднених територій, але й попередження подальшого забруднення, розвиток екологічно чистого виробництва та підвищення екологічної свідомості населення.

Для підвищення туристичної привабливості Дніпропетровської області необхідно проводити більш детальні дослідження природних, історичних та культурних особливостей регіону. Результати цих досліджень дозволять розробити нові туристичні маршрути та продукти, які будуть задовольняти потреби сучасних туристів.

Залучення громадськості до процесу розробки нових туристичних продуктів є важливим кроком для підвищення їхньої привабливості. Конкурси ідей можуть стати ефективним інструментом для залучення місцевих жителів до участі в розвитку туризму.

Реалізація нових туристичних проектів вимагає значних інвестицій. Для залучення інвесторів необхідно розробити детальні бізнес-плани та провести техніко-економічне обґрунтування проектів.

# ВИСНОВКИ

Туризм - це динамічна сфера соціально-економічних відносин, яка базується на тимчасовому переміщенні людей з місця постійного проживання з метою задоволення різноманітних потреб (відпочинок, оздоровлення, пізнання, релігійні потреби тощо). Туризм пропонує споживачам комплекс послуг і продуктів, що сприяють відновленню їхньої працездатності, особистісному розвитку та розширенню світогляду. Завдяки своєму інформаційно-видовищному характеру, туризм сприяє міжкультурному діалогу, економічному зростанню та збереженню культурної спадщини, при цьому враховуючи принципи сталого розвитку.

Аналіз сучасного стану туристичної галузі в Україні свідчить про необхідність кардинальних змін. Традиційні підходи до розвитку туризму виявилися неефективними і не дозволяють досягти бажаних результатів. Для того, щоб зробити український туризм конкурентоспроможним на світовому ринку, необхідно перейти до інноваційних моделей розвитку. Це передбачає розробку індивідуальних стратегій для кожного регіону, враховуючи його природні, культурні та історичні особливості. Крім того, важливо розвивати партнерські відносини між державними органами, бізнесом та громадськими організаціями для спільного вирішення завдань розвитку туризму.

Інноваційний туристичний потенціал є важливим фактором розвитку туристичної галузі. Кластерний підхід є ефективним інструментом для стимулювання інновацій та підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Для успішної реалізації інноваційних проектів необхідно створити сприятливе середовище, що включає в себе підтримку з боку держави, розвиток інфраструктури, залучення інвестицій та співпрацю з науковими установами.

Кластер – це динамічна система, що складається з географічно зосереджених взаємозалежних компаній і організацій, які спільно використовують спільні ресурси та інфраструктуру для створення нових

продуктів, технологій і послуг. Кластер характеризується тісною співпрацею між учасниками, що дозволяє досягти синергетичного ефекту та підвищити конкурентоспроможність на глобальних ринках. Інноваційна діяльність в кластері охоплює широкий спектр напрямків, від розробки нових продуктів до впровадження нових бізнес-моделей.

Для формування конкурентоспроможних туристичних підприємств необхідно створювати сприятливі умови на регіональному рівні. Це включає в себе розвиток природних ресурсів, збереження культурної спадщини, підтримку освіти та науки, а також сприяння розвитку підприємництва. Держава повинна забезпечити комплексну підтримку цих процесів.

Кластерні об'єднання можуть стати платформою для співпраці між різними регіонами. Завдяки обміну інформацією та досвідом, регіони можуть спільно розробляти інноваційні туристичні продукти та залучати більше туристів.

Кластерний розвиток є самопідсилювальним процесом. Взаємодія між підприємствами, науковими установами та органами влади в рамках кластерів сприяє створенню синергетичного ефекту, що позитивно впливає на інноваційний потенціал регіону. Для забезпечення сталого розвитку кластерів необхідно постійно вдосконалювати інституційне середовище.

Великі готельні комплекси виконують роль стабілізатора туристичного ринку Дніпропетровської області. Завдяки своїм фінансовим ресурсам та можливостям адаптації вони забезпечують резерв місць для розміщення туристів, що дозволяє згладжувати коливання попиту.

Розвиток туристичних кластерів в Дніпропетровській області може стати потужним драйвером економічного зростання. Завдяки створенню нових робочих місць, залученню інвестицій та розвитку супутніх галузей, туризм може значно збільшити валовий регіональний продукт і підвищити рівень життя населення.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авершин С. В., Міщенко В. А., Фадєєв В. А. Стратегічні напрями розвитку регіонального інноваційного промислового кластеру. Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит. 2021. № 3-4 (157-158). С. 34-42.

