

3. Khorunzhiy, M. *Agricultural policy*. Kyiv: Edition KhNEU, 2010. Print.
4. "The Doctrine of National Reform and Development of the agroindustrial complex of Ukraine". Web. <http://minagro.gov.ua>.
5. Hasuha, L. "Development of agriculture as a basis for ensuring food security". *Economist* 9 (2012): 44–46. Print.
6. Merho, A., and V. Kolesnik. "Ways to Market improving food security of Ukraine". *Business Inform* 7 (2011): 73–77. Print.
7. Dzhuryk, N.G., et al. "Food Security Ukraine". *Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine* 21.4 (2011): 189–195. Print.
8. Krupin, V.E., and J.J. Pushak. "Formation aspects of food safety in Ukraine". *Economic information* 47 (2012): 70–80. Print.
9. Chlapak, A. "Food security and the role of livestock in its maintenance". *Economy of Ukraine* 12 (2012): 83–91. Print.

**Рецензенти:**

**Ткачук І.Г.** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів ДВНЗ "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника";

**Криховецька З.М.** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів ДВНЗ "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника"

**УДК 334.722.01: 332.12**

**ББК 65.49**

**Петлін І.В.**

**ФОРМУВАННЯ ТРАНСКОРДОННИХ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ ЯК  
ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ СІЛЬСЬКОГО  
ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ**

Європейський університет, Львівська філія,  
Міністерство освіти і науки України,  
кафедра економіки та підприємництва,  
79019, м. Львів, вул. Кушевича, 5,  
тел.: 0671390090,  
e-mail: irinapetlin1979@mail.ru

**Анотація.** У статті обґрунтовано необхідність формування транскордонних туристичних кластерів, зокрема агротуристичних як одного з ефективних засобів стимулювання розвитку туризму, поглиблення інтеграційних процесів, створення конкурентних турпродуктів, розбудови туристичної інфраструктури, створення сприятливого інвестиційного середовища тощо. Продемонстровано структуру транскордонного агротуристичного кластера та запропоновано низку завдань щодо активізації його функціонування на різних рівнях формування.

**Ключові слова:** туризм, сільський зелений туризм, кластер, транскордонне співробітництво, транскордонний агротуристичний кластер.

**Annotation.** This paper substantiates the necessity of forming cross-border tourism clusters, including agro-tourism as an efficient tool of tourism development stimulating, of integration process deepening, of competitive tourism products creation, of tourist infrastructure development, of favorable investment environment creation and so on. The structure of cross-border agro-tourism cluster and a range of tasks of its functioning enhancing at different levels of formation is demonstrated.

**Keywords:** tourism, rural green tourism, cluster, cross-border cooperation, cross-border, agriturismo cluster.

**Вступ.** Туризм є одним із перспективних видів діяльності в Україні. Беручи до уваги позитивну динаміку його розвитку, потрібно враховувати й те, що існують проблемні сторони його функціонування. Серед них варто виділити ті, які мають найбільш вагомий вплив – це нестабільність законодавчої бази, низька конкурентоспроможність

вітчизняного турпродукту, низький рівень розвитку інфраструктури (у тому числі й туристичної), державного фінансування тощо. Саме ці дестабілізуючі фактори стримують розвиток туристичної сфери, не сприяють підвищенню її конкурентоспроможності й інтегрованості в європейську систему сфери туристичних послуг.

**Постановка завдання.** Поглиблення глобалізаційних та інтеграційних процесів спричиняється створенням і розвитком конкурентного середовища в усіх секторах і галузях економіки, серед них і в туризмі, який супроводжується зміцненням конкурентоспроможності цієї сфери на міжнародному, національному, регіональному та транскордонному туристичних ринках, зміною технологій, модернізацією транспортної й соціальної інфраструктури, інтернаціоналізацією ділової активності та ін.

