

РОЗДІЛ 6. ВИРОБНИЧИЙ ТУРИЗМ У СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ: ПЕРЕДУМОВИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Рекреаційні потреби, як і потреби людини в цілому, є суспільно-історичним продуктом, оскільки вони змінні в часі. Їх просторово-часова динаміка відбивається на територіальних формах організації туристсько-рекреаційної діяльності. Отже, вивчення рекреаційних потреб та ресурсів для їх реалізації є необхідним для дослідження форм територіальної організації рекреаційних районів всіх рангів і масштабів (як тих, що вже склалися, так і перспективних). Особливо швидко потреба у рекреаційно-пізнавальній діяльності зростає в сучасних умовах, у зв'язку із підвищенням культурно-освітнього рівня населення. Але сьогодні в Україні спостерігається зростання виїзного туризму, що не дозволяє повністю використати існуючий місцевий потенціал. Ідея пропагування внутрішнього туризму досі залишається «нерозкрученою», хоча деякі зрушення в цьому напрямі з'явилися. Приймаючий (у т.ч. виробничий) туризм цілком може стати своєрідною платформою для місцевого розвитку, а вдала промоція регіону позитивно вплине на місцевий бізнес.

Організація будь-якого виду людської діяльності вимагає прийняття кваліфікованих управлінських рішень на базі обробки й узагальнення об'єктивної інформації. Це і зумовлює потребу в науковому аналізі ігалузевої і територіальної структури виробничого туризму, вивченні регіональних особливостей процесу кластеризації ринку туристичних послуг. Нарешті, важливим інформаційним аспектом даного дослідження є задоволення пізнавальних запитів потенційних рекреантів. Адже, туризм – це не тільки поїздки до моря, відвідини старовинних замків або, в екстремальних випадках, підкорення гірських вершин. З екскурсією можна відправитися і на промислове, транспортне або сільськогосподарське підприємство, до того ж не тільки заради розваг, але й з діловою, професійною, пізнавальною, екологічною, навчальною або профорієнтаційною метою.

6.1. Теоретичні засади дослідження виробничого туризму

Внаслідок поступового підвищення життєвих стандартів і збільшення масиву часу для відпочинку працюючого населення, простежується неухильна тенденція зростання туристичної активності. Ця активність спонукає до пошуку нових місць та видів туризму. Цей феномен є соціальним за своїм генезисом, а диверсифікація видів туризму – яскравою ознакою сьогодення. Поява виробничого (техногенного, індустріального, промислового) туризму і є одним з проявів цього об'єктивного процесу. Україна в цілому та Сумщина зокрема вписуються у ці світові тенденції. Виявлення місцевої специфіки та оцінка туристського потенціалу є актуальними, оскільки туристично-рекреаційна діяльність диференційована територіально і пов'язана з властивостями географічного середовища.

У багатьох публікаціях висвітлюється проблема неправомірного ототожнення туристично-рекреаційної діяльності лише з розвагами [9; 22; 23]. Однак, духовно-культурні потреби – це потреби пізнання у найширшому розумінні: пізнання навколишнього світу і свого місця в ньому, пізнання сенсу та призначення свого існування. Індустріальний (виробничий) туризм має значні можливості для засвоєння людиною культурно-історичних та соціальних цінностей. Водночас слід зауважити, що феномен виробничого туризму залишається слабовивченим, особливо зважаючи на те, що до недавня промисловість і туризм розглядалися виключно як антагоністи. Власне, вже наприкінці XX століття у світі практично не залишилося ані історичних, ані культурних місць, якими можна було б здивувати. Цей факт і посприяв появі нових різновидів туризму, у тому числі й виробничого. Виникла навіть своєрідна «мода» на занедбані або покинуті виробництва (в Україні користуються попитом поїздки на Чорнобильську АЕС).

Виробничий туризм по-різному визначають різні автори. Але спільною є думка про його активний характер, спрямованість на задоволення пізнавальних (у тому числі з навчальною метою), професійних та ділових інтересів, а також можливості використання для цього як функціонуючих, так і недіючих підприємств, зокрема об'єктів промислової спадщини.

В Україні терміни «виробничий», «індустріальний» та «промисловий» туризм фактично використовуються як синоніми, що є не зовсім коректним. Найширшим за змістом поняттям є «виробництво» (матеріальне виробництво включає в себе промисловість, сільське і лісове господарство, а нематеріальне – комплекс інфраструктурно-сервісних галузей). Досить близькими між собою є поняття «промисловість» та «індустрія», хоча й тут не виключається можливість широкого трактування поняття «промисел», яке об'єднує в собі всі аспекти господарської (виробничої) діяльності людини, включно з сільським, лісовим господарством, сферою послуг тощо. У білоруських дослідників [5] зустрічаємо використання в названому контексті терміну «виробничий туризм», що є більш адекватним визначенням для слов'яномовних країн (на наш погляд, популярність терміну «індустріальний туризм» є результатом дослівного перекладу з іноземних мов без врахування того факту, що слово «індустрія» є запозиченим в українській мові).

Т.А. Казакова [11] під дефініцією «промисловий туризм» розуміє відвідування підприємств, що працюють та розглядає його як різновид техногенного туризму.

В.С. Пацюк у статті [19] «індустріальний туризм» трактує як вид активного туризму, зосередженого в промислових регіонах, що має за мету споглядання індустріальних ландшафтів, ознайомлення з витворами індустріальної архітектури, відвідування працюючих виробничих підприємств з метою задоволення пізнавальних, професійних, ділових інтересів. В.С. Пацюк у названому дослідженні поділяє індустріальний туризм на такі напрями: навчальний – в першу чергу стосується студентів політехнічних вишів, які конкретизують на практиці ландшафтно-техногенні образи та уявлення, отримані під час навчання; науковий – розрахований на фахівців, що займаються вивченням та покращенням процесу виробництва; професійний – обмін досвідом працівників різних підприємств та їх структурних одиниць; діловий – відвідування підприємств з метою укладання договорів купівлі-продажу машинного устаткування, патентування певних технологічних процесів; спортивний – проведення різноманітних змагань на антропогеннозмінених ландшафтах; екстремальний – відвідування промислових ландшафтів з метою отримання гострих вражень; екологічний –

ознайомлення з негативним впливом людини на гідрологічні, орографічні та аеросистеми; пізнавальний – відвідування підприємств-гігантів та унікальних промислових ландшафтів і спостереження за процесами виробництва на них; соціальний – формування позитивного ставлення до об'єктів індустріальної культури; економічний – отримання доходів від відвідування туристами промислових ландшафтів.

У науковій праці О.Ю. Чередниченко [27] індустріальний туризм трактується як дослідження територій, будинків та інженерних споруд виробничого (не цивільного) або спеціального призначення, а також будь-яких залишених (занедбаних) споруд із метою одержання психологічного й естетичного задоволення або задоволення дослідницького інтересу, захоплення у вигляді фотографування. Це явище включає багато рис молодіжної субкультури й англійською мовою зветься «urbanexploration» (міське дослідження).

В. Л. Казаков зі співавторами за підкласами промислових ландшафтів запропонував виділяти гірничопромисловий (наприклад, об'єкти у містах Токмак чи Олександрія) і фабрично-заводський туризм (Дніпро, Київ, Харків) [10].

Є. Ю. Колосінський та Н. І. Колосінська у своїй Концепції розвитку промислового туризму в Україні [12] зазначають, що промисловий туризм – це вид туризму, метою якого є відвідування діючих (або таких, що колись діяли) промислових підприємств або об'єктів із метою задоволення пізнавальних, професійних, ділових та інших інтересів. Це ефективна безкоштовна реклама вітчизняних підприємств і дієвий метод отримання додаткового прибутку за рахунок збільшення попиту з боку туристів до України.

Промисловий туризм – це також демонстрація прозорості і чесності управління, впевненості у своїх перспективах перед конкурентами. Перетворюючи виробництво в об'єкт туристичної діяльності, фірма дає поштовх до поліпшення корпоративного клімату. Персонал прагне підтримувати чистоту в цехах, одягати чисту робочу форму, мати презентабельний вигляд. Збільшується оборот сувенірної продукції в місцях, де закінчується екскурсія.

Як бачимо, більшість вітчизняних авторів розуміють промисловий туризм як організацію регулярних туристичних турів на діючі (або ті, що колись діяли) промислові підприємства

з метою задоволення пізнавальних, професійних, ділових інтересів. В Україні подібний вид туризму практикують ще з часів СРСР. Тоді такі заходи проводилися в основному з метою профорієнтації, а зараз промисловий туризм, або, як його ще називають, «туризм споживчих вражень» (Customer Experience Tourism), має здебільшого маркетингові цілі: спостереження за виробничим процесом, ознайомлення з матеріалами корпоративних музеїв, відвідування інформативно-розважальних центрів, дегустація, ексклюзивна торгівля [2]. При цьому підході ігноруються туристичні можливості сучасних сільськогосподарських підприємств, підприємств сфери послуг, науково-дослідних установ тощо.

