

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу  
імені проф. В.Ф.Доценка  
Кафедра туристичного та готельного бізнесу**

«До захисту в ЕК»  
Декан факультету

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Віта ЦИРУЛЬНІКОВА  
(ім'я та прізвище)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 р.

«До захисту допущено»  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Ірина МЕЛЬНИК  
(ім'я та прізвище)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА**

зі спеціальності \_\_\_\_\_ 242 «Туризм і рекреація» \_\_\_\_\_  
(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми \_\_\_\_\_ «Туризм і рекреація» \_\_\_\_\_

на тему: «Стратегічні підходи до формування агротуристичного кластеру у Білоцерківській громаді»

Виконав: здобувач 2 курсу, групи ТУ-2-5М

Трофимець Олександр Валерійович  
(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Керівник Мірзодаєва Тетяна Віталіївна  
(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Рецензент Тетяна ШОВКУН  
(ім'я та прізвище)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Я як здобувач Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавав(-ла) і не одержувала недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Здобувач \_\_\_\_\_  
(підпис)

Київ – 2024 р.

# НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет готельного-ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В.Ф. Доценка

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»  
(код і назва)

Освітньо-професійна програма Туризм і рекреація  
(назва)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу

Ірина МЕЛЬНИК  
“\_\_\_” \_\_\_\_\_ 2024 року

## **ЗАВДАННЯ**

### **НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА**

Трофимця Олександра Валерійовича  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Стратегічні підходи до формування агротуристичного кластеру у Білоцерківській громаді»  
керівник роботи Мірзодасва Тетяна Віталіївна, к. екон. н., доц. кафедри ТГБ  
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)  
затверджені наказом закладу вищої освіти від «21» жовтня 2024 року №906-КС
2. Строк подання здобувачем роботи 13.12.2024 р.
3. Вихідні дані до роботи наукова література, фахова література, статистична звітність туристичного підприємства
4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)  
Вступ  
Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ В АГРОТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ ДЕСТИНАЦІЇ  
Розділ 2. ОЦІНКА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ БІЛОЦЕРКІВСЬКОЇ ГРОМАДИ  
Розділ 3. СТРАТЕГУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО РОЗВИТКУ БІЛОЦЕРКІВСЬКОЇ ГРОМАДИ  
Розділ 4. ПРОЄКТУВАННЯ КРАФТОВО-ЯРМАРКОВОЇ ПІДСИСТЕМИ ТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРУ БІЛОЦЕРКІВСЬКОЇ ГРОМАДИ  
Висновки
5. Перелік графічного матеріалу рисунків – 13, таблиць – 10, додатків - 4.

## 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	Мірзодаєва Т.В., доц. кафедри		
II	Мірзодаєва Т.В., доц. кафедри		
III	Мірзодаєва Т.В., доц. кафедри		
IV	Мірзодаєва Т.В., доц. кафедри		

7. Дата видачі завдання \_\_\_\_\_

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання роботи	Термін виконання етапів роботи за планом	Примітка
1	Вибір і затвердження теми роботи	02.09.2024-16.09.2024 рр.	
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	17.09.2024-30.09.2024 рр.	
3	Вступ РОЗДІЛ 1 (теоретичний)	01.10.2024-14.10.2024 рр.	
4	РОЗДІЛ 2 (аналітичний)	15.10.2024-22.10.2024 рр.	
5	РОЗДІЛ 3 (проектний)	23.10.2024-04.11.2024 рр.	
6	РОЗДІЛ 4 (дослідно-рекомендаційний)	05.11.2024-18.11.2024 рр.	
7	Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки	19.11.2024-25.11.2024 рр.	
8	Оформлення роботи за структурою, представлення кваліфікаційної роботи на кафедру та попередній захист у комісії	26.11.2024-29.11.2024 рр.	
9	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	02.12.2024-06.12.2024 р.	
10	Представлення готової зшитої кваліфікаційної роботи на кафедру	09-13.12.2024 р.	
11	Захист кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	16.12.2024 р.	

Здобувачка \_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_ Трофимець О.В.  
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи \_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_ Мірзодаєва Т.В.  
(прізвище та ініціали)

**РЕЗЮМЕ**  
**на кваліфікаційну роботу**  
**Трофимця Олександра Валерійовича**  
**на тему:**  
**«Стратегічні підходи до формування агротуристичного**  
**кластеру у Білоцерківській громаді»**

Кваліфікаційна робота складається з 103 сторінок. Кількість розділів - 4, рисунків - 13, таблиць - 10, додатків - 4.

*Об'єктом дослідження* є агротуристичний кластер Білоцерківської громади.

