

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528)

**Ефективна
ЕКОНОМІКА**

Дніпропетровський державний
аграрно-економічний університет



№ 5, 2015 [Назад](#) [Головна](#)

УДК 330.15. 338.486

*В. В. Кузьель,
к. е. н., докторант, Чернігівський національний технологічний університет*

ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО (ЗЕЛЕНОГО) ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

*V. V. Kuzel,
Ph.D., student Chernihiv national technological Universiti*

INNOVATIVE TOOLS FOR DEVELOPMENT ENTERPRIZES (GREEN) TOURISM IN UKRAINE

У статті обґрунтовано інноваційні інструменти створення кластерів сільського зеленого туризму в якості методу підвищення конкурентоздатності території за рахунок синергетичного ефекту.

In this article soundly the innovative tools of creation clusters agricultural green tourism as a method of improving competitiveness of the territory due to a synergistic effect.

Ключові слова: *інновації, інструменти, кластер, підприємство, сільський туризм, зелений туризм.*

Keywords: *innovative, tools, cluster, enterprises, rural tourism, green tourism.*

Постановка проблеми. Розвиток підприємництва на сільських територіях повинен носити цілеспрямований характер та мати за основу інноваційну стратегію, що забезпечуватиме структурованість даного процесу і дасть змогу контролювати рівень досягнення визначених цілей. Зелений туризм є ефективним засобом при вирішенні економічних проблем характерних для сільської місцевості. За допомогою даного виду діяльності на сільських територіях відбувається стимулювання розвитку підприємництва та збільшується обсяг фінансових надходжень до місцевих бюджетів. На сучасному етапі процес розвитку туристичної діяльності сільських територій потребує організації кластерних об'єднань, однак, відсутність досвіду в цій сфері призводить до непорозумінь серед учасників кластеру та організацій, які здійснюють управлінські процеси, що зменшує його ефективність та розвиток цього туристичного сектору в цілому. Тому, для забезпечення ефективного економічного розвитку сільських територій є важливим створення оптимальних умов для розвитку туристичної діяльності в цілому та, сільського зеленого туризму, зокрема. На фоні нормативно-правової незахищеності цього виду туристичної діяльності процеси розвитку відбуваються достатньо повільно.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та науково-методичні основи розвитку сільського зеленого туризму висвітлені в працях Васильєва В.П., Кошулько О. П., Кравцов С.С., Мельниченко С.В., Ткачук В.І. Разгуляєва Я.О., та ін. Специфікою кластерного розвитку в туристичній діяльності займалися такі науковці Бойко М. Г., Головацька В.В., Грицьку-Андрієш Ю.П., Костириця М.М., Стеченко Д. М., Черноіванова Е. Н., Шестакова А. В. Проте питання розвитку сільського зеленого туризму залишаються недостатньо вивченими та потребують подальшого висвітлення, що обумовило написання статті за цією тематикою.

Мета статті. Визначити основні інноваційні інструменти розвитку підприємств сільського зеленого туризму в Україні, як одного з найбільш ефективних засобів забезпечення сталого розвитку сільських територій.

Виклад основного матеріалу. Територію (її ресурсний потенціал, рівень господарської освоєності, екологічного стану та інш.) необхідно розглядати як об'єкт географічного дослідження і як основу для формування економічних процесів, ринкових зв'язків та вибору напрямку розвитку цих процесів. В зв'язку з цим, необхідно розглядати регіони з точки зору міжнародної конкурентоздатності, при цьому велику роль може відіграти кластерний аналіз.

Кластери – продукти дії ринкової економіки з особливою роллю людського фактору, орієнтацією на кінцевого споживача. В ринковій економіці чітко проявляються економічні цикли, тому необхідно розглядати передумови розвитку регіонів і формування в них просторово тимчасових відтворювальних кластерів, зокрема туристично-рекреаційних, включаючи рекреаційно- екологічні, рекреаційно-оздоровчі, рекреаційно-спортивні, рекреаційно-культурні та інші.