Підбиваючи підсумок вищесказаному, пропонуємо наступне визначення: *«Виробничий туризм – це різновид активного туризму, що передбачає відвідування діючих підприємств і техногенних об'єктів промислової спадщини і сьогодення, а також сільськогосподарських підприємств та підприємств інших сегментів (галузей) економіки з навчальною, пізнавальною, дослідницькою, професійною або діловою метою».*

У багатьох розвинених країнах відвідування практично будь-якого виробництва не є значною проблемою. Для цього достатньо зателефонувати у сервісний центр або відділ маркетингу. Ще понад 100 років тому державні та приватні організації почали організовувати перші поїздки з виробничого туризму. Історичними прикладами є відвідування французьких виноробів і шоколадних заводів, грецьких і мальтійських виробників мережив і голландських сирів. У Парижі туристи і жителі мали можливість вибирати серед різних турів виробничі тури ще у 1900 р. Пропоновані тури варіювалися від відвідування текстильних фабрик до турів по моргах і бійнях. Крім того, можливими також були відвідування тютюнової фабрики, фондової біржі, парламенту і суду. У США виробничий туризм також має довгу історію. Яскравим прикладом є винокурня Джека Даніеля в Теннессі, яка почала пропонувати заводські тури ще в 1866 р., коли компанія тільки розпочала свою діяльність [29].

Сучасні підприємці чудово розуміють, що без такого виробничого туризму в умовах жорсткої конкуренції на ринку товарів і послуг вижити буде складно. Наприклад, більшість

автовиробників навіть грошей з екскурсантів не беруть. Навпаки, вони намагаються максимально розважити відвідувачів та примусити їх полюбити свій бренд.

Згідно з опитуванням відвідувачів компаній у Великобританії, опублікованим у 1991 р. [33], виділяється три найважливіші причини, чому фірми пропонують тури:

1. бажання поліпшити імідж (особливо в галузях, яким доводиться протидіяти негативній рекламі);
2. намагання поліпшити моральний стан працівників;
3. спроба отримати додатковий дохід за квитки, через магазини сувенірів та ресторани.

Крім того, виділено низку інших потенційних переваг: завоювання нових прихильників бренду, зміцнення бренду, безкоштовна реклама та маркетинг, створення позитивного іміджу про компанію та її діяльність, залучення нових співробітників, а отже і зростання продуктивності праці, наближення до замовників, щоб краще зрозуміти, чого вони хочуть, економічна вигода для організацій та місцевих громад через проведення екскурсій для людей, які хочуть побачити процес з середини. Дослідження показують, що люди відвідують підприємства з різних причин: з навчальною метою або з цікавості, бажаючи дізнатися як виробляється певний продукт (послуга), тому виробничі галузі повинні скористатися цим способом та думати про представлення свого бізнесу як туристичного напрямку [33].

Отже, виробничий туризм вигідний не тільки туроператорам, але й підприємствам, на яких проводяться екскурсії. Розвиток виробничого туризму має позитивний вплив на продуктивність праці, адже він не тільки безпосередньо створює нові робочі місця в регіоні (екскурсоводи, гіді, продавці тощо), але й опосередковано впливає на працівників (зацікавленість гостей виробничим процесом підвищує самооцінку персоналу, робить його більш впевненим у важливості своєї роботи, тим самим поліпшує «робочу мораль» та ставлення до створюваного продукту [31].

Наприкінці XX століття відбувся своєрідний злам у туристській та підприємницькій свідомості. Саме тоді більшість підприємств стала масово відкривати свої прохідні для простих громадян. Справа тут не тільки у банальній цікавості з боку

відвідувачів та бажанні отримати додаткові прибутки з боку виробників. Це – зручний і простий спосіб завоювати довіру споживачів, презентувати якість продукції і переваги перед конкурентами, і завдяки цьому розширити свою клієнтську базу. Своєрідною «ідеологією» такого туризму стали не тільки проведення самої екскурсії на підприємстві та демонстрація обладнання і технологій, але й надання можливості стати безпосередніми учасниками виробничого процесу. Так людина дізнається про технології виробництва улюблених товарів, а діти таким чином отримують уяву про можливі професії.

Наприклад, авіаційно-ракетно-космічна корпорація «Боїнг» відкриває свої двері практично для кожного, демонструючи свою безпечність, надійність та мирну спрямованість. За символічну плату відвідувачі «літають» на справжніх авіаційних і космічних тренажерах, власноруч збирають діючі моделі літаків, можуть посидіти у кріслі пілота та навіть пообідати у «космічній їдальні». У Японії та США шаленою популярністю користуються сімейні тури на іграшкові фабрики.

Крім того, виробничий туризм може стати важливим засобом ідейно-політичного і патріотичного виховання населення. Власне зародження внутрішнього туризму в більшості країн світу, як правило, було пов'язане із патріотичним рухом, з вихованням любові до Батьківщини на основі знайомства з пам'ятками історичного минулого, видатними технічними об'єктами, оригінальними виробничими навичками тощо.

Важливо й те, що більшість масових видів туризму має сезонний характер (як за природними, так і соціально-економічними чинниками), який створює чимало соціальних та економічних проблем. Переваги виробничого туризму полягають у його цілорічному характері (хоча звісно, й тут може спостерігатися певна нерівномірність рекреаційного потоку).

Виробничий туризм пропонує можливості як для окремих фірм, так і для міст (особливо для міст із потужною промисловою базою) та навіть сільських поселень. Виробничий туризм містить цікаві можливості для зміцнення економічної структури (через пряму і непряму зайнятість) і збільшення пропозиції туристичних продуктів. У промислових містах виробничий туризм перетворюється на потенційний сектор зростання, який відповідає їхній ідентичності: сектор пропонує можливості для

посилення їх самобутності та іміджу, зокрема, спираючись на вже існуючі активи.

Сучасний етап розвитку світового господарства продемонстрував низку прикладів, коли старопромислові райони не витримували конкуренції країн (регіонів) з дешевою робочою силою та новітніми технологіями, тому їх промисловість поступово занепадала. Але перші вугільні шахти, залізничі й паровози, судноверфі, що їх вдалося зберегти як музеї, змогли привабити чимало туристів і полегшити таким чином досить болючу переструктуризацію господарства. Виявляється, туризм (у т.ч. виробничий) може слугувати вагомим чинником економічного зростання. Значний досвід накопичено у старопромислових районах Великобританії, Німеччини, Польщі та інших країн [22]. Завдяки «мультиплікаційному ефекту» поряд із розвитком власне індустріального туризму розвивається й регіон, на території якого розташовані туристичні об'єкти (через розвиток готельного господарства, будівництва, харчової і легкої промисловості, сільського господарства, народних промислів тощо).

Системне обговорення теоретичного та практичного досвіду становлення виробничого, передусім, індустріального туризму, в Україні започатковано на I Міжнародному науково-практичному форумі «Індустріальний туризм: реалії та перспективи» (Кривий Ріг, 2013 [8]), де були розглянуті такі аспекти, як класифікація форм і видів індустріального туризму, провідні тренди його розвитку, особливості організації, ключові проблеми сучасного етапу функціонування внутрішнього туристичного ринку України тощо. Феномен виробничого туризму вимагає докладання значно більших зусиль, зокрема в царині вивчення його регіональних аспектів.

Однією з перших спроб визначити перспективні об'єкти промислового туризму в Україні є робота В. Г.Кулеш[15], але в табл. 2 (її назва «Об'єкти промислового туризму в областях України») інформація про Сумську область зовсім відсутня.

© Корнус А.О., Корнус О.Г., Сюткін С.І., 2019

6.2. Регіонально-економічні наслідки виробничого туризму

Виділяють кілька суттєвих економічних наслідків впливу туризму на розвиток регіональної економіки [31]. По-перше, це чиста вигода для суспільства від інвестицій в туризм. По-друге, інвестиції в інфраструктуру покращують внутрішню доступність у регіоні в інтересах багатьох користувачів, включно з туристами. Це відноситься і до виробничого туризму. Третій аргумент на користь явного впливу туризму – підтримка місцевих громад. Дані про економічну значимість можуть допомогти добитися визнання серед місцевого населення, а отже, і серед політиків. По-четверте, аналіз економічного впливу може допомогти зрозуміти взаємозалежності між різними сегментами туристичної індустрії (їх розмір і структуру) і зв'язок з іншими галузями. Ці знання можуть допомогти підприємцям у визначенні ймовірних партнерів для співпраці. Виробничий туризм є типовим прикладом туристичного сегменту, в рамках якого встановлені чіткі зв'язки між галузями (наприклад, між сегментами традиційної індустрії туризму і допоміжними галузями).

Коли є туристи, попит на товари і послуги збільшується, що дозволяє виробникам збільшити обсяги виробництва і продажів. У разі виробничого туризму туристи не тільки купують квиток для входу на підприємство, але і витрачають гроші в місцевих ресторанах і готелях. Також фірми, що не входять в туристичну індустрію (наприклад, транспорт і роздрібна торгівля), зможуть отримати вигоду. Збільшення обсягів виробництва і продажів може привести до збільшення місцевого доходу, зайнятості і податкових надходжень. Отже, виробничий туризм може бути джерелом доходу і зайнятості, а це дуже важливі регіональні економічні показники. Це перший тип економічного впливу.