*Предметом кваліфікаційної роботи* є стратегування та проектування агротуристичного кластеру у Білоцерківській громаді.

*Метою кваліфікаційної роботи* є розробка теоретичних та практичних рекомендацій з стратегування та проектування агротуристичного кластеру у Білоцерківській громаді.

У I розділі досліджено теоретичні основи агротуристичної кластеризації, проаналізовано досвід кластерів в Україні та зарубіжних країнах, акцентується увага на методичних та методологічних підходах до створення та розвитку кластеру.

У II розділі проаналізовано соціально-економічний розвиток, а також здійснена оцінка ресурсної забезпеченості розвитку туризму в Білоцерківській міській територіальній громаді.

У III розділі розглянуто стратегічні підходи до соціально-економічного та туристичного розвитку Білоцерківської міської територіальної громади. Досліджена проектна діяльність та її вплив на туристичний розвиток білоцерківської дестинації, кластеризація туристичної сфери.

У IV розділі обґрунтовано доцільність впровадження крафтово-ярмаркової підсистеми туристичного кластеру. Запропоновано проект започаткування її створення та визначено ефективність.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** громада, дестинація, стратегування, проектування, кластер.

## ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ В АГРОТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ ДЕСТИНАЦІЇ	8
1.1. Поняття і роль кластеризації в економічній системі туристичної дестинації	8
1.2. Методичні та методологічні підходи до створення та розвитку кластеру	12
1.3. Зарубіжний та вітчизняний досвід кластеризації в агротуристичній сфері	19
Висновки до розділу 1	28
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ БІЛОЦЕРКІВСЬКОЇ ГРОМАДИ	30
2.1. Загальна характеристика соціально-економічного розвитку Білоцерківської громади	30
2.2. Оцінка ресурсної забезпеченості розвитку туризму в Білоцерківській громаді	36
2.3. SWOT-аналіз Білоцерківської туристичної дестинації	44
Висновки до розділу 2	49
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО РОЗВИТКУ БІЛОЦЕРКІВСЬКОЇ ГРОМАДИ	51
3.1. Програмування соціально-економічного та туристичного розвитку Білоцерківської громади	51
3.2. Проектна діяльність та її вплив на туристичний розвиток Білоцерківської дестинації	58
3.3. Кластеризація туристичної сфери білоцерківської дестинації	63
Висновки до розділу 3	69
РОЗДІЛ 4. ПРОЄКТУВАННЯ КРАФТОВО-ЯРМАРКОВОЇ ПІДСИСТЕМИ ТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРУ БІЛОЦЕРКІВСЬКОЇ ГРОМАДИ	71
4.1. Обґрунтування доцільності впровадження крафтово-ярмаркової підсистеми туристичного кластеру	71
4.2. Визначення економічного ефекту від впровадження крафтово-ярмаркової підсистеми туристичного кластеру	78
Висновки до розділу 4	83
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	85
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	91
ДОДАТКИ	97

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Розвиток туризму є одним із пріоритетних напрямів для багатьох громад, у тому числі й Білоцерківської. Дослідження, спрямоване на стратегування соціально-економічного та туристичного розвитку громади, є актуальним у контексті необхідності диверсифікації економіки, створення нових робочих місць та підвищення якості життя населення. Особлива увага приділяється аналізу можливостей кластеризації як інструменту для стимулювання місцевого виробництва та розвитку малого і середнього бізнесу. Розвиток крафтового виробництва та організація ярмарків є перспективним напрямом для диверсифікації туристичного продукту та підвищення його привабливості.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання формування та роботи кластерів є предметом дослідження багатьох вчених : М. Мальської, М. Кизим, М. Войнаренко, А. Присяжнюк, С. Рекорд, С. Соколенко, Д. Харт та інші. Проблематиці формування туристичних кластерів в Україні приділено значну увагу в працях Л. Гонтаржевської, І. Дегтярьової, М. Рутинського, Н. Мандюк, Ю. Яворського. Незважаючи на значний інтерес до розвитку туризму в Україні, питання ефективного використання інструментів кластеризації та розвитку крафтового виробництва в рамках туристичних кластерів залишається недостатньо дослідженим.

**Метою кваліфікаційної роботи** є розробка теоретичних та практичних рекомендацій з стратегування та проєктування агротуристичного кластеру у Білоцерківській громаді.