Для активізації туристичної співпраці прикордонних регіонів сусідніх країн як основи їх соціально-економічного розвитку, координації спільних дій щодо вирішення окремих проблем, підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів і туристичної інфраструктури, створення та просування туристичних продуктів (послуг), посилення конкурентоспроможності інтегрованого транскордонного регіону вважаємо за доцільне використання новітніх форм оптимізації територіально-виробничого господарства на прикордонних територіях України й Польщі, зокрема, однією з таких форм є транскордонні кластери [1, с.270].

Формування транскордонних кластерів виступає інноваційним елементом міждержавної господарської співпраці, що сприяє динамічному й стійкому соціально-економічному розвитку прикордонних регіонів.

В останні роки особливого значення набуло поширення кластеризації в туризмі, у т. ч. транскордонної. Для України, і перш за все Західного регіону, насамперед, притаманним є формування українсько-польського туристичного кластера.

Особливості формування та функціонування кластерів досліджували у своїх працях такі українські та зарубіжні вчені, як М.Портер, С.Соколенко, М.Войнаренко, Н.Мікула, В.Борщевський, О.Дейнека, М.Борушак, М.Долішній, Ю.Зінько, В.Євдокименко, В.Кравців, Р.Федан, Ю. Мігущенко та ін.

**Результати.** Хоч у вітчизняному законодавстві поняття “кластер” ще не знайшло свого відображення, проте в деяких проектах воно активно пропагується (Концепція створення кластерів в Україні [2], Концепція Національної стратегії формування та розвитку транскордонних кластерів [3]). На законодавчому рівні ці документи не отримали схвалення, однак дали поштовх формуванню інституційного середовища кластерної моделі розвитку територій.

Виходячи з регіональної програми з міжнародного й транскордонного співробітництва, європейської інтеграції на 2012–2014 рр. [4] у формуванні та розвитку транскордонних туристичних кластерів, зокрема і сільських, можуть бути визначені такі поняття, як агротуристичний кластер, заснований на співпраці інноваційно спрямованої, територіально локалізованої, міжгалузевої інтегрованої структури з елементами мережевої організації, яка сформована на базі сільськогосподарського виробництва та включає різні сфери АПК, що входять у ринковий ланцюжок створення доданої вартості, а також обслуговуючі, інфраструктурні організації та національні й локальні інституції підтримки сільгоспвиробників.

Під агротуристичним кластером ми розуміємо систему інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових і додаткових послуг із приводу створення спільного туристичного продукту.

Слід зазначити, що структура транскордонного агротуристичного кластера є достатньо складна (табл. 1).

Структура транскордонного агротуристичного кластера

Компоненти агротуристичного кластера	Учасники
Туристичний блок	Туристичні фірми, готелі та інші заклади з тимчасового проживання, сільські садиби, атракційні об'єкти, об'єкти природно-заповідного фонду, інфраструктурні заклади
Виробничий блок	Виробники продукції (послуг), що мають пряме чи опосередковане відношення до діяльності суб'єктів СЗТ
Науково-освітній блок	Освітні заклади, здатні забезпечити потреби у висококваліфікованих кадрах, наукові установи, які відповідають за стратегію розвитку туризму в цілому та СЗТ зокрема
Управлінський блок	Керівники організацій, що утворили кластер, представники фінансово-кредитних інститутів та органів державного управління і влади, які координують дії учасників об'єднання

Джерело: сформовано автором.

Основними напрямками роботи таких кластерів можуть бути:

- формування спільних туристичних продуктів;
- позиціонування українсько-польського туризму на міжнародних ринках;
- забезпечення покращення соціально-економічних показників прикордонних регіонів шляхом збільшення зайнятості населення;
- забезпечення сприятливих умов для господарювання в туристичній сфері тощо.