Коли туристи витрачають свої гроші, вони впливають на попит і пропозицію не тільки кількісно, але і якісно. Якщо кількість (виробничих) туристів буде значною, вони можуть вплинути на рівень цін, а також на якість товарів і послуг, як позитивним, так і негативним чином. Місцеві жителі можуть скористатися перевагами, але можуть і страждати від недоліків цього впливу. Адже зростаючий попит призведе до підвищення цін на продукти та інші товари. Також це може вплинути на

вартість нерухомості і прибутковість капіталу, вкладеного в туристичні об'єкти. Це другий тип економічного впливу.

Отже, розвиток виробничого туризму може не тільки приносити користь регіонам та їхнім галузям, але й також мати деякі ризики. Наприклад, Ван дер Борг (1991 р.) [33] розрізняє два види витрат на управління туристичною діяльністю: 1) інвестиції і експлуатаційні витрати, необхідні для управління туристичними фірмами, і 2) витрати регіональних органів влади, призначені для посилення туризму, такі як поширення туристичної інформації та інше. Автор стверджує, що надмірний тиск на інфраструктуру туристичних напрямів може завдати шкоди, особливо якщо кількість відвідувачів перевищує максимальну пропускну здатність. Для багатьох компаній такі витрати та ризики, як крадіжки та промислове шпигунство, на жаль, стають аргументами проти розвитку цього виду туризму.

Як уже вказувалося, у світовій практиці виробничий туризм зазвичай використовується як спосіб зміцнення іміджу підприємства чи регіону. У роботі Н. П. Мешко[16] узагальнено переваги розвитку промислового туризму в регіоні, а саме: залучення інвестицій, додаткові надходження до бюджету, підвищення туристичної привабливості регіону, знайомство з економічним потенціалом регіону, стимулювання розвитку інфраструктури, збільшення кількості робочих місць, поліпшення іміджу регіону.

Отже, теоретично виробничий туризм може приносити економічні вигоди регіону за допомогою впливу на витрати і позитивні негрошові ефекти, такі як поліпшення іміджу регіону та його галузей.

© Корнус А.О., Корнус О.Г., Сюткін С.І., 2019

6.3. Виробничо-туристичні кластери

Головна ідея кластерної теорії – об'єднання розрізнених елементів в єдине ціле для взаємодії під час виконання певної функції. Важливо і те, що кластерна система організації дозволяє поєднати господарську діяльність підприємств із соціальними цілями органів державного і місцевого управління.

Заслуговує на увагу аналіз світового досвіду підвищення конкурентоспроможності регіонів шляхом реалізації кластерної

політики регіонального розвитку та обґрунтування необхідності цілеспрямованого створення територіальних туристичних кластерів із метою підвищення конкурентоспроможності регіонів України, що здійснені Т.О. Тимошенко [25].

Методологія вивчення процесу кластеризації та впровадження кластерних моделей, зокрема таких, що створюють реальну можливість поліпшення загального стану депресивних територій, найкраще висвітлена в працях М. Портера [20; 21], його перу належить і найбільш цитоване визначення виробничого кластеру [21]. Стосовно ж туристичних кластерів слід відзначити відсутність на даний час єдиного загальновизнаного визначення, закріпленого державними нормативними актами. Ця обставина дозволяє різним авторам досить вільно поводитися з терміном, при цьому приблизно однаково розуміючи його сутність.

Основою кластерної взаємодії слугують суспільний поділ праці та його просторовий прояв – географічний поділ праці. А. А. Терехов і Н. Б. Бандура визначають туристичний кластер як «систему інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг із приводу створення спільного туристичного продукту» [24, с. 266]. У цій публікації названі автори згадують і Сумську область серед піонерів створення кластерних структур в Україні.

Зарубіжний досвід розвитку кластерів свідчить, що ринкова конкуренція і природна географічна близькість елементів галузевих кластерів забезпечують добровільну цілеспрямовану кооперацію й оптимізацію взаємовідносин в ланцюгу «виробник – споживач» (у туристичній галузі це транспорт – туристичні (у т.ч. виробничі) об'єкти – засоби розміщення (готелі, хостели, гуртожитки) – заклади харчування). Умовами створення кластерів часто називають наступні «5і»: ініціатива, інновація, інформація, інтеграція, інтерес [17]. Звісно, що успішність кластеру залежить і від значної кількості зовнішніх факторів: рівня оподаткування, доступу до якісних трудових ресурсів, ринкового капіталу, транспортної інфраструктури, наявності в регіоні науково-дослідних установ тощо.

Кластер є відносно новим інструментом підвищення конкурентоспроможності країн або їх певних регіонів та своєрідним каталізатором розвитку специфічних галузей

господарства. Щоправда, сфера виробничого туризму поки що не має загально визнаної методики організації кластерних структур. Аналіз процесів кластеризації світового ринку туристичних послуг залишається маловивченим питанням, відзначимо лише єдину публікацію [3], в якій розглядається кластеризація як передумова глобалізації світового туристичного ринку.

У зарубіжних виданнях під туристичним кластером розуміється географічна концентрація підприємств і установ, пов'язаних між собою туристичною діяльністю, який включає постачальників, послуги, органи влади, установи, університети та ін. [28]. На думку М. Novelli, D. Schmitz і Т. Spencer [30] мета туристичного кластера полягає в тому, щоб об'єднати компанії, які зазвичай працюють поодиночки, для створення успішного туристичного продукту в регіоні. М. Портер визначив кластер як географічно близьку групу взаємопов'язаних компаній і пов'язаних установ в певній галузі, пов'язаних спільними рисами і взаємодоповнюваністю [32].

Кластери життєво важливі для регіонального розвитку, підвищуючи продуктивність, інноваційний потенціал і критичну масу місцевого бізнесу.

Перевагою кластерної моделі організації туристичної діяльності є відсутність жорсткого централізованого впливу та виключно ринкова конкуренція між виробниками туристичних послуг. Завдяки об'єднанню у регіональний туристичний кластер, підприємства отримують можливість більш ефективно відстоювати свої інтереси на рівні місцевих органів влади, а також брати участь у великих інвестиційних програмах [26].

Вважаємо, що сучасна концепція виробничих кластерів, як сукупностей технологічно пов'язаних і географічно сконцентрованих підприємств, цілком здатна об'єднати і «поглинути» суспільно-географічні категорії «територіально-виробничих комплексів» і «енерговиробничих циклів». Отже, цілком виправданим в нинішніх соціально-економічних умовах Сумської області виглядає формування кількох виробничо-туристичних кластерів (Сумського, Конотопського, Глухівського, Шосткинського, Роменського, Охтирського тощо), але відсутність якісних рекламно-інформаційних матеріалів вимагає проведення серйозних маркетингових досліджень та подальшого

вивчення туристичних можливостей регіону, зокрема й повної інвентаризації об'єктів виробничого туризму.

Загалом питання впровадження кластерних моделей давно викликає підвищений інтерес науковців з різних галузей знань [6; 24]. Відомо, що туристичні кластери утворюють групи підприємств, географічно сконцентрованих в межах певного регіону, які спільно використовують туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність. У такі кластери можуть об'єднуватися представники бізнесу, місцевої влади, освіти, науки та громадських організацій.

Межі туристичних кластерів з часом можуть змінюватися внаслідок появи нових підприємств, нових напрямів діяльності, змін умов функціонування ринку туристичних послуг тощо.

Кластерний підхід до розвитку національних економік давно «працює» у США, Канаді, Італії, Нідерландах, Новій Зеландії. В Україні на початку XXI століття теж почали обговорювати необхідність кластеризації економіки. Накопичення досвіду може відбуватися через створення експериментальних мікрокластерів (відомо, що географічні масштаби кластерів можуть значно варіювати), у тому числі й туристичних.

Зазвичай зрілі кластери характеризуються певною спеціалізацією. Але серед атрактивних складових туристичних кластерів виробничий туризм практично не згадується. Цей недолік слід виправити. А сам кластерний підхід до розвитку туристичної галузі можна вважати одним з пріоритетних напрямів підвищення конкурентоспроможності регіонів.

Слід зауважити, що раніше кластери формувалися переважно еволюційно завдяки конкуренції і ринковим відносинам, але сьогодні в багатьох країнах вони формуються (виросшуються) штучно [22]. Конкурентні виклики, з якими стикаються всі регіони України після приєднання країни до СОТ, теж вимагають цілеспрямованого створення територіальних (у т.ч. й виробничо-туристичних) кластерів з метою підвищення конкурентоспроможності регіонів.

Отже, туристичний кластер (англ. cluster – «гроно», «група», «скупчення») – це результат концентрації на певній території підприємств індустрії туризму, які взаємодіють між

собою з метою створення туристичного продукту. Групи підприємств спільно використовують туристичні ресурси, інфраструктуру, ринок праці та взаємодоповнюють одна одну.

У структурі туристичного кластера доцільно виділяти наступні сектори: 1) сектор виробництва туристичних послуг; 2) сервісний сектор; 3) допоміжний сектор; 4) сектор забезпечення життєдіяльності туристичного кластера [26].