Для досягнення поставленої мети у роботі передбачено виконання таких завдань:

- Визначити роль кластеризації в економічній системі дестинації,
- Вивчити методичні та методологічні підходи до створення та розвитку кластеру.
- Дослідити зарубіжний та вітчизняний досвід кластеризації в агротуристичній сфері

- Дати загальну характеристику соціально-економічного розвитку Білоцерківської громади
- Оцінити ресурсну забезпеченість розвитку туризму в Білоцерківській громаді
- Проаналізувати сильні та слабкі сторони туристичної дестинації, можливостей та загроз
- Проаналізувати стан розробки стратегії соціально-економічного та туристичного розвитку Білоцерківської громади
- Вивчити проєктну діяльність та її вплив на туристичний розвиток білоцерківської дестинації
- Визначити рівень кластеризації туристичної сфери білоцерківської дестинації
- Обґрунтувати доцільність впровадження крафтово-ярмаркової підсистеми туристичного кластеру
- Визначити економічний ефект від впровадження крафтово-ярмаркової підсистеми туристичного кластеру.

**Об'єктом дослідження** є агротуристичний кластер Білоцерківської громади.

**Предметом кваліфікаційної роботи** є стратегування та проєктування агротуристичного кластеру у Білоцерківській громаді.

**Методи дослідження.** У дослідженні було використано як кількісні, так і якісні методи збору та аналізу даних. Теоретичний апарат дослідження було сформовано на основі ретельного аналізу наукових публікацій, що стосуються тематики дослідження. Для виявлення статистичних закономірностей та кореляцій між досліджуваними змінними було застосовано відповідні статистичні методи.

**Обсяг і структура кваліфікаційної роботи.** Кваліфікаційна робота складається з 103 сторінок. Кількість розділів - 4, рисунків - 13, таблиць - 10, додатків – 4, літературних джерел - 50.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ В АГРОТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ ДЕСТИНАЦІЇ

### 1.1. Поняття і роль кластеризації в економічній системі дестинації

В сучасних умовах глобалізації та економічної інтеграції кластеризація є одним із ключових підходів до стимулювання економічного розвитку регіонів. Ефективне використання місцевих ресурсів, координація зусиль підприємств та цікавих сторінок у межах території дозволяє досягти високого рівня конкурентоспроможності. Одним із основних інструментів такого підходу є кластер.

Кластер (англ. cluster – скупчення, рій, група) – це об'єднання взаємопов'язаних компаній, організацій, установ у певному географічному регіоні, які спільно працюють над розвитком певної галузі або продукту [15].

Поняття «кластер» у економіці виникло в результаті дослідження успішних груп підприємств в США та Європі. Майкл Портер [9], визнаний лідер у цій галузі, дав чітке визначення кластеру і розробив модель, яка широко застосовується у всьому світі для підвищення конкурентоспроможності економік.

Ключовими характеристиками кластера є :

1. Географічна концентрація. Між компаніями кластера існують тісні зв'язки, що включають обмін знаннями, технологіями, кадрами та іншими ресурсами.
2. Спеціалізація. Компанії кластера спеціалізуються на певних видах діяльності, що дозволяє їм досягти високого рівня експертизи.
3. Взаємодоповнення. Компанії кластера взаємодоповнюють одна одну, створюючи ефективний ланцюжок створення вартості.

Важливість кластера полягає у наступному.

- 1) Підвищення конкурентоспроможності. Кластери допомагають компаніям підвищити свою конкурентоспроможність завдяки

ефективнішому використанню ресурсів, інноваціям та доступу до нових ринків.

- 2) Створення нових робочих місць. Кластери сприяють створенню нових робочих місць та економічному зростанню регіону.
- 3) Підвищення рівня життя. Розвиток кластерів веде до підвищення рівня життя населення завдяки зростанню доходів та поліпшенню якості життя.

Основні ознаки кластеру :

А) Людський капітал як рушійна сила – саме люди є каталізатором створення кластерів, об'єднуючи свої знання та досвід для досягнення спільних цілей ;

Б) Організаційна ефективність – кластери забезпечують ефективну взаємодію між різними суб'єктами господарювання, що сприяє створенню доданої вартості ;

В) Інноваційний розвиток – кластери тісно пов'язані з інноваційними процесами в регіоні, сприяючи їхньому розвитку.

Г) Синергія – кластер створює синергічний ефект, коли результат спільної діяльності перевищує суму результатів окремих учасників.

Кластеризація – це процес об'єднання взаємопов'язаних компаній, постачальників, сервісних підприємств, наукових установ та інших організацій у певному географічному регіоні для спільного досягнення стратегічних цілей [15].

Виникнення кластера – це складний процес, який залежить від багатьох факторів (рис. 1.1).

Важливо розуміти, що процес формування кластера є тривалим і вимагає активної участі всіх зацікавлених сторін. (рис. 1.2).