2. Авершин С.В., Міщенко В.А. Еволюція і тенденції регіональної інноваційної кластерної стратегії. Науково-практичний журнал «Економічні студії».2021. № 2 (32). С. 34-39.

3. Андрусяк Н.С. Рекреаційно-туристичні кластери як ефективний інструмент міжрегіональної та міжнародної співпраці. Географія та туризм. 2014. Випуск 28. С.75-86.URL: https://tourlib.net/statti_ukr/andrusjak.htm

4. Багрій М. В. Кластер – перспективний напрям розвитку туристично-рекреаційного регіону. Ефективна економіка. 2014. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3168

5. Бочан І. О. Інтеграційні процеси кластеризації у туризмі: публічно-приватне партнерство. Вісник Львівського інституту економіки і туризму. Львів: ЛІЕТ. 2016. № 11. С. 59-65.

6. Басюк Д. І., Корж Н. В. Управління туристичними дестинаціями. Вінниця: Едельвейс і К. 2017. 322 с.

7. Безугла Л. С. Регіональні особливості розвитку екотуристичної діяльності в Україні: порівняльний аналіз. Вісник економічної науки України. 2020. № 2 (39). С. 50-57.

8. Безугла Л.С. Синергетичний гістерезис як інноваційне явище в екотуристичній інфраструктурі.. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки». 2020. № 2. С. 201-209. DOI: 10.31359/2312 -3427 -2020 - 2 -210

9. Білогур С.Ю. Розвиток інституційних парадигм кластерної концепції в туризмі. Європейський вектор економічного розвитку. 2019. №2 (27). С.7-14. URL: https://eurodev.duan.edu.ua/images/PDF/2019/2/3.pdf

10. Білогур С.Ю. Дослідження інновацій кластерного підходу у 192 туристичній сфері. Міжнародна науково-практична конференція «Перспективи розвитку науки, освіти та суспільства в контексті євроінтеграції», 7 жовтня 2022 р., м. Полтава, ЦФЕНД. С. 29-31. URL: http://www.economics.in.ua/2022/09/7-2022.html

11. Білогур С.Ю. Формування політики кластеризації підприємств туристської галузі: теоретичні підходи. Матеріали Всеукраїнської науковопрактичної конференції «Соціально-відповідальне суспільство: український та європейський контекст розвитку». м. Мелітополь : Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, 10 грудня 2021 р. С.55-57. URL: http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/15828/1/-Sbornik.pdf

12. Білорус О. Г. Проблеми глобальної модернізації та імперативи неоіндустріалізації транзитивних країн. Економічний часопис – XXI. 2012. № 9-10.

13. Бондаренко Л.А. Інструменти підвищення якості туристичних послуг в умовах конкуренції. Вісник харківського національного університету 193 імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». 2021. № 13. С.233- 240.

14. Бойко М. Г. Ціннісно орієнтоване управління в туризмі [Текст]. Київ: КНТЕУ. 2010. 524 с.

15. Болотна О. В. Індустрія туризму в структурі зовнішньоекономічної діяльності України [Електронний ресурс]. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2413.

16. Борисюк О.А. Туристичний маркетинг як інструмент дослідження регіонального туристичного ринку. Географія та туризм: зб. наук. праць. К.: Альтер-прес, 2015. Вип. 33. С.29-37.

17. Борущак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: монографія. Львів: ІРД НАН України, 2006. С.30-31.

18. Босовська М.В. Особливості інтеграційних процесів в туризмі. Ефективна економіка. 2014. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3155

19. Бочан І. О. Інтеграційні процеси кластеризації у туризмі: публічно-приватне партнерство. Вісник Львівського інституту економіки і туризму. Львів: ЛІЕТ, 2016. № 11. С. 59-65.

20. Буткевич О. В. Кластер як об'єкт господарсько-правової політики держави: актуалізація проблеми. Юрист України. 2013. № 4. С. 43-49. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/uy_2013_4_9

21. Верховна рада України. Про затвердження Порядку та Методики проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації державної регіональної політики (назва з екрану). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/856-2015-%D0%BF#Text

22. Врахович І.М., Матвійчук Л.Ю, Смаль Б.А. Розвиток індустрії гостинності в сучасних умовах: тенденції та заходи посилення конкурентних 194 переваг. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. 2021. №6 (41) . С.494–502.

23. Всеукраїнська експертна мережа. URL: http://www.experts.in.ua/-regions/detail.php?ID=4316

24. Вовк К.М. Управління розвитком подієвого туризму в регіоні : дис. д-ра філософії : 64.055.015. ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Харків. 2021. 264 с.