Ефективна робота кожного учасника кластера створює умови для успішного функціонування інших. Завдяки цьому всі члени туристичного кластеру одержують переваги у вигляді зростання прибутків та розширення можливостей. У такому туристичному кластері створюються сприятливі умови для виробництва нових видів послуг, формується інноваційне конкурентне середовище тощо.

Сектор виробництва туристичних послуг об'єднує підприємства, які безпосередньо створюють туристичний продукт. Насамперед, це туроператори і турагенти, заклади з розміщення та оздоровлення туристів, транспортні підприємства, заклади харчування, музеї, театри, аква- і зоопарки, ботанічні сади, національні та регіональні природні парки, біосферні заповідники, заказники, промислові і сільськогосподарські підприємства тощо.

Сервісний сектор представлений навчальними закладами туристичного профілю, науковими установами, страховими компаніями тощо. Ці підприємства надають освітні, фінансові, страхові й посередницькі послуги іншим компаніям кластера.

Допоміжний сектор складається з таких елементів: підприємств з виробництва товарів туристичного призначення, сувенірів тощо; поліграфічних та картографічних організацій, телерадіокомпаній і періодичних видань; органів державної влади, регіональних установ із туризму.

Завдання сектору забезпечення життєдіяльності – пов'язати між собою інші сектори і підприємства, координуючи їх взаємодію та спільну діяльність.

Однак варто зазначити, що така структура туристичного кластера не є сталою, оскільки склад учасників може розширюватися. Усе частіше встановлюються зв'язки з іншими кластерами економіки (найчастіше з продовольчими, автомобільними, медіа-кластерами). Слід відзначити й зростання

ролі закладів вищої освіти та науково-дослідних установ, які значно підсилюють конкурентні переваги певних кластерів (завдяки координації зусиль учасників кластеру та підготовці кваліфікованих фахівців). Частина компаній сервісного та допоміжного секторів може лише укласти угоди про співпрацю, які не передбачають обов'язкового входження до кластера [26].

Пропонуємо наступну схему поступової розбудови туристичних кластерів на Сумщині.

1. Ревізія існуючих туристських ресурсів, визначення туристського потенціалу конкретних територій, SWOT-аналіз.

2. Вивчення зарубіжного та вітчизняного досвіду кластеризації, проведення наукового дослідження з метою оцінки умов та перспектив створення кластеру (кластерів).

3. Вибір стратегії розвитку пріоритетних видів туризму, яка ґрунтується на врахуванні атрактивності наявних ресурсів, маркетинговому потенціалі, рівні розвитку комунікацій досліджуваної території тощо.

4. Розробка програми розвитку туристичних кластерів та відповідних інвестиційних проектів.

5. Реалізація програм і проектів з регулярним моніторингом ситуації.

6. Налагодження системи зв'язку та взаємодії різних елементів туристичного кластеру (кластерів).

Після реалізації наведених вище кроків можливе (але не обов'язкове) і документальне затвердження функціонування кластеру.

Під *виробничо-туристичними* кластерами ми розуміємо територіальне поєднання підприємств промисловості, сільського господарства транспорту чи сфери послуг, які мають туристичну привабливість та проводять екскурсії на свої виробництва. Крім того, у складі такого кластера мають бути представлені необхідні елементи туристичної інфраструктури (транспортної, готельно-ресторанної тощо).

Алгоритм створення виробничо-туристичних кластерів передбачає низку етапів і процедур, починаючи з інвентаризації існуючих ресурсів досліджуваної території та визначення її туристського потенціалу – і до конкретних проектів просування готового товару (послуги з екскурсії на виробництво в нашому випадку) на ринку, що враховують природні та соціально-

економічні умови, технологічну спеціалізацію і кооперацію підприємств, транспортні можливості тощо.

© Корнус А.О., Корнус О.Г., Сюткін С.І., 2019

6.4. Виробничо-туристичні кластери Сумської області

У контексті ресурсів виробничого туризму Сумська область – це багатогалузевий комплекс, який об'єднує близько 250 великих та середніх різнопрофільних промислових підприємств, спеціалізація яких пов'язана з видобутком енергетичних ресурсів, машинобудуванням, хімічною і нафтохімічною промисловістю, переробкою продукції сільського господарства. В агровиробничому комплексі регіону функціонує 390 колективних сільськогосподарських підприємств і 649 фермерських господарств [1; 13], діяльність яких може зацікавити туристів. Така велика кількість потенційних об'єктів виробничого туризму, як і територіальні неоднорідності їх розміщення, зумовили необхідність виділення виробничо-туристичних кластерів.

На території Сумської області нами виділено шість виробничо-туристичних кластерів (ВТК): Сумський, Охтирсько-Тростянецький, Роменський, Конотопський, Глухівсько-Путивльський і Шосткинський. Проведення меж кластерів згідно адміністративно-територіального поділу є достатньо умовним, адже їх реальні межі постійні змінюються, оскільки з'являються нові підприємства, розвиваються нові напрямки виробничо-туристичної діяльності, змінюються маршрути транспортного сполучення.

Сумський ВТК є найбільшим в області. До його складу включені м. Суми, Сумський, Лебединський, Білопільський та Краснопільський райони. Це найбільш розвинений традиційний туристичний регіон області, де розміщено 860 пам'яток культурної спадщини (з них 224 знаходяться у м. Суми). Але враховуючи велику кількість промислових підприємств машинобудування, хімічної, легкої та харчової промисловості, які володіють значним експортним потенціалом, для даного кластера перспективним є розвиток виробничого туризму. Це підвищує можливості комплексного використання території. У складі цього ВТК доцільно виділити кілька сегментів: машинобудівельно-

туристичний сегмент, хімічнопромислово-туристичний сегмент, легкопромислово-туристичний сегмент, харчопромислово-туристичний сегмент та ін.

Машинобудівельно-туристичний сегмент. Для туристів, що цікавляться історією і технологіями машинобудування, корисними будуть відвідини деяких виробництв та музею АТ «Сумське НВО», донедавна одного із найбільших в Європі машинобудівних комплексів з випуску устаткування для нафтової, газової, атомної та хімічної промисловості. Для бажаючих відчувати гуркіт цехів та іншу «класику» машинобудівних гігантів найкраще підходить ПАТ «Сумський завод «Насосенергомаш», що спеціалізується на виробництві насосного обладнання, силових агрегатів та складних гідравлічних систем для різних галузей енергетики, металургії, трубопровідного транспорту, житлово-комунального господарства тощо. Завод виробляє понад 600 найменувань серійної продукції. Під час екскурсії на підприємстві екскурсанти мають можливість споглядати весь технологічний процес виробництва насосного та іншого обладнання, починаючи від заготівельного цеху, цеху лиття, складання і т.д. аж до фарбування кінцевого продукту [14].

До машинобудівного сегменту цього кластеру належить і концерн «НІКМАС» – велика промислово-інноваційною структура, підприємства якої спеціалізуються на виробництві сучасного вискоєфективного і енергозберігаючого компресорного обладнання і запасних частин до нього. Концерн «НІКМАС» заснований ще в 1994 р., є великою промислово-інноваційною структурою, яка об'єднує низку підприємств, розташованих як в Україні (ПАТ «Полтавський турбомеханічний завод», «НВАО «ВНДІкомпресормаш», «Глухівський завод «Електропанель»), так і в інших країнах. Його підприємства спеціалізуються на виробництві сучасного вискоєфективного і енергозберігаючого обладнання і запасних частин до нього, сервісному обслуговуванні та наданні замовникам прогресивних технологій, інших видів робіт і послуг, завдяки чому вони і стали флагманами компресоробудування в Україні, використовуючи 50-річний досвід проектування і випуску такої техніки, у тому числі й для газовидобувної промисловості [1; 13].

Це – багатопрофільна компанія, яка об'єднує підприємства, розміщені в Україні, Росії, Білорусі та Казахстані. Розташовані у місті Суми підприємства концерну виробляють компресорні станції та установки різних модифікацій, автомобільні газонаповнювальні компресорні станції, спеціальну кульову арматуру для роботи в агресивних середовищах, маслоочисне обладнання, теплообмінну апаратуру, роторні компресори, насосні та зварювальні агрегати, вузли і запасні частини для більш ніж 2000 типів парових турбін ТЕЦіТЕС, продукцію ливарного виробництва. До складу концерну входить АТ «НВАТВДІкомпресормаш», що має 45-річну історію, і є головною організацією в Україні з розробки та впровадження передових технологій у компресоробудуванні [13].

Також до цього сегменту відноситься лебединське ТОВ «Укртранспневматика» – підприємство займається виготовленням гальмівного обладнання для рухомого складу залізниці. Екскурсанти можуть ознайомитись з робочими місцями та умовами праці, поспілкуватись з працівниками та адміністрацією, отримати інформацію щодо історії створення підприємства. Серед ділових партнерів підприємства вагоноремонтні та вагонобудівні підприємства України, підприємства з Казахстану, Литви, Латвії, Грузії й інших країн. Інше підприємство – Лебединський моторобудівний завод «Мотор Січ» виготовляє опалювальні водонагрівні котли та інші товари.