*Учасники кластеризації* – це різноманітні суб'єкти господарювання, наукові установи, освітні заклади та інші організації, які об'єднуються для досягнення спільних цілей у межах певного географічного регіону [8]. Вони є

рушійною силою інноваційного розвитку та підвищення конкурентоспроможності.



Рис. 1.1. Фактори кластеризації

Джерело : розроблено автором



Рис. 1.2. Основні категорії учасників кластерів

Джерело : розроблено автором

Ролі учасників кластера :

- Генератори ідей : науково-дослідні інститути та стартапи;
- Інвестори : великі компанії та інвестиційні фонди;
- Виробники : підприємства;
- Постачальники : підприємства;
- Покупці : споживачі.

Кластери в туристичному секторі - це об'єднання підприємств і організацій, які спільно працюють над розвитком регіону, підвищенням якості туристичних послуг та залученням більшої кількості туристів [23].

В контексті туризму, кластери об'єднують різноманітних учасників туристичного ринку, таких як готелі, ресторани, транспортні компанії, туристичні агентства, місцеві виробники та інші, для спільного розвитку туристичного продукту та підвищення конкурентоспроможності дестинації.

Кластерна модель сприяє ефективній співпраці між підприємствами, органами місцевого самоврядування та іншими зацікавленими сторонами, що дозволяє розвивати туристичні локації та підвищувати якість туристичних послуг.

Кластерна модель забезпечує платформу для взаємодії між підприємствами, що працюють у споріднених галузях, сприяючи обміну досвідом, знаннями та ресурсами. Завдяки цьому, громади отримують підтримку у створенні привабливих туристичних маршрутів, розробці ефективних маркетингових стратегій та підвищенні кваліфікації місцевих спеціалістів.

Кластерний підхід є потужним інструментом для розвитку територіальних громад, оскільки він дозволяє об'єднати зусилля різних учасників ринку для створення конкурентоспроможних туристичних продуктів. Завдяки кластеру, громади отримують доступ до експертної підтримки та ресурсів, необхідних для розвитку туристичного потенціалу.

Співпраця в рамках кластера дозволяє підприємствам, органам місцевого самоврядування та громадським організаціям спільно вирішувати

завдання розвитку туризму, такі як створення нових туристичних продуктів, підвищення якості послуг та просування території на туристичному ринку.

Таким чином, аргументами щодо важливості кластерів для туризму є наступні.

Створення унікального туристичного продукту. Об'єднання зусиль дозволяє створити більш привабливий і різноманітний туристичний продукт, який задовольнить потреби різних категорій туристів.

Збільшення туристичного потоку. Спільна маркетингова кампанія та просування туристичного продукту кластера дозволяють залучити більше туристів.

Посилення конкурентоспроможності. Кластер може конкурувати з іншими туристичними напрямками завдяки унікальності свого продукту та синергії учасників.

Поліпшення якості послуг. Обмін досвідом та кращими практиками між учасниками кластера сприяє підвищенню якості послуг.

Залучення інвестицій. Спільні проекти кластера можуть бути більш привабливими для інвесторів.

## **1.2. Методичні та методологічні підходи до створення та розвитку кластеру**

Створення та розвиток кластеру – це складний процес, який вимагає застосування цілого комплексу методів та методологічних підходів. Методичні та методологічні підходи до цього процесу забезпечують системність та ефективність, а також дозволяють адаптувати кластер діяльності до специфіки регіону чи галузі.

Етапи створення та розвитку кластеру [31].

1. Ідентифікація потенціалу - це перший і найважливіший етап. На цьому етапі проводиться детальний аналіз регіону для визначення його сильних сторін та потенціалу для розвитку кластера.
  - 1.1. Аналіз ресурсів регіону (природні, людські, інфраструктурні).
  - 1.2. Визначення конкурентних переваг.
  - 1.3. Ідентифікація ключових галузей, які можуть стати основою для кластера.
2. Створення ядра кластера - це формування первинної групи підприємств та організацій, які будуть брати участь у розвитку кластера.
  - 2.1. Визначення лідера кластера (велике підприємство, науково-дослідний інститут).
  - 2.2. Залучення перших учасників (малі та середні підприємства, університети).
3. Розробка стратегії розвитку - це створення детального плану дій, який визначить напрямки розвитку кластера на довгострокову перспективу.
  - 3.1. Формулювання місії та візії кластера.
  - 3.2. Визначення цілей і завдань.
  - 3.3. Розробка плану дій.
4. Реалізація стратегії - це практична реалізація розробленої стратегії.
  - 4.1. Створення інституційної структури кластера.
  - 4.2. Залучення фінансування.
  - 4.3. Реалізація спільних проектів.
5. Оцінка ефективності - це постійний процес моніторингу та оцінки результатів діяльності кластера.
  - 5.1. Моніторинг результатів діяльності кластера.
  - 5.2. Коректування стратегії.