Під поняттям «туристично-рекреаційний кластер» слід розуміти географічно сконцентровану групу взаємопов'язаних компаній і організацій рекреаційної і туристичної індустрії в конкретному рекреаційному (туристичному) районі країни, конкуруючих, але при цьому ведучих спільну діяльність.

Світовий досвід показує, що в умовах ринку кластери – найбільш ефективні та гнучкі структури. В їх основі лежить два принципи – кооперація та конкуренція. Головний тезис М. Портера заключається в тому, що перспективні конкурентні переваги створюються не ззовні, а на внутрішніх ринках. На ранньому етапі, рахує М.Портер що головна задача уряду – покращення інфраструктури і ліквідація несприятливих умов, потім його роль повинна концентруватись на ліквідації обмежень в розвитку інновацій. Критерієм для виділення базової галузі кластера є її здатність виробляти продукцію, конкурентно здатну на світовому ринку [8].

Створення конкурентно здатного рекреаційного туристичного кластера приводить до створення і просування бренду рекреаційно-туристичного району, (рис.1).



Рис. 1. Механізм створення туристичного кластеру

В якості основних передумов формування регіональних кластерів у туристичній сфері діяльності можна виокремити наступні:

1. Наявність у регіоні конкурентних переваг для розвитку кластеру, включаючи:

- наявність конкурентних ресурсів є однією з умов успішної дестинації, в якості яких можуть виступати природні території, які особливо охороняються, історичні пам'ятники. Одночасно це можуть бути унікальні фестивалі або свята.

- наявність кваліфікованих туристичних кадрів або навчального закладу (структури з підготовки кадрів в області туристичної діяльності). Мова може йти також і про організації, які направлені на підготовку кадрів в області екологічного туризму, які формують знання в області використання альтернативних джерел енергії, бережливого ставлення до ресурсів, які не поповнюються, охорони біорізноманіття, збереження традицій (ресурсні центри, центри ремесел, центри мистецтв, суспільні організації і т.п.);

- вигідне географічне розташування, пов'язане з близькістю до великих міст, автомагістралей, погранпереходам, що забезпечує достатню кількість туристів і формує попит на туристичні послуги.

2. Географічна концентрація і близькість учасників кластеру.

Ключові учасники кластерів знаходяться в географічній близькості одна до іншої і мають можливості для активної взаємодії і економії на швидкому встановленні виробничих зв'язків, обміні соціальним капіталом і організації процесу навчання. Географічні масштаби кластеру можуть варіюватися від одного міста, області до країни або навіть ряду сусідніх країн. В умовах України масштаб регіональної туристичної дестинації не повинен перевищувати 150 км.

3. Наявність зв'язків і взаємодії між учасниками кластерів. Однією з умов успіху для розвитку туристичних кластерів є наявність взаємодії і координації між учасниками. Для умов України структурами, які забезпечують таку взаємодію, можуть виступити: суспільні ради по розвитку агроекотуризму, інформаційні центри по стабільному розвитку і екотуризму, ініціативні групи по розвитку зелених маршрутів, ініціативні групи по стійкому розвитку, регіональні маркетингові і туристичні організації. Такі зв'язки можуть бути інституціоналізовані або неінституціоналізовані.

4. Широкий набір учасників і наявність «критичної маси». Для створення і розвитку кластерів важливе значення має наявність учасників, які забезпечують реалізацію «туристичного ланцюжка цінностей» для створення туристичного продукту. Для формування єдиного технологічного циклу обслуговування в рамках регіонів України важливі навіть не рівень сервісу об'єктів туристичного бізнесу, а їх екологічність і відповідність принципам стійкого розвитку.