Хімічнопромислово-туристичний сегмент забезпечують екскурсії на ПАТ «Сумихімпром», де туристи можуть ознайомитися з виробництвом мінеральних добрив, коагулянтів та добавок до цементу, кислот, двоокису титану, пігментів та інших видів хімічної продукції. Для знайомства з цим підприємством створено музей історії ПАТ «Сумихімпром».

З новітніми хіміко-фармацевтичними технологіями можна ознайомитися на ТОВ «КусумФарм» та Сумській біологічній фабриці. На нашу думку, найкращим підприємством для проведення виробничої екскурсії є Сумська біологічна фабрика, яка заснована у 1931 р. та має стратегічне значення для забезпечення стабільної епізоотичної ситуації у тваринництві, біологічної безпеки країни у цілому, а також забезпечення населення високоякісними продуктами харчування. Одним із

пріоритетних напрямів діяльності фабрики є розробка наукоємних, екологічно чистих, безвідходних технологій на основі мікробіологічних технологій молекулярної біології [14]. Фабрика має відповідні умови і дозволи на виготовлення імунобіологічних та діагностичних препаратів проти збудників особливо небезпечних інфекцій. На виробництві встановлено сучасне сублімаційне, холодильне, стерилізаційне і фасувальне обладнання провідних виробників у галузі біологічної промисловості, яке можна подивитися під час екскурсії.

Легкопромислово-туристичний сегмент представлений підприємствами швейної та взуттєвої галузей. Сумський будинок моделей Петра Сороки під час екскурсій на своє швейне підприємство знайомить відвідувачів з технологією створення одягу, починаючи від моделювання майбутніх виробів на комп'ютері і розкроювання тканин, до шиття і оздоблення готового продукту.

Не менш цікавим є відвідування ПАТ «Лебединська швейна фабрика», яка виготовляє перш за все чоловічі сорочки та іншу продукцію. Сьогодні це сучасне підприємство, оздоблене найкращими зразками вітчизняного та закордонного обладнання.

На ТОВ «Взуттєва фабрика «Ремвзуття» можна оглянути увесь технологічний процес виготовлення шкіряного взуття від моделювання до готової продукції. А в магазині, який діє при фабриці, є можливість його придбати.

Більш сучасне виробництво взуття представлено на ТОВ «ПреміумСтар» (м. Суми), що працює виключно на експорт, виготовляючи шкіряне взуття, кросівки і мокасини під маркою італійської фірми «Grisport» за замовленнями з ЄС. Однак екскурсії на це підприємство поки що не проводяться.

Особливістю *харчопромислово-туристичного сегменту* є складнощі відвідування через санітарні вимоги. Підприємством, яке проводить виробничі екскурсії на свій завод, є ТОВ «Горобина» – єдиний виробник лікero-горілчаної продукції у Сумській області. Підприємство постійно удосконалює технологічні процеси виготовлення лікero-горілчаних виробів і демонструє всю технологічну схему виготовлення алкогольних напоїв під різними торговими марками. За бажанням, наприкінці екскурсії можна замовити дегустацію напоїв.

Ознайомитися з технологіями виробництва хлібобулочних виробів можна на хлібопекарському підприємстві ТОВ «Сумиторг-Партнер». Ще одне цікаве для туристів підприємство – «Guala Closures Ukraine», що спеціалізується на виготовленні широкого асортименту коркувальних засобів, які використовуються у харчовій промисловості [14].

З організацією виробництва у рибопереробній галузі можна ознайомитись на сумському підприємстві ФОП Р.Н. Кулемза (ТМ«FishKing»), яке займається обробкою рибної сировини (в'ялення, копчення), виробництвом пресервів, салатів. Під час екскурсії відбувається знайомство з організацією виробництва. Також є можливість відвідати копильний, пресервний і в'яльний цехи, холодильні та морозильні камери (підприємство має розгалужену систему холодильного обладнання).

На ТОВ «Завод «Еко-продукт» (с. Іволжанське Сумського району) є можливість ознайомитися з виробництвом пива та мінеральних вод, що здійснюється на устаткуванні ізраїльської фірми «I.E.C. Engineering» та італійської «B.M. Begeggy». Поблизу міста розташоване сучасне підприємство – ПАТ «Сумський завод продовольчих товарів» (у с. Бездрик), який виробляє продукцію (майонез, олію) під торгівельною маркою «Олівія». Білопільська макаронна фабрика виготовляє не тільки макаронні вироби, а також крупи та борошно.

З *агропромислово-туристичного сегменту* цікавим туристичним об'єктом є Степанівський елеватор ТОВ «АгротерміналКонстракшн» – найбільший елеватор України, який входить в структуру ДКУkr Land Farming. Ємність одноразового зберігання зерна 488 тис. т. За 15 годин підприємство може відвантажити 54 вагони-зерновози. На елеваторі працюють 6 зерносушарок, які сушать по 40 тонн зерна на годину [1]. Цікавим для туристів є ТОВ «Ворожба» (м. Ворожба) – м'ясопереробне підприємство, де на базі сучасних технологій проводиться забій худоби, зберігання, переробка та реалізація м'яса, субпродуктів, шкірсировини та виготовляється понад 80 найменувань напівфабрикатів, ковбасних виробів та копченостей. Також до послуг туристів поблизу м. Суми у с. Верхня Сироватка розташована страусина ферма, де можна побачити екзотичних птахів, покататися на них та погодувати хлібом прямо з рук. З травня по вересень, коли настає стійке

тепло, можна скуштувати омлет із страусиних яєць. Крім страусів, на фермі проживають бобри, зайці, лисиці, лелеки, фазани тощо. На водоймах ферми можна також зайнятися спортивною риболовлею.

Неабияке захоплення викликає екскурсія у с. Ясени до Дослідного господарства Інституту сільського господарства Північного Сходу Національної академії аграрних наук України на якому функціонує племінний завод з розведення української чорно-рябої молочної породи і бурої молочної породи. Також тут є племрепродуктор з розведення свиней української білої великої породи. Крім того, у планах дослідного господарства є побудова зоопарку.

Серед підприємств *будівельнопромислово-туристичного сегменту* можна відвідати ТОВ «Керамейя» (м. Суми) – успішне підприємство, яке динамічно розвивається і стає лідером ринку будівельних керамічних матеріалів в Україні, розширює експортні ринки, отримуючи все більшу популярність і визнання. Брендова структура цієї торгової марки складається з основного логотипу «Керамейя» та чотирьох продуктивних торгових марок: «КлінКерам», «БрукКерам», «ТеплоКерам» і «ДахКерам». Під брендом «КлінКерам» випускається клінкерна керамічна цегла виробництва ТОВ «Керамейя», а під брендом «БрукКерам» випускається клінкерна керамічна бруківка. Сюди ж відноситься і ТОВ «Михайлівські вогнетриви» (Краснопільський район) – виробник легкового вогнетривих виробів.

Цікавими об'єктами цього ВТК є об'єкти *енергопромислово-туристичного сегменту* – підприємства малої енергетики Низівська ГЕС (Сумський район) та Бобрівська, Мало-Ворожбянська і Михайлівська ГЕС (Лебединський район), які розташовані на р. Псел.

Охтирсько-Тростянецький ВТК – охоплює Охтирський, Тростянецький та Великописарівський райони. У даному ВТК найвищим рівнем розвитку вирізняються добувна та харчова промисловості, що створюють тут відповідні сегменти виробничого туризму.

Майнінгово-туристичний сегмент. Охтирка сьогодні відома як найбільший центр нафтогазовидобувної промисловості, де видобувається до 50% всієї нафти в Україні. Місцеве НГВУ «Охтирканафтогаз» здійснює розробку 26 нафтових і газових

родовищ, окремі з яких можна відвідувати з туристичною метою. До того ж працівниками Охтирського міського краєзнавчого музею розроблена екскурсія «Охтирка – нафтова столиця України»[13].

Машинобудівельно-туристичний сегмент даного ВТК представлений ПАТ «Тростянецький машинобудівний завод». Відвідавши дане підприємство, екскурсанти мають можливість ознайомитися з технологіями виробництва обладнання для підприємств цукрової, спиртової, крохмале-паточкової промисловості та запасних частин до нього, а також товарів народного споживання.

У рамках *легкопромислово-туристичного сегменту* цікавими промисловими об'єктами для туристів є ПАТ «Охтирська швейна фабрика». Відвідавши це підприємство, гості можуть ознайомитися з основною продукцією та сучасним парком швейного універсального та спеціалізованого обладнання, що дає можливість швидко та якісно виконувати замовлення.

Харчопромислово-туристичний сегмент. Для любителів пивного туризму варто запропонувати екскурсію на ПрАТ «Охтирський пивоварний завод», що займається виробництвом не тільки пива, а й газованої питної води та напоїв ТМ «Оболонь» (наприклад, «Живчик»). На пивоварному заводі учасники екскурсії ознайомляться з технологічними процесами пророщування хмелю, підготовки солоду і сусла, змішування води з компонентами солоду з утворенням затору, охмеління сусла і підготовки до бродіння, бродіння і дозрівання, фільтрації і розливу. Крім того, вони дізнаються про роботу технологічного обладнання, а саме заторних і суслотварочних котлів, пластинчастих охолоджувачів, дріжджових танків, циліндроконічних танків, сепараторів, гідроциклонів, фільтрів, розливного і фасувального апаратів.