25. Волковська Г. Г., Яновський П. О. Теоретичні основи кластероутворення: закордонний та вітчизняний досвід. Наукоємні технології. 2013. № 3 (19) . С.324.

26. Волосович С.В. Кластерна стратегія розвитку вільних економічних зон. Екон. вісн. ун-ту: зб. наук. пр. 2015. Вип. 25/1. С. 33-37.

27. Георгіаді Н.Г., Князь С.В. Ефекти від впровадження інформаційних систем управління на підприємствах. Логістика – Львів: Вісник НУ «Львівська політехніка». 2004. №499. С.205-206.

28. Гоблик В.В., Дем'ян Я.Ю. Кластерні ініціативи регіонів в умовах інтеграційних процесів України. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 5. С. 678-683.

29. Головне управління статистики у Дніпропетровській області. Туризм. URL: http://www.dneprstat.gov.ua/statinfo/tur/

30. Голод А.П. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування: монографія. Львів : ЛДУФК, 2017. 350 с.

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

32. Гонтаржевська Л.І. Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств України: Дис. канд. екон. наук: 08.05.01. Ін-т світ. економіки і міжнародних відносин НАН України. К., 2006. 201 с.

33. Герасименко Т.В., Шаповал В.М., Шаповал І.А. Управління розвитком туристичної галузі України в умовах євроінтеграції (на прикладі 195 Дніпропетровської області). Функціонування та перспективи розвитку туристичної галузі України : монографія. Львів : 2018. С. 86–97.

34. Герасименко Т.В., Шаповал В.М., Бєлобородова М.В. Формування та розвиток конкуренції в ринковій економіці (на прикладі туристичної індустрії України). Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2018. №18. С. 43-51.

35. Гріднєв М.А. Характерні риси кластероутворення в регіонах України. Економіка і суспільство. 2018. № 14. С. 588–596.

36. Гурська І.С., Герасимів З.М. Фактори розвитку туристичного бізнесу в умовах ринку. Агросвіт. 2019. № 20. С.88–92.

37. Демінська Ю.В., Надтока Т.Б. Кластери як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств і регіонів. Економіка і маркетинг в умовах всесвітньої інтеграції: проблеми, досвід, передова думка. Донецьк, ДонНТУ. 2011. С. 65-68.

38. Дегтярьова І.О. Наукові та практичні аспекти застосування кластерного підходу в управлінні конкурентоспроможністю регіонів України. [Електронний ресурс]. URL: http://academy.gov.ua/ej/ej13/txts/Degtyaryova.pdf.

39. Єрмакова О.А. Підвищення конкурентоспроможності приморських регіонів України на основі кластерної моделі: монографія. Одеса: Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, 2011. 221 с.

40. Економіка туризму: теорія та практика / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. К. : Центр учбової літератури, 2014. 544 с.