При цьому конкуренція і співпраця повинні виступати основними формами взаємовідносин між фірмами, які входять в кластер. Одночасно є потреба в наявності признаку зв'язності кластеру – об'єднані в його рамках види діяльності повинні наслідувати загальну мету і повинні бути присутні активні взаємодії між фірмами всередині кластеру.

5. Наявність стратегічних документів по стійкому розвитку. Враховуючи тісний зв'язок туристичних дестинацій з регіональним розвитком, дуже важливо при оцінці потенціалу для кластероутворення враховувати критерій, пов'язаний зі стійким розвитком території. Одним з при знаків наявності таких умов є наявність концепції стійкого розвитку, або стратегії стійкого розвитку, а також ініціативних або робочих груп, які діють в даному напрямленні.

6. Наявність екологічних стандартів, ініціатив і екологічного менеджменту в сфері туристичних послуг представляється важливим фактором для розвитку підприємництва в сфері екотуризму, ініціативи в області екосертифікації, роздільного збору сміття, альтернативних джерел енергії, охорони біорізноманітності, виробництво фермерами екологічно чистої продукції – істотний плюс в процесі регіонального кластероутворення.

7. Наявність сумісних заходів в області туризму в регіоні, які демонструють державно-приватне партнерство. Для успішної роботи кластеру необхідний певний досвід співпраці представників самих різних аудиторій – держави, бізнесу, некомерційних структур. Кращий спосіб для цього – проведення сумісних заходів і ініціатив. Такими можуть бути регіональні фестивалі, туристичні інвестиційні форуми, створення загального туристичного сайту або буклета дестинації.

Туристичні кластери можуть класифікуватися по декільком критеріям [3, 5].

По географічному обхвату:

- міждержавні кластери;
- національні;
- регіональні або локалізовані;
- міжрегіональні кластери, які охоплюють території декількох адміністративно-територіальних одиниць, в тому числі тих, що належать різним державам (трансграничні кластери).

В залежності від механізму координації між учасниками кластеру:

- кластери зі стійкими ринковими зв'язками;
- короткотермінова коаліція;
- кластери з довгостроковими відносинами, які засновані на ієрархічній побудові.

В залежності від рівня розвитку у відповідності з сучасними підходами виділяють декілька типів кластерів:

1. «Живий» кластер (living clusters), в якому досягнутий високий рівень кооперації і компетенцій учасників і який реально працює.
 2. Кластер, «що зароджується» (emerging clusters), в якому вже є «критична маса» потенційних учасників, але взаємодія і кооперація між ними не зовсім налагоджені.
 3. Потенційний кластер (potential clusters), який володіє необхідними елементами і умовами для створення успішного кластеру, однак учасники його поки що не усвідомили вигоди від кооперації.
 4. Кластер, керований органами влади (clusters goverhed by politics).
В цьому випадку влада обирає певну галузь економіки для створення кластеру, використовуючи для цього адміністративний ресурс і існуючий потенціал району. Як правило, це тільки початкові ініціативи, на яких усе і закінчується.
 5. «Міфічний, явний» кластер (dream clusters). Як правило, подібний кластер придумується і декларується політично, хоча в ньому відсутні необхідні елементи і умови. В даному випадку перетворення подібного кластеру в «живий» малоймовірно.
- По силі конкурентних позицій виділяються кластери:
- ті, що володіють міжнародною конкурентоспроможністю;

- ті, які виступають як національні лідери;
- ті, які мають середні або слабкі конкурентні позиції.

В залежності від ініціатора формування туристичного кластеру:

- ті, які створюються «зверху вниз» по ініціативі органів державного управління, включаючи місцеві органи влади;
- ті, які формуються «знизу вгору» по ініціативі бізнесу, органів державного управління, в тому числі місцевої влади.

В залежності від направленості туристичної діяльності кластери можуть класифікуватися на: культурно-пізнавальний; туристсько-рекреаційний; культурно-розважальний та ін.