Проте найвідомішим підприємством харчопромислово-туристського сегменту є шоколадна фабрика «Монделіс Україна», відома своїми торговими марками «Корона», «Україна», «Milka» тощо. Фабрика розташована у м. Тростянці – районному центрі, який останнім часом стали називати туристичною перлиною Сумщини. Через місто проходить автодорога Глухів-Харків та залізнична магістраль Ворожба–Суми-Харків. Місцева залізнична станція Смородино є одним зі

значних залізничних вузлів Сумської області, що покращує туристичну логістику. «Монделіс Україна» займає одне з провідних місць на ринку шоколадної продукції в Україні, має закритий цикл виробництва шоколаду, від обробки какао-бобів до упаковки готової продукції та відвантаження. Продукція, вироблена на Тростянецькій фабриці, реалізується на внутрішньому ринку та експортується до країн Східної Європи та Центральної Азії. Підприємство спеціалізується на виробництві шоколаду («Корона», «Мілکا»), кави (меленої та розчинної кави «Jacobs», «MaxwellHouse», «CarteNoire»), солоних сніків (картопляні чіпси «Люкс», «Estrella», сніків «Cerezos» ALPENGOLD, бісквітів «Ведмедик Барні», крекерів TUC) та іншої продукції. У 2016 р. запустили новий бісквітний цех, що займається виготовленням печива OREO. На фабриці ПрАТ «Монделіс Україна» працює близько 1000 працівників [1; 13].

З ініціативи шоколадної фабрики в Тростянці у 2012 р. відкрито музей шоколаду, який поділений на три зали: «Корона», «Мілکا» і «Якобс». Усього в музеї представлено 1576 експонатів, у т.ч. великовагові вироби з шоколаду (певні солодкі екземпляри важать під 30 кг). Тут розповідають історію виникнення шоколаду і кави, оскільки деякі види шоколаду виготовляються з додаванням цього ароматного інгредієнта, демонструють унікальні обгортки, які вже не випускаються виробниками. В музеї представлений не тільки шоколад у звичному вигляді – у формі плитки, але й справжні смачні шедеври у виді різноманітних фігурок. Розташований музей у старовинній дворянській садибі, поряд з картинною галереєю і краєзнавчим музеєм [18]. Неподалік знаходиться адміністрація НПП «Гетьманський», де екскурсантів ознайомлять з особливостями створення та функціонування парку.

У складі Охтирсько-Тростянецького ВТК також можна виділити *будівельнопромислово-туристичний сегмент*, до якого слід віднести цегельний завод ТОВ «ВКП «Нотехс» (сmt. Вел. Писарівка), відвідування якого дозволить ознайомитися з технологією виробництва цегли, якої може виготовлятися до 2,5 млн. штук на рік. Керамічна цегла виробляється з глини, що видобувається з місцевого кар'єру і відповідає всім вимогам щодо якості та екологічності [13].

Роменський ВТК (Роменський, Липоводолинський та Недригайлівський райони) включає харчопромислово-, легкопромислово-будівельнопромислово- та машинобудівельно-туристичний сегменти.

Харчопромислово-туристичний сегмент. До найбільш привабливих у контексті виробничого туризму підприємств слід віднести ТОВ «Роменський завод продовольчих товарів» – одне з найбільших підприємств України, що проводить виготовлення мармеладно-пастильних кондитерських виробів, зокрема зефіру. Продукція підприємства під ТМ «Ромни-кондитер» (пряники, печиво вівсяне, сухарі, бублики, торти й тістечка) користується попитом як на національному, так і на міжнародних ринках.

Також у місті діють інші підприємства харчової промисловості, наприклад, Роменський молочний комбінат ПП «Рось» (входить до складу ДП «Мілкіленд-Україна»). На сьогодні підприємство заготовляє сировину і виробляє тверді сири «Боярський», «Старослов'янський», «Король Артур», «Річард», «Російський», масло солодковершкове «Вологодське» 82,5%, «Екстра» 82,5%, «Роменське» 73%, «Добряна» 73%, сухе знежирене молоко, сухе незбиране молоко. Загалом, підприємство переробляє 75,5 тис. т молока на рік [1; 13].

Легкопромислово-туристичний сегмент представлений ПАТ «Роменська гардинно-тюлева фабрика», яка є єдиним виробником гардинно-тюлевих полотен в Україні. Основна сфера діяльності – випуск гардинових основов'язаних полотен і штучних виробів з них жакардові полотна, гардинні полотна, мереживні полотна, завіси для кухні, комплекти штор для кімнат, скатертини, серветки, покривала, ритуальні похоронні вироби. Продукцію та технологію виробництва туристи можуть побачити, відвідавши цехи даного підприємства.

Роменське ТОВ «Таланпром» випускає спеціальне взуття для збройних сил та інших силових відомств. Його продукцію такою купують підрозділи «Укрзалізниці», «МітталСтіл Кривий Ріг», ПАТ «Укрнафта» та ін. [1; 13].

Серед підприємств *будівельнопромислово-туристичного сегменту* цікавим об'єктом відвідування є АТ «Слобожанська будівельна кераміка» – найбільший виробник стінових керамічних матеріалів, який володіє 40% українського ринку лицьової керамічної цегли і 12% усього цегляного ринку України

за обсягами продажів[1]. Під час екскурсії туристам показують всю технологію виробництва керамічних виробів.

У складі *машинобудівельно-туристичного сегменту* слід назвати роменське ПрАТ «Завод Тутковського», що спеціалізується на виготовленні геологорозвідувального обладнання, бурового інструменту та запчастин для нафтогазопромислового комплексу, а також мобільних вагонів-будинків різних розмірів і модифікацій, модульних об'єктів. Але найцікавішим об'єктом цього виробничо-туристичного сегменту є ТОВ «Завод Кобзаренка» (сmt. Липова Долина), що посідає перше місце в Україні за виробництвом тракторних причепів. Нині завод виготовляє 20 видів причепів, 9 видів перевантажувальних бункерів, 10 видів цистерн для води, жижі та засобів захисту рослин, 20 видів різноманітних шнеків тощо. Свою техніку підприємство експортує у 30 країн світу і планує відкриття ринків Ірану, Індії та США у найближчий час[1; 13]. Під час відвідування виробничих цехів відбувається знайомство з виробничим процесом: етапами виготовлення сучасної сільськогосподарської техніки, найсучаснішим обладнанням заводу, зварювальними роботами, верстатами та автоматами, установками для різання металу. Екскурсанти мають можливість дізнатись, як сьогодні працює слюсарно-складальний цех, іде процес збірки, монтажу, комплектації запчастин і механізмів. Також туристи мають змогу побувати у новому та сучасному спортивному залі заводу із безліччю тренажерів.

Конотопський ВТК (Конотопський, Кролевецький та Буринський райони) вирізняється вигідним транспортно-географічним положенням. Центр ВТК – місто Конотоп є крупним залізничним вузлом, що забезпечує вантажні та пасажирські перевезення за 7 напрямками: Московським, Київським, Харківським, Гомельським, Курським, Полтавським, Вітебським. Через місто проходить 9-й міжнародний транспортний коридор та автомобільні дороги Р60, Р61. Приміським транспортом місто зв'язане з Києвом та обласними центрами – містами Суми та Чернігів. Цим воно вигідно відрізняється від інших міст Сумської області. Крім того, в Конотопському районі є й інші перспективи для розвитку туризму.

Лідуючими в цьому кластері є *машинобудівельно-туристичний та харчопромислово-туристичний сегменти*.

Серед атрактивних об'єктів промисловості даного кластеру слід назвати ТОВ «Мотордеталь-Конотоп», ДП «Авіакон», які знають не тільки в Україні, а і в багатьох країнах світу. ТОВ «Мотордеталь-Конотоп» – найбільший завод в Європі, що спеціалізується на виробництві гільз циліндрів для автомобільних, тракторних, корабельних, тепловозних і стаціонарних двигунів внутрішнього згоряння. Переважна більшість операцій проводиться на сучасному обладнанні світових виробників – Junker, Takisawa, Gildemeister, Gehring, Emco, Nagel та ін. На підприємстві впроваджена виробнича система бережливого виробництва (аналог системи бездефектного виробництва, створеної компанією «Тойота»). Це дозволяє випускати продукцію найвищого класу ПАТ «Конотопський арматурний завод» виготовляє сталеву трубопровідну арматуру високого тиску, а також поковки з вуглецевої і легованої сталей масою до 2000 кг, об'ємні штампування різної конфігурації масою до 250 кг [1; 13]. Цікавим буде похід до локомотивного депо м. Конотоп. Тут можна оглянути експозиції музею регіональної філії Південно-Західної залізниці та ознайомитися із роботою ремонтного цеху.