# ДОДАТКИ

## Додаток А

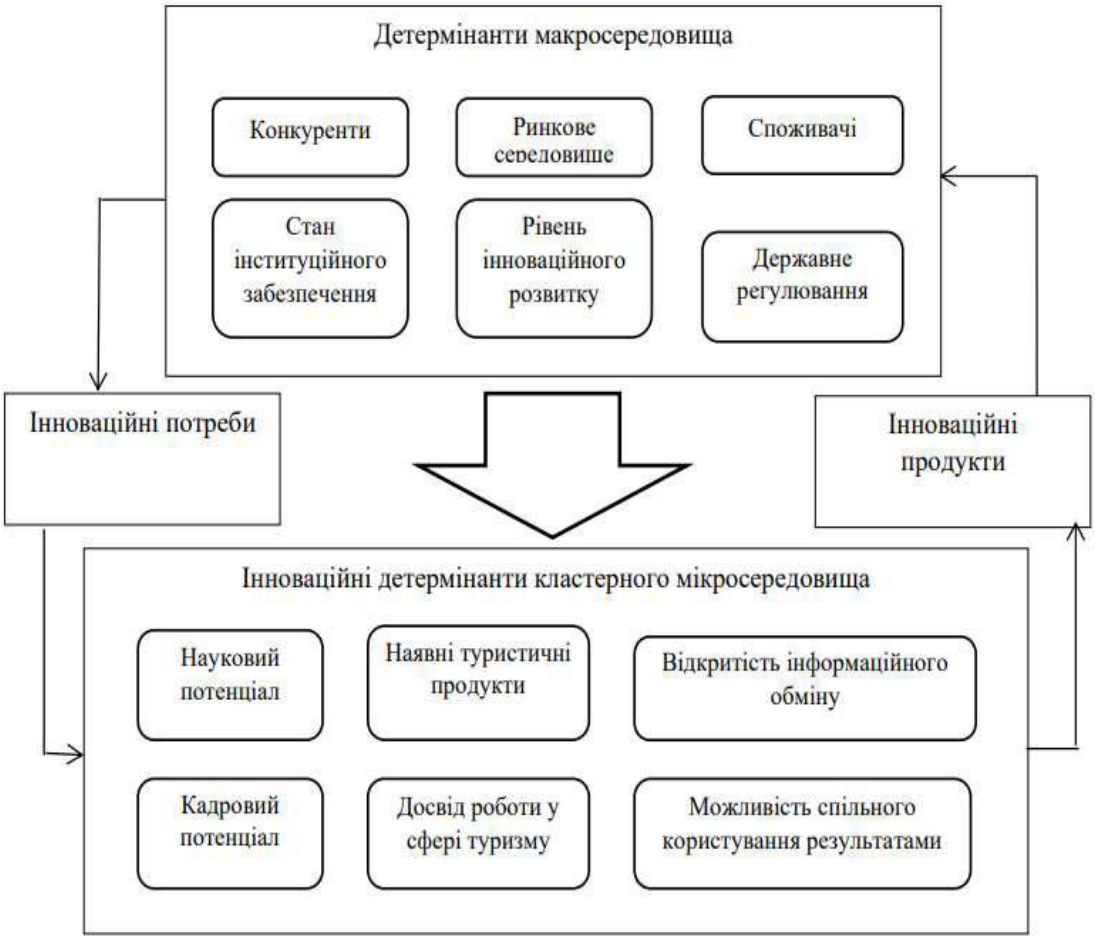



Рис. 1. Процесно-орієнтована схема інноваційної активності кластера

Джерело: [7].