Ураховуючи проблемні сторони діяльності суб'єктів туристичної сфери, особливо актуальною сьогодні є розробка заходів щодо стимулювання та підвищення ефективності їх функціонування. Головними першочерговими заходами мають стати розробки:

- пілотних туристичних кластерів;
- спільних тематичних туристичних продуктів;
- спільного бренда для промоції на міжнародних туристичних ринках, участь під цим брендом на виставково-ярмаркових заходах.

Особливим етапом формування кластерної туристичної структури є інституціоналізація кластерної ініціативи, тобто створення конкретної організації. Це може бути й організація, яка була ініціатором створення кластера, проте в деяких випадках створюється окреме господарське (селянське) об'єднання.

Члени сільського зеленого кластера мають вирішувати, яка структура співпраці більше підходить їхній галузі та бізнес-культурі. Для ефективності процесу в майбутньому кластерному розвитку потрібно мати постійно діючу організацію до того, як почнеться спад першого ентузіазму. Процес формування кластера може тривати 12–24 місяці, але іноді це відбувається набагато швидше – за декілька місяців. Ідеальною кінцевою точкою є фінансово та професійно стійка організація, що продовжує залишатися активним членом групи лідерів.

У той самий час динаміка туристичних обмінів між Україною та Польщею у 2005–2012 рр. характеризується позитивними тенденціями (рис. 1).

У докризовий період спостерігалось зростання обсягів туристичних потоків у країни. Частка польських туристів у загальному обсязі в'їзного потоку в Україну достатньо вагома (12–21%), а відвідувань українськими туристами Польщі менш істотна (6–9%). При цьому обсяги туристичних потоків між Україною та Польщею значно більші, ніж туристичні обміни з іншими країнами, а зростання динаміки туристичних обмінів власне саме прикордонним регіонам, що підтверджує теоретичну доцільність активізації українсько-польського транскордонного туристичного співробітництва [5, с.8].