Традиційно під кластером розуміють тимчасову взаємодію підприємств, просторово супідрядних і конкуруючих на одному ринку. *Чим відрізняється туристичний кластер від кластерів інших видів?* Головна відмінність туристичного кластера від загальновідомих інших (виробничих, агропромислових, сервісних і т.д.) - в його *маршрутній територіальній організації*. Туристичний маршрут та відповідний йому туристичний потік зв'язує об'єкти, перетворюючи їх із конкуруючих у взаємодіючі елементи системи. Завдячуючи туристичному потоку формується кластер.

Домінантою туристичного кластеру може бути як об'єкт інфраструктури (засоби розміщення), так і об'єкт туристичного інтересу (гірськолижний комплекс), але в любому випадку, головна умова розвитку туристичного кластеру – це наявність або поява маршрутів і туристичних потоків. Яскравими прикладами виникаючих туристичних кластерів є активізація туризму на території в зв'язку з культурною подією, яка викликає подійні туристичні потоки.

Кластерний підхід стосовно до розвитку сільського (зеленого) туризму заключається в наступному:

1. Необхідно визначити основні конкурентні туристичні переваги регіону і визначити території, де виділені переваги проявляються найбільш яскраво.

2. Після чого провести туристичне районування, при якому необхідно інтегрувати підходи і принципи природного і соціально-економічного районування. Одним з основних принципів туристичного районування повинен бути принцип завершеності туристичних маршрутів, а також облік виділених конкурентних туристичних переваг. Далі в межах виділених районів необхідно намітити території, які відрізнялися б виразом основної переваги. В такому випадку кожний район міг би пропонувати особливі тур продукти і взаємодоповнювати один одного в регіональній системі. Туристичний район при такому підході є протокластером, тобто, територією потенційно здатною виконувати туристичну функцію.

3. На наступному етапі в кожному протокластері необхідно виділити доміную, об'єкт якої здатний своєю повагою та розвитком структурувати простір навколо себе. В такому випадку на основі туристичних районів складаються або можуть скластися в перспективі територіальні поєднання підприємств – туристичні кластери. В зв'язку з цим на основі сітки туристичних районів слід визначити просторову структуру майбутніх туристичних кластерів. В межах протокластеру виділяється три зони. Перша – центральна зона, ядро, своєрідний генератор туристичних інновацій, розподілювач туристичних потоків. Друга зона – базова, опорна. Це територія – концентрація основних туристичних об'єктів і маршрутів. Третя зона – ареал перспектив туристичного бізнесу. Третя зона кластеру може виходити за межі адміністративних рубежів охоплюючи територію міжрегіональної туристичної співпраці. Це далека зона впливу кластера, яка розповсюджується на області перекривання з сусідніми аналогічними системами.

Таким чином, туристичний кластер формується в межах туристичного району і характеризується наявністю бізнес-компоненти (туристичних підприємств), які мають тісні зв'язки. Приймається до уваги можливість розвитку спеціалізованого туристичного підприємництва в кожному кластері для збалансованого розвитку всієї туристично-рекреаційної системи. Кожний кластер повинен мати можливість створення особливих туристичних брендів, він також повинен виконувати свої особливі функції в регіональній туристично- рекреаційній системі, виділятися своїми видами туризму і рекреації. Стоїть задача синергетичного ефекту на рівні регіону від взаємозв'язаного розвитку всіх кластерів.

Нові економічні відносини висувають питання про конкурентні позиції регіону в ринковому середовищі. Конкурентні можливості регіональної системи залежать від соціальних, економічних, науково-технічних, економіко-географічних, рекреаційних, екологічних та інших умов. Крім того, проявляються і протидіючі конкурентним позиціям регіонів фактори: податкові і цінові бар'єри, процедури ліцензування та реєстрації підприємств, обмежена ємкість ринку. Позитиви та перешкоди у створенні і функціонуванні туристичних кластерів подано в таблиці 1.

Таблиця 1. Позитиви та труднощі створення і функціонування туристичних кластерів.