Серед підприємств *харчопромислово-туристичного сегменту* у даному ВТК слід згадати Дубов'язівський хлібокомбінат, який проводить екскурсії на своє виробництво. Тут можна побачити унікальне обладнання, що дозволяє виготовити хліб без торкання людських рук, дізнатися все про роботу фахівців, простежити весь процес виготовлення хлібобулочних виробів. Родзинка програми – невеликий майстер-клас і чагування свіжоспеченим хлібом від підприємства. Сюди ж відноситься і Буринський завод сухого молока ПАТ «Вімм-Білл-Данн Україна». Продукція заводу відома не лише в Україні, а і в Росії, Грузії, Вірменії.

Цікавою атракцією буде відвідання приватної конєферми у с. Жолдаки Конотопського району. Розташована тут садиба зеленого туризму «Північний ліс» функціонує на базі племінної конєферми «Ахалтекинець України», де розводять коней цієї породи. У садибі створені всі умови для прекрасного відпочинку. Гостям організовують кінні прогулянки, полювання, риболовлю на р. Сейм, заняття активними видами спорту.

Легкопромислово-туристичний сегмент. Унікальним об'єктом у цьому ВТК, яке варто відвідати туристам, є Крелевецька фабрика «Художнє ткацтво» – виробник художніх декоративно-тканих штучних виробів та тканин (рушники, покривала, скатерті, постільна білизна тощо). На фабриці є кімната-музей, де зберігаються вироби майстрів далекого минулого. Сьогодні крелевецькі рушники не втрачають свою популярність, їх замовляють міністерства й банки, фірми й підприємства як сувеніри для ділових зустрічей на різних рівнях, подарунки.

Глухівсько-Путивльський ВТК (Глухівський та Путивльський райони) вирізняються тим, що обидва його центри мають статус державних історико-культурних заповідників. Найбільш перспективним напрямом розвитку підприємництва у Путивльському районі є туристичний бізнес. Місто Путивль – туристична перлина Сумщини, що славиться своїми монастирями та музеями, вдало доповнює туристичні пам'ятки м. Глухова. Але крім історико-архітектурних пам'яток вони можуть зацікавити відвідувачів і об'єктами специфічних сегментів виробничого туризму, серед яких *науково-туристичний, музейно-туристичний, духовно-туристичний*. Наприклад, у Глухові знаходиться унікальна науково-виробнича установа – Інститут луб'яних культур НААН України. Це одна з найстаріших науково-дослідних установ держави, що організована на базі Української дослідної станції прядильних культур, ще у 1931 р. як Всесоюзний НДІ конопель, де створювалися такі їх сорти, що не містять наркотичних речовин. В інституті знаходиться кімната-музей луб'яних культур, де представлена невелика експозиція продукції конопляного виробництва: мотузки, канати, тканини, одяг, взуття та інше. Сам інститут розміщений у старовинному будинку Терещенків (зведеному близько 1870 р.) – це найстаріша збережена споруда архітектурної спадщини родини відомих цукрозаводчиків і меценатів. В інтер'єрі будинку частково зберігся первісний декор: ліпнина стель, різьблені двері, кахельні печі, а також сходи на другий поверх, виконані в техніці чавунного декоративного литва[4].

Машинобудівельно-туристичний сегмент представлений слабо. Лише ПАТ «Глухівський завод «Електропанель», що входить до згаданого вище концерну «НІКМАС», під час

екскурсії детально знайомить туристів з технологією виробничого процесу. У кожному цеху заводу працівники розповідають та демонструють на обладнанні поетапно свою роботу та готові вироби. У м. Путивль туристи можуть відвідати завод «Сейм» – провідного виробника нагрівальних систем для довгохвильового інфрачервоного опалення будинку.

У *харчопромислово-туристичному сегменті* найбільш цікавим об'єктом виробничого туризму буде Путивльське ТОВ «Якименко», що спеціалізується на виробництві кукурудзяних паличок під торговою маркою «Золото інків». Під час екскурсії екскурсантів ознайомлять з історією виникнення підприємства, сучасними технологіями виробництва кукурудзяних паличок, методом екструдювання та зможуть побачити в дії екструдер – машину для формування пластичних матеріалів. А на завершення екскурсії всім подарують по пачці солодких паличок.

Легкопромислово-туристичний сегмент у м. Глухові представлений одним з унікальних підприємств України – компанією «Ліненоф Десна». Підприємство має повний цикл виробництва від вирощування льону та технічних конопель, первинної переробки лляної і конопляної сировини до готових виробів (шпагат, мотузки, паливні брикети, розсипний утеплювач, з 2016 р. – лляне полотно). Волокна реалізуються в країни Європи та Азії для потреб прядильних та текстильних підприємств, решта – переробляється на власній шпагатній фабриці у с. Марчихина-Буда, яку також можна відвідати[4].

Шосткинський ВТК (Шосткинський, Ямпільський та Середино-Будський райони) чи не першим став на шлях кластерних взаємовідносин – на території міста створений індустріальний парк «Свема» – промисловий майданчик, на якому ведуть свою діяльність кілька незалежних підприємств з різних галузей. Після зупинки «Свеми» незадіяними стали сотні будівель з повним інженерним забезпеченням. За період функціонування парку проведено великий обсяг робіт з будівництва, реконструкції інженерно-транспортної інфраструктури, дорожнього покриття і вуличного освітлення, облаштування прилеглої території. Серед переваг індустріального парку – скорочення терміну освоєння інвестицій, використання наукового потенціалу місцевих закладів освіти, наявність митного поста, залучення креативних фахівців до

реалізації інвестиційних проектів. Тут збудований новий навчально-лабораторний комплекс Шосткинського інституту Сумського державного університету з бізнес-інкубатором, електронною бібліотекою, спортивними майданчиками. На прилеглий території побудована церква, освітньо-меморіальний комплекс «Пам'ять» [7].

Серед виробничо-туристичних сегментів основним у цьому кластері залишається *хімікопромислово-туристичний сегмент*. Цікавим для туристів є ПАТ «Фармак», виробнича база якого була створена в 2002 р. Під час екскурсії екскурсантам розповідають про історію підприємства, яке протягом декількох років випускало монопродукт – мебгідролін (субстанцію для виробництва готового лікарського засобу діазолін) – і було єдиним на території країн СНД виробником даної субстанції, яка має антигістамінні властивості. Туристи мають можливість відвідати цех з виробництва активних фармацевтичних інгредієнтів та на власні очі побачити очисні споруди ПАТ «Фармак». Також є можливість відвідати місцевий пункт сортування відходів. Крім цього, можна дізнатися, що таке GMP (належна виробнича практика), та як і з чого виробляють лікарські препарати [1; 13].

Серед *харчопромислово-туристичного сегменту* слід виділити ПП «Рубаник», яке понад 10 років працює на ринку макаронного виробництва і пропонує широкий асортимент (більше 20 видів) макаронних виробів різної форми в розфасовці 1 та 3 кг, що маркуються слоганом «Зроблено на Сумщині» [1]. Загальноновизнаним лідером вітчизняного сироваріння є шосткинське «Бель Шостка Україна». Також до цього сегменту належить МПП «Прайд» (с. Остроушки Шосткинського району), що спеціалізується на консервуванні риби та овочевої продукції.

Машинобудівельно-туристичний сегмент цього кластера формують підприємства Ямпільського району, передусім ПрАТ «Свеський насосний завод», розташований у м. Свеса. Це – одне із найстаріших підприємств в Сумській області, створене у 1858 р. як окремі чавуноливарний і механічний заводи титулярного радника М.М. Неплюєва. Продукція заводу налічує близько 200 марок різного насосного обладнання [1; 13].

Особливість даного ВТК – розвиток *лісогосподарсько-деревообробно-туристичного сегменту*. Особливої уваги в цьому

сегменті заслуговує ДП «Середино-Будське лісове господарство», ДП «Середино-Будський агролісгосп», ДП «Шосткинський агролісгосп» та ДП «Шосткинське лісове господарство». Уся їх господарська діяльність спрямована на підвищення продуктивності, охорону та відтворення лісів, зростання їх корисних властивостей та раціональне використання. Крім різноманітних виробництв, пов'язаних із заготівлею і переробкою деревини, підприємства займаються й організацією спортивного полювання. Екскурсанти мають можливості вивчити фауну та флору лісгоспів. Зокрема, мисливська фауна в лісах Середино-Будський лісгоспу представлена такими основними видами як лось, козуля, кабан, заєць-русак. Полювання носить спортивний характер. Крім того, в Шосткинському районі працює декілька деревообробних та меблевих підприємств: ПП «Катунь», ПП «Грант-Сервіс», ТОВ «Стандарт-2002», ТОВ «Золотий Дим» та ін., де можна ознайомитися з їх продукцією та технологіями виробництва [1; 13].

У цілому Сумська область володіє значним виробничим потенціалом для розвитку даного сегменту туристичної діяльності. Виробничі ресурси досить різноманітні, що відкриває широкі можливості з організації різнопланових тематичних екскурсій на промислові, сільськогосподарські та інші підприємства. Виділені вище кластери з характерними виробничо-туристичними сегментами можуть бути доповнені іншими об'єктами виробничого туризму.