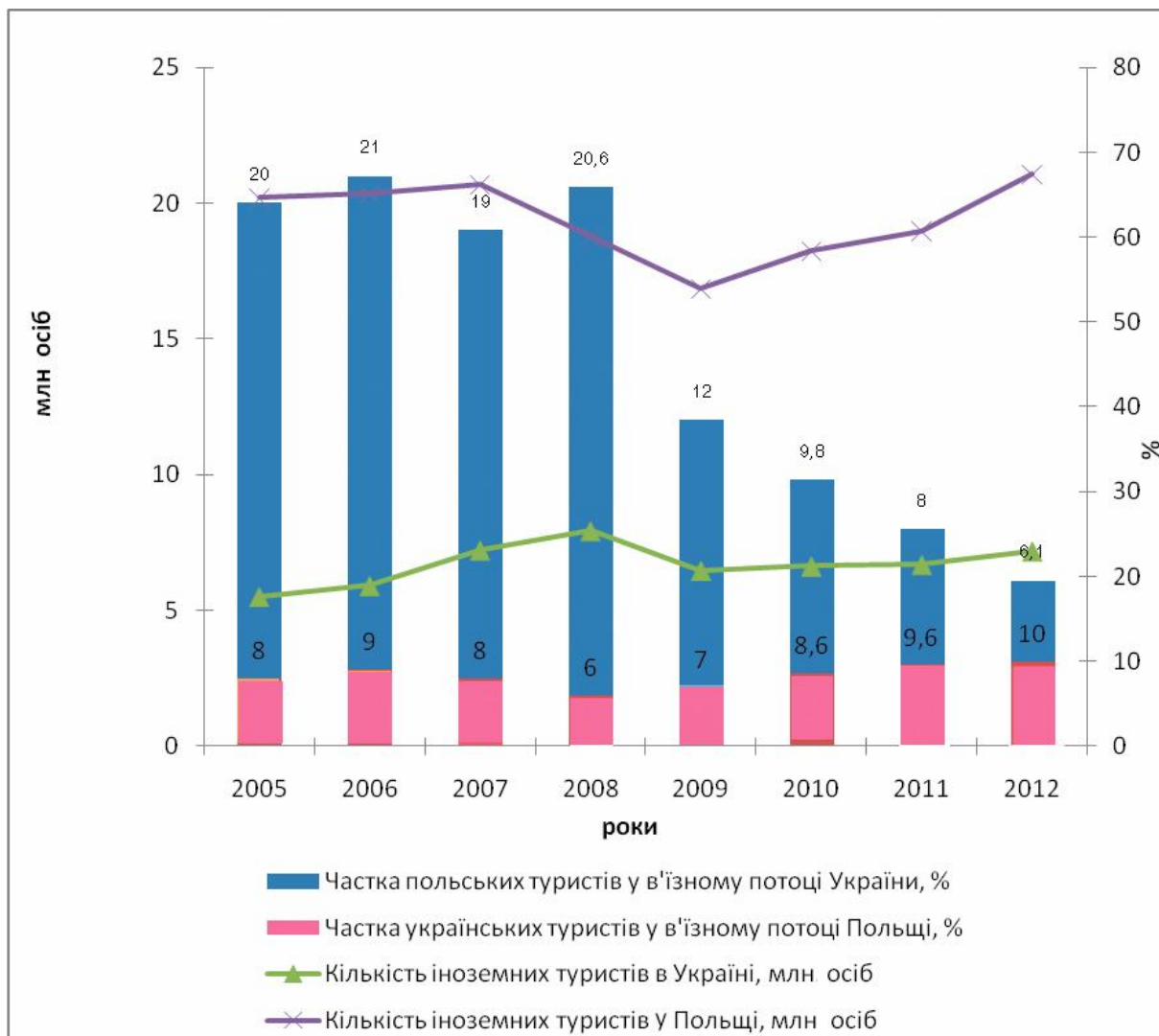


Рис. 1. Динаміка туристичних обмінів між Україною та Польщею, 2005–2012 рр.  
Джерело: розраховано автором на основі [6; 7].

Сьогодні варто окреслити потенційні ризики в процесі створення агротуристичного кластера, серед яких найбільш вагомими є: відсутність довіри між членами кластера, що не дає їм брати на себе навіть малі спільні інституціональні обов'язки; складність створення агротуристичного кластера; достатньо низький імідж агротуристичного кластера тощо.

Імідж агротуристичного кластера – це сприйняття тих організацій, які в нього входять, що закріплене у свідомості людей і складається з таких компонентів: імідж товару, імідж споживачів товару, внутрішній імідж організації, імідж власника, імідж персоналу, візуальний імідж організації, соціальний імідж організації, бізнес-імідж організації тощо.

Процес формування іміджу агротуристичного кластера й туристичного продукту сільського зеленого туризму (СЗТ) зображено на рис. 2.

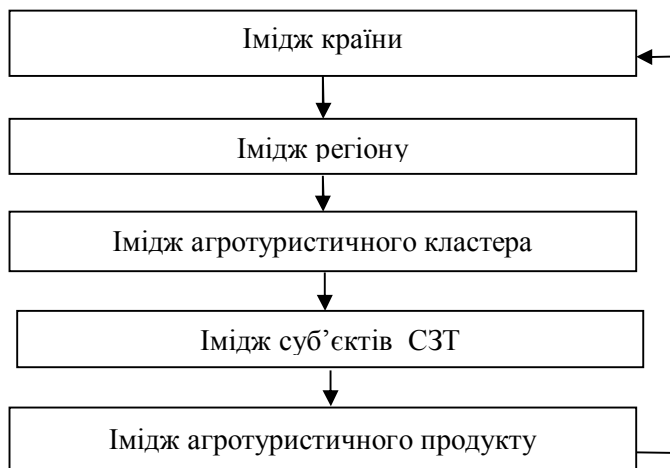


Рис. 2. Взаємозв'язок іміджу країни, суб'єктів СЗТ та агротуристичного продукту  
Джерело: сформовано автором.