Позитивні аспекти існування кластерів		Труднощі створення кластерів
Для учасників	Для регіону	
Ріст продуктивності	Укрупнення власного конкурентного статусу через підсилення конкуренції	Недостатня інфраструктура
Зниження трансакційних витрат	Активізація підприємницької діяльності	Дефіцит капіталу та кваліфікованої робочої сили
Підвищення здатності до сприйняття інновацій	Підвищення інвестиційної привабливості	Ієрархія кластерів – труднощі для постачальників нижчого рівня
Кращий доступ до ринків збуту, спеціалізованих постачальників, кваліфікованої робочої сили, технологічних рішень	Сприяння найбільш раціональному використанню ресурсів	Ефект блокування, тобто, окремі підприємства можуть бути більше конкурентними в порівнянні з кластерними
Велика гнучкість, економія на масштабах виробництва. Ефект синергії	Покращення інноваційного середовища регіону	Загроза гіперспеціалізації кластера і черезмірна «брендизація»
Велика вірогідність утворення нових підприємств	Ріст експортного потенціалу, забезпечення стійкого розвитку соціальних процесів	Незацікавленість органів влади, нерозуміння вигоди від кластерного підходу

Джерело: розробка автора.

Роль кластерів в інноваційному розвитку підприємств і регіонів чітко визначена в документах Європейського Союзу. Однією з важливих ініціатив Європейської комісії є утворення «територій знань і інновацій» в якості елементів інноваційної стратегії. Ця ідея спирається на концепцію «навчальних територій». Згідно цієї концепції, ті фактори інноваційності і конкурентоздатності підприємств, які дають можливість ефективно функціонувати на світових ринках – інновації, підприємництво, стратегія і т.д. – виникають в умовах територіального розвитку. Однак, для того щоб підприємці могли використовувати нові ідеї, мати швидкий доступ до знань інновацій, необхідно функціонування науково-дослідного кластеру. В даному аспекті важливо, щоб останній являв собою сукупність наукових закладів, підприємств, регіональних органів влади, а також центрів сприяння інноваційності і підприємництву, які спільно працюють для забезпечення належного соціально-економічного розвитку регіону.

Щоб кластер існував як життєздатна і ефективна організація, на думку професора М.П. Войнаренко необхідно п'ять умов [4]:

1. **ІНІЦІАТИВА**-ініціативи і впливові люди з числа підприємців, представників влади, громадських організацій, навчальних закладів, які здатні своїм авторитетом, розумом, організацькими здібностями і знаннями об'єднати, зацікавити і на ділі довести користь кластерів як для самих членів, так і для регіону;
2. **ІННОВАЦІЇ**- нові технології в організації виробництва, збуту, управління, фінансуванні, здатні відкрити нові можливості в конкурентній боротьбі;
3. **ІНФОРМАЦІЯ**- доступність, відкритість, обмін знаннями, створення баз даних і веб- сторінок, які дозволяють отримувати переваги в доступі до ринків постачання предметами праці, кваліфікованою робочою силою і т.д.;
4. **ІНТЕГРАЦІЯ** – передбачає використання нових технологій співпраці фірм на галузевому та територіальному рівнях при підтримці науки та органів влади;
5. **ІНТЕРЕС**- забезпечує основну умову життєдіяльності підприємницької або громадської структури, яке обов'язково передбачає наявність зацікавленості учасників кластерних об'єднань та отримання ними економічної вигоди.

Дійсно, слід відмітити, що процес формування туристичного кластеру розпочинається з появою ініціативи різних регіональних суб'єктів.