**Додаток Б**

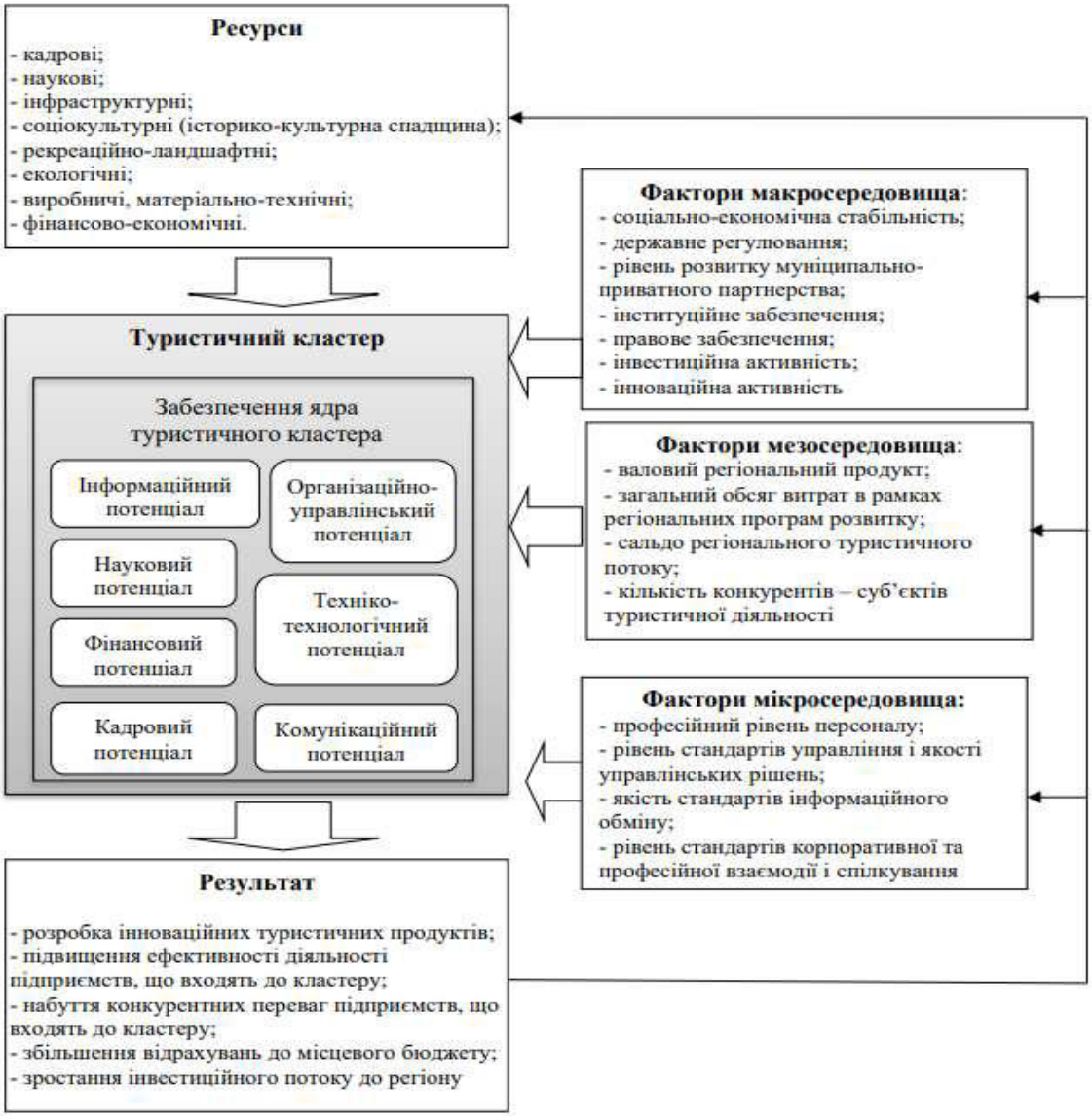



Рис. 2. Процесно-орієнтована схематична модель діяльності туристичного кластеру.

Джерело: [21].

**Додаток В**

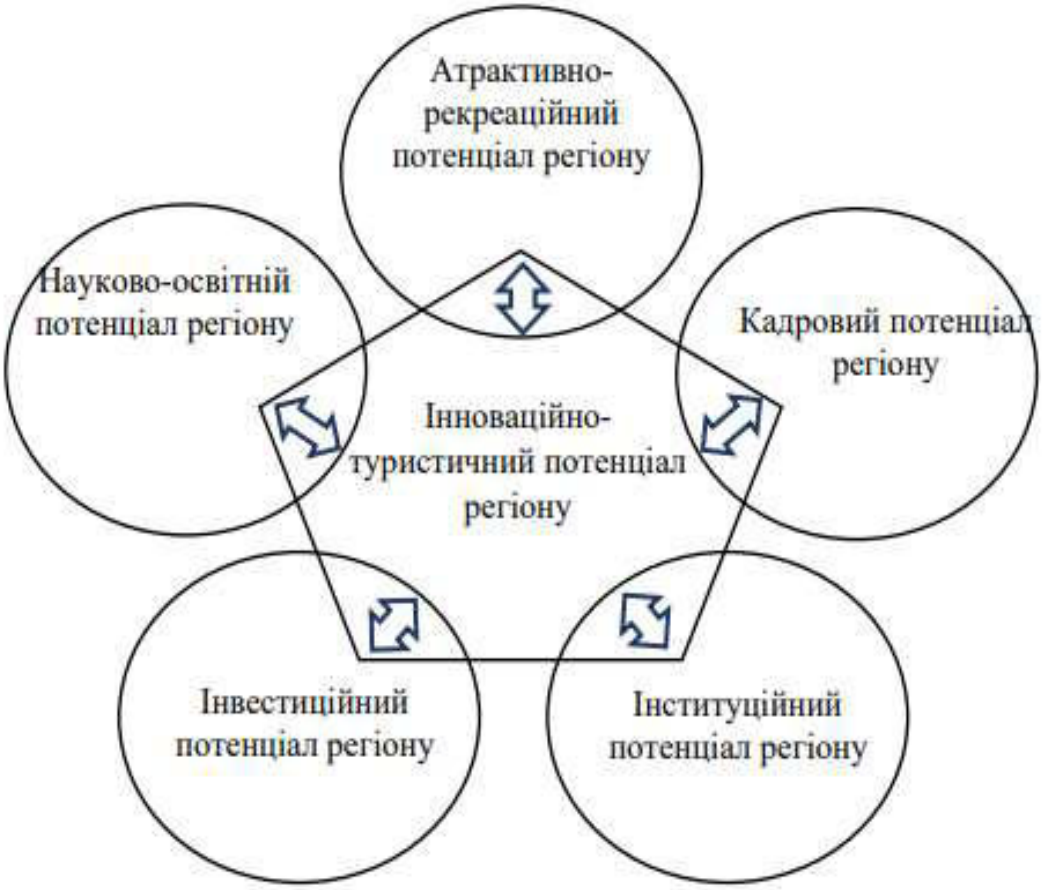



Рис. 3. Складові інноваційно-туристичного потенціалу регіону

Джерело: [11].

**Додаток Д**

Таблиця 1.

Сфери діяльності, які підтримують розвиток туризму в Дніпропетровській області

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