Структуру іміджу транскордонного агротуристичного кластера можна зобразити таким чином (рис. 3):

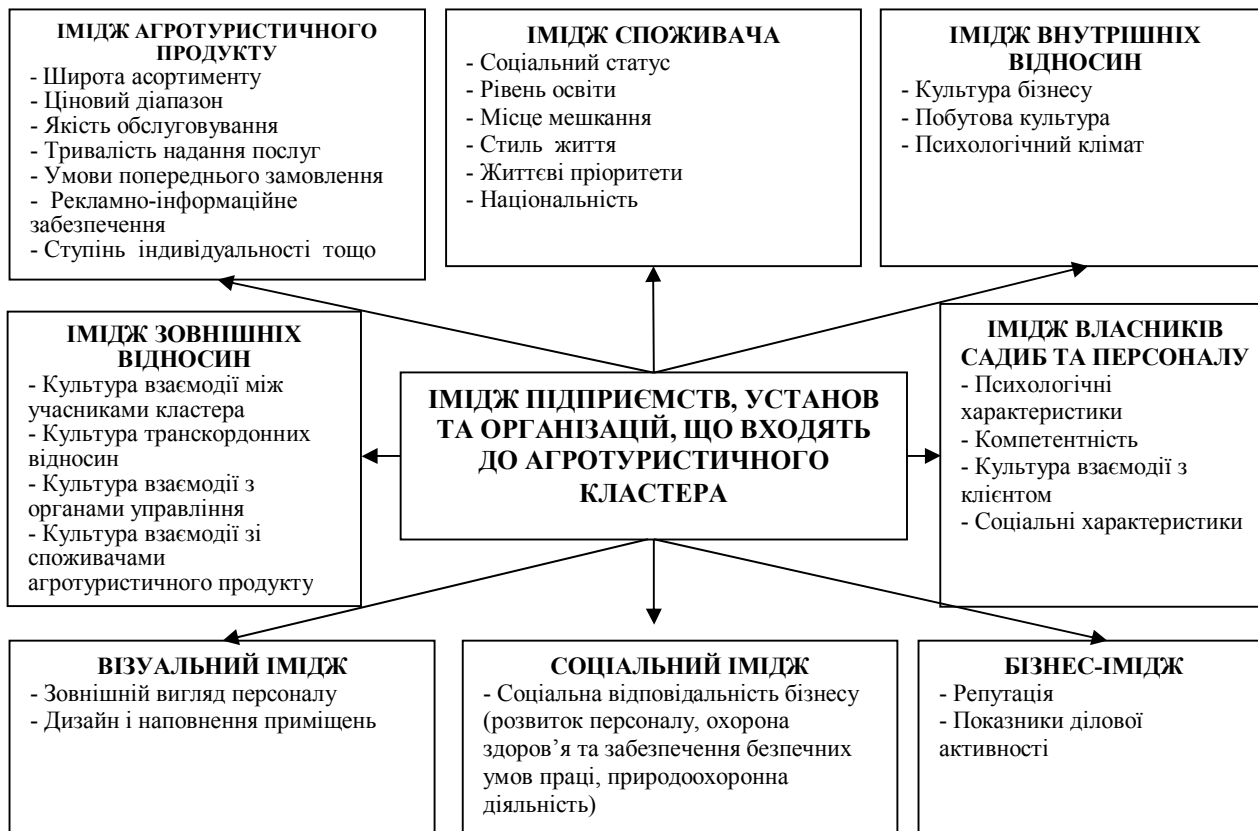


Рис. 3. Структура іміджу транскордонного агротуристичного кластера  
Джерело: сформовано автором.

Очевидним є те, що нині всі складові іміджу транскордонного агротуристичного кластера потребують розробки та впровадження заходів щодо покращення. Основні з них відображено в табл. 2.