Зацікавленість регіональних органів влади по відношенню до територіально-галузевих кластерів проявляється в розширенні поля зайнятості населення і податкових надходжень, комплексному рішенні науково - технічних проблем територіальних утворень, активізації інвестиційних та інноваційних процесів. Якраз інновації забезпечують ріст конкурентоздатності продукції, яка виробляється в рамках кластерів, збільшуючи їх прибуток а з іншої –підвищують економічний потенціал і конкурентоздатність регіону в цілому. В той же час, ринкові структури, які входять в кластер, зацікавлені у формуванні відповідної нормативно-правової бази, створенні і розвитку інститутів інфраструктури, яка сприяє успішному функціонуванню асоційованих форм підприємництва. [4]

Мета створення **туристичного кластера** – підвищити конкурентоздатність території на туристичному ринку за рахунок синергетичного ефекту, в тому числі, підвищення ефективності роботи підприємств і організацій, які входять в кластер, стимулювання інновацій, стимулювання розвитку нових напрямків.

Центральним поняттям кластера є туристичні ресурси, їм належить вирішальна роль в розвитку сільського (зеленого) туризму, тому що вони в більшій степені є основним мотивом і причиною участі людей в туристичних поїздках. Туристичні ресурси – це природні, історичні, соціально-культурні об'єкти туристичної демонстрації, а також інші об'єкти які здатні задовольнити духовні потреби туристів, сприяти відновленню і розвитку їх фізичних сил.

Суть туристичних ресурсів заключається в тому, що вони є основою для формування туристичного продукту і, відповідно, планування і розвитку туризму. Визначення видів, специфіки ресурсів визначає попит на туристичні продукти і опосередково – на формування і підтримання всієї туристичної інфраструктури. Ідентифікація туристичних ресурсів дає можливість для визначення необхідних елементів кластера. Унікальність туристичних ресурсів, місцеві традиції і культура відпочинку впливають на вибір специфіки туристичного кластера, процес його формування і визначення основних туристичних продуктів.

У кластерній організації туристичного сектора економіки є явні переваги та недоліки (таблиця 1). Для адміністрації переваги заключаються у наступному: збільшується кількість платників податків та оподаткована база (центри управління малим і середнім бізнесом, як правило, знаходяться на одній і тій же території, що і сам бізнес), з'являється зручний інструмент для взаємодії з бізнесом, знижується залежність від окремих – бізнес груп, з'являється основа для диверсифікації економічного розвитку територій.

В якості основних проблем формування і розвитку туристичних кластерів можна виділити:

- відсутність професійних туристичних кадрів, здатних розуміти всі переваги і вигоди від подібної форми кооперації;
- низький рівень сприйняття керівних працівників до інновацій;
- відсутність практики стратегічного планування туристичної діяльності на основі державно-приватного партнерства;
- проблеми з регіональною інфраструктурою та транспортною доступністю регіонів;
- достатньо довгий період «пуску» туристичного кластеру

Успіх кластерів укріплює і розвиває економічну ситуацію в регіоні, сприяє економічному росту регіону, тому кластери мають політичне значення для органів влади, в першу чергу, в зв'язку з виконанням соціальних обов'язків перед населенням і створенню сприятливих можливостей для економічного розвитку регіону.

Висновки. Таким чином, розвиток сучасної економіки в умовах глобалізації стимулює появу все нових форм кооперації та інтеграції, як в середині національних рубежів, так і за їх межами, провокує пошук адекватних способів організації виробництва і економічної взаємодії націлений на оптимізацію використання матеріальних і нематеріальних ресурсів, підвищення ефективності виробництва та ріст конкурентоздатності на внутрішніх та зовнішніх ринках. Саме формування туристичного кластеру зеленого туризму, як інноваційного інструменту розвитку підприємництва, дозволить вирішити соціально-економічні проблеми села та забезпечить сталий розвиток та конкурентоспроможність сільських територій.