Висновки.

Внаслідок об'єктивного процесу диверсифікації видів туристичної діяльності, на наших очах відбувається становлення виробничого (індустріального, промислового, техногенного) туризму. Матеріальне виробництво і туризм більше не розглядаються як антагоністи. Виробничий туризм сьогодні сприймається як різновид активного туризму, що передбачає відвідування діючих підприємств і техногенних об'єктів промислової спадщини з навчальною, пізнавальною, дослідницькою, професійною або діловою метою.

Сучасні підприємці позитивно ставляться до ідей виробничого туризму, намагаючись таким чином популяризувати свою торгову марку на конкурентному ринку товарів і послуг. Світова практика доводить, що виробничий туризм може бути

вдалим маркетинговим ходом та слугувати безкоштовною рекламою. Освітяни теж активно використовують можливості виробничого туризму в організації навчальної діяльності, а також для патріотичного виховання і профорієнтації.

Виробничий туризм може стати пропульсивною галуззю для депресивних регіонів, адже він володіє значним «мультиплікаційним ефектом», викликаючи розвиток суміжних галузей (транспорт, готелі, заклади харчування, народні промисли), зростання зайнятості населення, наповнення місцевих бюджетів тощо. Відносно новим інструментом підвищення конкурентоспроможності регіонів може стати кластеризація (туристичної діяльності у тому числі).

Виробничо-туристичний кластер являє собою територіальне поєднання підприємств промисловості, сільського господарства, транспорту, сфери послуг, які мають туристичну привабливість та проводять екскурсії на свої виробництва. До складу такого кластера входять також елементи туристичної інфраструктури.

Результати проведеного дослідження, зокрема здійснена інвентаризація об'єктів виробничого туризму, дозволяють виділити низку виробничо-туристичних кластерів на Сумщині: Сумський, Конотопський, Шосткинський, Роменський, Охтирсько-Тростянецький, Глухівсько-Путивльський. Кожен з них володіє певною специфікою, зокрема відрізняється галузевою структурою господарського комплексу та, відповідно, спеціалізацією виробничого туризму. Загалом констатуємо, що Сумська область має непогані перспективи для розвитку й поєднання різних видів туристичної діяльності, враховуючи природну та історико-культурну спадщину. Свідоме комбінування і взаємопроникнення різних типів рекреаційно-туристичних занять є яскравою ознакою сьогодення. Чим більше таких сумішень, тим ефективніше протікає рекреаційна діяльність, тому що за одиницю часу задовольняється більше рекреаційних потреб.

Перелік посилань розділу

1. Бізнес-Гід : каталог промислових підприємств. URL : <http://business-guide.com.ua/> (дата звернення: 22.04.2019).

2. Виноградова О., Сорочан В. Промисловий туризм як чинник соціально-економічного розвитку України *Вісник Донецького*

національного університету. Серія В. Економіка і право. №1. 2014. С. 219-223.

3. Гайдук А. Процеси глобалізації та концентрації як фактор розвитку європейського та світового туристичних господарств *Регіональна економіка*. 2003. № 1. С. 123-128.

4. Глухів. URL :<https://uk.wikipedia.org/wiki/Глухів> (дата звернення: 05.08.2019).

5. Глухова И. В. Развитие производственного туризма в Республике Беларусь *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування*. Серія Економічні науки. Вип. 1 (81). 2018. С. 24-32.

6. Данько Н. І. Формування туристичного кластеру як шлях економічного зростання регіону *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна*. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». 2014. № 1144. С. 157-161.

7. Индустриальный парк «Свема». URL :<https://tamtour.com.ua/rus/industrialnyj-park-svema> (дата звернення: 15.05.2019).

8. Індустріальний туризм: реалії та перспективи : Матер. І Міжнар. наук.-практич. форуму / редкол. Я. В. Шрамко, В. Л. Казаков та ін. Кривий Ріг: Вид. Р. А. Козлов, 2013. 228 с.

9. Казаков В. Л. Організація індустріального туризму: системний підхід // Індустріальний туризм: реалії та перспективи. Матер. І Міжнар. наук.-практич. форуму. Кривий Ріг: Вид. Р. А. Козлов, 2013. С. 17-21.

10. Казаков В. Л., Казакова Т. А., Завальнюк О. Й. Техногенний туризм у системі природокористування // Екологія і раціональне природокористування: Зб. наук.праць Сум.ДПУім. А.С.Макаренка. 2006. 244 с.

11. Казакова Т. А. Екскурсії в шахту – перспективний напрямок розвитку техногенного туризму // Теоретичні, регіональні, прикладні напрями розвитку антропогенної географії та ландшафтознавства. Матер. І міжнар. наук. конф. Кривий Ріг, 2005. С. 124-127.

12. Колосінський Є. Ю., Колосінська Н. І. Концепція розвитку промислового туризму в Україні *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. № 2 (53). 2012. С. 76-79.

13. Корнус А. О., Корнус О. Г. Промисловість Сумської області (економіко-географічне дослідження) : монографія. Суми : Сум.ДПУ імені А. С. Макаренка, 2017. 136 с.

14. Корнус О. Методичні особливості викладання навчальної дисципліни «Основи технологій виробництва» *Часопис соціально-економічної географії*. 2017. Вип. 23 (2). С. 59-69.

15. Кулеш В. Г. Перспективи розвитку промислового туризму в світі та Україні *Вісник ДІТБ*. 2010. № 14. С. 90-95.

16. Мешко Н. П., Карплюк К. В. Розвиток промислового туризму як напрям у міжнародному туристичному іміджі Дніпропетровського регіону. *Вісник Дніпропетровського університету*. Серія : Світове господарство і міжнародні економічні відносини. 2015. Т. 23, Вип. 7. С. 40-47.

17. Михайлюк І. І. Кластери у системі сільського туризму. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2015. № 3(52). С. 145-153.

18. Музей шоколаду. URL : <https://zruchno.travel/ObjectEntity/ObjectEntity?lang=ua&idCrm=502ba330-f4ae-4c7f-3d5a-58b6f5a698cb> (дата звернення: 17.02.2019).

19. Пацюк В. С. Індустріальний туризм і перспективи його розвитку в Україні. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету ім. М. Коцюбинського*. Серія: Географія. 2008. № 15. С. 32–40.

20. Портер М. Конкуренция. М.: Вильямс, 2002. 495 с.

21. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. М.: Международные отношения, 1993. 136 с.

22. Смаль І. В., Смаль В. В. Туризм виробничої спадщини у контексті структуризації форм і видів туризму підхід // Індустріальний туризм: реалії та перспективи. Мат-ли І Міжнар.наук.-практич. форуму. Кривий Ріг: Вид. Р.А. Козлов, 2013. С. 27-35.

23. Сюткін С. І. Формування нових рекреаційних потреб населення // Наукові записки СумДПУ імені А. С. Макаренка. Географічні науки. Вип. 7. 2016. С. 140-144.

24. Терехух А. А., Бандура Н. Б. Туристичний кластер як форма посилення конкурентних переваг регіону. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. Вип. 20.12. С. 265-271.

25. Тимошенко Т. О. Кластерний підхід до розвитку туристичної галузі України як пріоритетний напрям державної політики підвищення конкурентоспроможності регіонів. *Вісник НАДУ при Президентові України*. Серія «Державне управління». 2017. № 2. С. 55-60.

26. Тимчишин-Чемерис Ю. В. Туристичний кластер – форма розвитку та успіху туристичної діяльності регіону. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2015. №4. С. 44-57.

27. Чередниченко О. Ю., Чередниченко А. О. Можливості та перспективи розвитку індустріального (промислового) туризму у Східному регіоні України. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2009. № 28. С. 71-74.

28. Capone F. Regional Competitiveness in Tourism local Systems // 44th European Congress of the European Regional Science Association, Regions and Fiscal Federalism, Universidad the Porto. 2004. URL : <https://www.econstor.eu/handle/10419/117249> (датазвернення: 06.01.2019).
29. IndustrialTourismDevelopmentinCities: Towards a Framework. Chapter 1. URL :http://itisiracusa.pbworks.com/w/file/etch/60636017/Industrial_Tourism_Ch1.pdf (дата звернення: 16.01.2019).
30. Novelli M., Schmitz B., Spencer T. Networks, Clusters and Innovation in Tourism: a UK Experience. Tourism Management, 2006. 27, 1141-1152.
31. OtgaarA.H.J. &Klijs J. The regional economic effects of industrial tourism development. URL :<http://www-sre.wu.ac.at/ersa/ersaconfs/ersa10/ERSA2010finalpaper947.pdf>(датазвернення: 06.07.2019).
32. Porter M. E. Clusters and the new economics of competition. Harvard Business Review, 1998. 76(6), 77-90.
33. Van der Borg J. Tourism and urban development: the impact of tourism on urban development: towards a theory of urban tourism, and its application to the case of Venice, Italy. Rotterdam: Tinbergen Institute Research Series, no. 2. 1991.

© Корнус А.О., Корнус О.Г., Сюткін С.І., 2019