Водночас діяльність агротуристичного кластера активізує наявні та забезпечує розвиток нових конкурентних переваг у регіоні й дає можливість реалізувати такі пріоритетні завдання:

- здобуття досвіду й удосконалення механізмів співпраці владних структур, бізнесу та громадськості;
- активізація розвитку малого підприємництва, створення додаткових робочих місць та умов для самозайнятості населення;

Таблиця 2

**Заходи щодо покращення іміджу різних рівнів формування транскордонного агротуристичного кластера**

<b>Сфера впливу</b>	<b>Заходи</b>
<b>Імідж країни</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- позиціонування в ЗМІ, на виставках, ярмарках України як держави, що має власну історію, унікальні туристичні об'єкти й особливі народні та кулінарні традиції;</li> <li>- регулярне висвітлення в ЗМІ (у тому числі й іноземних), Інтернеті подій туристичного, спортивного інтересу, а також інших яскравих і визначних подій;</li> <li>- якісне забезпечення чистоти територій;</li> <li>- активне та повсюдне оновлення дорожнього покриття;</li> <li>- розробка туристичного логотипу України;</li> <li>- створення рекламного туристичного відео з відзначенням цікавих та особливих туристичних об'єктів України, а також із відзначенням особливостей українського народу</li> </ul>
<b>Імідж регіону</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- регулярні публікації про регіон;</li> <li>- розповсюдження інформації про регіон в офіційних каналах;</li> <li>- проведення семінарів, презентацій регіону, участь у виставках та ярмарках;</li> <li>- друк буклетів і рекламних брошур із корисною інформацією про регіон, у тому числі про цікаві туристичні об'єкти на його території;</li> <li>- створення спеціального логотипу регіону</li> </ul>
<b>Імідж агротуристичного кластера</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- створення спортивно-оздоровчих таборів;</li> <li>- організація змагань зі спортивного орієнтування;</li> <li>- організація прогулянок на квадроциклах;</li> <li>- організація проведення пейнтболу в лісах регіону</li> </ul>
<b>Імідж суб'єктів СЗТ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- планування та проведення PR-кампаній;</li> <li>- надання інформації щодо своєї діяльності;</li> <li>- запровадження гарантійних центрів і надання послуг страхування при взаємодії з клієнтами;</li> <li>- створення інформаційних туристичних центрів;</li> <li>- провадження курсів для населення регіону з підвищення рівня володіння іноземними мовами;</li> <li>- налагодження співпраці з регіональними органами влади у сфері туризму, громадськістю, науковцями</li> </ul>
<b>Імідж агротуристичного продукту</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- провадження курсів підвищення кваліфікації обслуговуючого персоналу (зокрема, персоналу засобів розміщення, харчування, екскурсійних організацій);</li> <li>- розвиток сільських садіб;</li> <li>- забезпечення високої номенклатури та якості товарів і послуг, що входять до складу агротуристичного продукту</li> </ul>

Джерело: сформовано автором.

- організація підготовки та перепідготовки кадрів з організації й ведення туристичного, готельного, ресторанного бізнесу й організації “зеленого” туризму;
- активізація інноваційної діяльності в регіоні;
- залучення додаткових фінансових інвестиційних ресурсів;
- створення позитивного іміджу туристичного регіону;

- організація рекламно-промоційної кампанії;
- здійснення інвентаризації об'єктів туристичної інфраструктури й оформлення ресурсно-рекреаційного паспорта регіону;
- покращення стану об'єктів туристичної інфраструктури району;
- вжиття заходів щодо реконструкції та збереження пам'яток культури;
- створення інформаційної бази регіону з визначенням можливих туристичних маршрутів, місць відпочинку, транспортної системи тощо шляхом формування інтернет-сторінки, інформаційних туристичних офісів, бюро;
- розробка та реалізація спільної українсько-польської програми розвитку туризму. Основними цілями програми є необхідність формування спільної українсько-польської мережі туристичних агентств, які б, у свою чергу, займалися розробкою та просуванням спільних українсько-польських туристичних продуктів на національних, транскордонному та міжнародному туристичному ринках.