Література:

1. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324.
2. Проект закону України «Про сільський зелений туризм» від 12.04.2007 № 3467.
3. Бойко М.Г. Методичні аспекти формування кластерів у туризмі / М.Г. Бойко/ Вісник / Донбаська держ. машинобудів. акад. – Краматорськ, 2006. – N3 (5) – С. 207–211.
4. Войнаренко М.П. Кластерные модели объединения предприятий в Украине // Экономическое возрождение России, 2007. - №4(14).
5. Ілляшенко С. М. Формування ринку екологічних інновацій: економічні основи управління [Текст] : монографія / С. М. Ілляшенко, О. В. Прокопенко ; за ред. С. М. Ілляшенка. — Суми : Університетська книга, 2002. — 250 с.
6. Зін'юк Ю.В. Інноваційні форми занять в сільському туризмі та агротуризмі / Ю.В. Зін'юк // Науковий вісник. Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес». – К., 2011. – Вип. 163 ч. 1 – С. 30–38.
7. Кетова Н.П. Роль територіально-отраслевых кластеров в модернизации экономики региона // Материалы III Всероссийской научной конференции («Домбайские чтения») «Модернизация Экономики Юга России и новые стратегии региональной экономической политики», пос. Домбай КЧР, 12-16 апреля 2007г. – г.Черкесск: Карачаево-Черкесская государственная технологическая академия, 2007. – С.61.
8. Портер М.Е. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран / М.Е.Портер. М.: Международные отношения. 1993.- С.105.
9. Рутинський М.І. Зелений туризм / М. І. Рутинський, Ю.В. Зін'юк. – К.: Знання, 2008. – 271 с.

References.

1. The Verkhovna Rada of Ukraine (1995), The Law of Ukraine " On Tourism", available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/> (Accessed 20 May 2015).
2. The Verkhovna Rada of Ukraine (2007), The draft Law of Ukraine " On rural green tourism", available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/> (Accessed 20 May 2015).
3. Boyko, M.G. (2006), "Methodological aspects of cluster formation in tourism", *Visnyk / Donbas'ka derzh. mashynobudiv. akad.*, vol. 3 (5), pp. 207-211.
4. Voynarenko, M.P. (2007), "Cluster model combining enterprises in Ukraine", *Ekonomicheskoe vozrozhdenye Rossyy*, vol. 4 (14), pp. 43-49.
5. Ilyashenko, S.M. and Prokopenko, O.V. (2002), *Formuvannya rynku ekolohichnykh innovatsij: ekonomichni osnovy upravlinnia [Tekst]: monohrafiia* [Formation of the market of environmental innovations, economic bases management [Text]: monograph], Universytets'ka knyha, Sumy, Ukraine.
6. Zin'ko, Yu.V.(2011), "Innovative forms of employment in rural tourism and agrotourism", *Naukovyj visnyk. Natsional'noho universytetu biosursiv i pryrodokorystuvannya Ukrainy. Seriya «Ekonomika, ahraryj menedzhment, biznes»*, vol. 163, pp. 30-38.
7. Ketova, N.P. (2007), "The role of territorial-otraslevykh klasterov modernization of the economy in the region", *Materyaly III Vserossyjskoj nauchnoj konferentsyy («Dombajskye chteniya») «Modernizatsiya Ekonomiky Yuha Rossyy u novye stratehiy rehyonal'noj ekonomicheskoy polityky»*, [Materials III scientific conference Vserossyjskoj ("Dombayskye reading") "Modernization Economics of South Russia and New rehyonalnoy ekonomicheskoy policy strategy"], Vserossijs'ka naukova konferentsiia [All-Russian Scientific Conference], Cherkessk, Russia, pp. 61-69.
8. Porter, M.E. (1993), *Mezhdunarodnaia konkurentsya. Konkurentnye preymuschestva stran* [Mezhdunarodnaya competition. Competitive Advantages countries], Mezhdunarodnye otnosheniya, Moskva, Rossyia.
9. Rutyn's'kyj, M. J. and Zin'ko, Yu.V. (2008), *Zelenyj turizm* [Green tourism], Znannia, Kyiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 20.05.2015 р.



ТОВ "ДКС Центр"