Прикладом таких спільних транскордонних туристичних продуктів може бути сільський зелений агротуризм: об'єднання садиб та інших об'єктів, розміщених у селах українсько-польського прикордоння туристичним маршрутом, який би передбачав пересування з одного об'єкта в інший на велосипедах, верхи на конях, на квадроциклах, сплавляючись річкою на човнах чи катамаранах або пішою трасою, та ознайомлення в місцях локації садиб й об'єктів розміщення з традиціями, звичаями, національною кухнею, культурою тощо конкретного регіону. Найбільш успішними й відомими прикладами кластерних утворень у сфері туризму є кластер сільського туризму "Оберіг", туристичний кластер "Кам'янець", кластер "ЕКОТУР".

Слід зазначити, що для становлення і розвитку транскордонного агротуристичного кластера потрібно проводити маркетингові дослідження, навчання власників агротуристичних садиб, фінансування та підтримку подальшого розвитку СЗТ. Кожен з учасників кластера СЗТ виконуватиме чітко встановлену функцію в процесі формування та реалізації турпродукту СЗТ, при цьому члени кластера будуть тісно пов'язані між собою. Такі підприємці-власники садиб надаватимуть послуги ночівлі й можуть надавати послуги харчування, заняття агротуристичною діяльністю на базі садиби. Також можуть надаватися і додаткові послуги: екскурсійне обслуговування, транспортування, організація дозвілля тощо.

Як учасники кластера СЗТ можуть функціонувати сільські дорадчі служби – підприємства, що надають консультаційні послуги, у т. ч. щодо навчання, маркетингу послуг СЗТ.

При цьому доцільно було б скористатися досвідом зарубіжних країн і запропонувати кластерну модель соціально-економічних відносин на регіональному рівні як додатковий механізм системи управління для ефективного використання інвестицій з державного й місцевих бюджетів, які передбачаються на матеріальний і соціальний розвиток села по обидва боки кордону. Для цього треба прискорити виділення цільових коштів на розвиток процесу кластеризації (на дослідження перспективних інноваційно-інвестиційних мережевих структур, на підготовку фахівців, які сприятимуть виконанню програм із створення цих структур, на розробку методичних і нормативних документів) і прийняття законодавчих актів, що забезпечують діяльність в Україні інтеграційних структур, орієнтованих на формування кластерних об'єднань, зокрема сільських транскордонних.

Сьогодні актуальним залишається формування та функціонування українсько-польських сільських транскордонних туристичних кластерів. Насамперед ідеться про утворення таких кластерів у межах Любелського та Подкарпатського воєводств Польщі, Волинської та Львівської областей України [8], функціонування яких забезпечуватиме охорону природних ресурсів, навколишнього середовища, культурної спадщини та сприятиме розвитку сільського зеленого й агротуризму.

Це – перспективний шлях розвитку сільських територій, тому що формування транскордонних агротуристичних кластерів на територіях, де сільське господарство не приносить достатніх прибутків для місцевого населення, дає можливість активізувати їх діяльність до заняття підприємницькою діяльністю у сфері СЗТ.

Попередні домовленості між керівництвом двох країн мають декларативний характер, тому максимум зусиль потрібно докласти для формування конкурентоспроможних транскордонних туристичних продуктів, інфраструктури туристичної та суміжних сфер, сприятливого інвестиційного середовища для залучення інвестицій у цю сферу, інформаційного забезпечення СЗТ, активної маркетингової діяльності тощо. Ефективність запропонованих заходів можлива за умови уніфікації туристичного законодавства країн – учасників агротуристичних кластерів за наявності відповідного інституціонального, фінансового, інфраструктурного, кадрового забезпечення та ін.

1. Мігущенко Ю. В. Українсько-польський транскордонний туристичний кластер як форма забезпечення інтегральної конкурентоспроможності / Ю. В. Мігущенко // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. – 2010. – С. 270–276.
2. Концепція створення кластерів в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.biznes.od.ua/index.php?option=com\\_content&task=view&id=499&Itemid=33](http://www.biznes.od.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=499&Itemid=33).
3. Концепція Національної стратегії формування та розвитку транскордонних кластерів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.rozporyadzhennya\\_km\\_ukra\\_ni\\_pro\\_shvalennya\\_koncepc\\_nac\\_onal\\_no\\_strateg\\_formuvannya\\_ta\\_rozvitku\\_transkordonnih\\_klaster\\_v\(3\)](http://www.rozporyadzhennya_km_ukra_ni_pro_shvalennya_koncepc_nac_onal_no_strateg_formuvannya_ta_rozvitku_transkordonnih_klaster_v(3)).
4. Про затвердження Регіональної програми з міжнародного і транскордонного співробітництва, європейської інтеграції на 2012–2014 роки [Електронний ресурс] : [рішення Львівської обласної ради : за станом на 16.03.2012 р. № 403]. – Режим доступу : <http://www.oblrada.lviv.ua/programs/403.ZIP>.
5. Мігущенко Ю. В. Пріоритети конкурентоспроможності українсько-польського співробітництва в туристичній сфері [Текст] : автореф. дис. на здобуття наукового ступення канд. екон. наук : 08.00.02 / Ю. В. Мігущенко ; Терноп. нац. екон. ун-т. – Тернопіль, 2010. – 20 с.
6. Режим доступу : [www.ukr.stat.gov.ua](http://www.ukr.stat.gov.ua).
7. Режим доступу : [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl).
8. Wspólna polsko-ukraińska strategia współpracy transgranicznej 2005–2015 / Europejskie Centrum Integracji i Współpracy Samorządowej “DomEuropy”. – Lublin, 2005. – 52 s.

#### References

1. Mihuschenko, Julianna. “Ukrainian-Polish cross-border tourism cluster as a form of providing integrated competitiveness”. *Problems of development of foreign economic relations and attract foreign investment: a regional perspective* (2010): 270–276. Print.
2. “The concept of cluster in Ukraine”. Web. <[Http : //www.biznes.od.ua/index.php?option=com\\_content&task=view&id=499&Itemid=33](http://www.biznes.od.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=499&Itemid=33)>.
3. “The Concept of the National Strategy for the formation and development of cross-border clusters”. Web. <[>](http://www.rozporyadzhennya_km_ukra_ni_pro_shvalennya_koncepc_nac_onal_no_strateg_formuvannya_ta_rozvitku_transkordonnih_klaster_v(3))>.
4. “On approval of the Regional Program on International and cross-border cooperation, European integration in 2012–2014 years. The decision of the Lviv regional council”. Web. <[Http://www.oblrada.lviv.ua/programs/403](http://www.oblrada.lviv.ua/programs/403)>.
5. Mihuschenko, Julianna. *Abstract. Dis .... candidate. Econ. Sciences: 08.00.02”. Priorities competitiveness Ukrainian-Polish cooperation in the tourism sector*. Ternopil: Ternopil National Economic University, 2010. Print.
6. Web. <[www.ukr.stat.gov.ua](http://www.ukr.stat.gov.ua)>.
7. Web. <[www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl)>.
8. *Common Polish-Ukrainian border cooperation strategy 2005–2015*. Lublin: European Centre Integration and Co-operation “DomEuropy”. Lublin, 2005. Print.

#### Рецензенти:

**Михасюк Р.І.** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки підприємства Львівського національного університету імені Івана Франка, академік АН Вищої школи України;

**Коваль Л.П.** – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та підприємництва Львівської філії Європейського університету.