Нижче наведена схема, яка візуалізує ці етапи та їх взаємозв'язок.

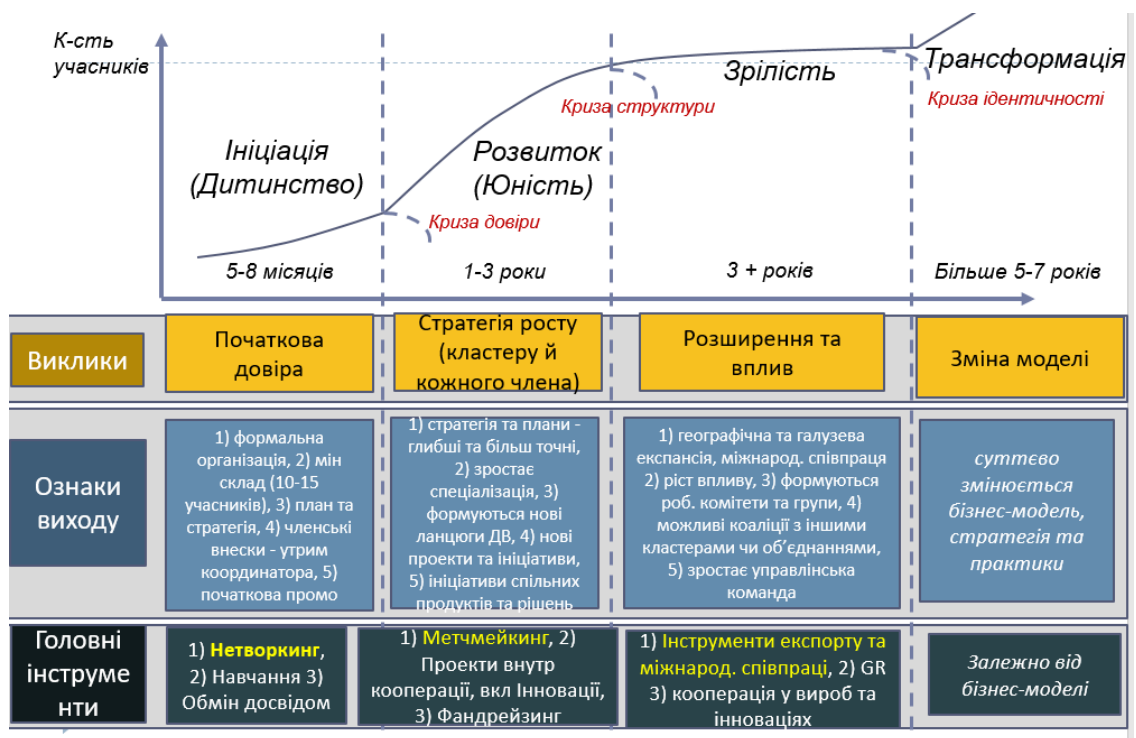


Рис. 1.3. Модель зрілості кластерної організації

Джерело : <https://www.industry4ukraine.net/publications/model-zrilosti-klasteriv/>

Згідно рис. 1.3, на початковому етапі побудови кластерних відносин важливим є запустити інструмент *нетворкінгу*.

Нетворкінг (від англ. – networking) – це систематична діяльність, спрямована на створення сприятливого середовища для спілкування, обміну досвідом та ідеями між професіоналами в певній галузі [23]. Нетворкінг – це не одноразова акція, а постійний процес. Ефективність нетворкінгу залежить від його регулярності та різноманітності. Важливо створити атмосферу довіри та відкритості [33].

Він дозволяє:

- ідентифікувати потенційних учасників. Завдяки нетворкінгу можна знайти компанії, організації та інституції, які можуть бути зацікавлені у співпраці в рамках кластера.

- створити довіру. Особисті зустрічі, обмін досвідом та ідеями допомагають встановити довірчі відносини між потенційними партнерами.

- сформувати спільне бачення. Нетворкінг сприяє формуванню спільного розуміння цілей, завдань та можливостей кластера.
- обмінятися знаннями та досвідом. Учасники кластера можуть ділитися своїми знаннями, технологіями та кращими практиками.
- створити сприятливий клімат для співпраці. Нетворкінг допомагає подолати бар'єри та створити атмосферу взаєморозуміння.

Типи нетворкінгових заходів:

1. Неформальні зустрічі: кава-брейки, обіди, вечірки.
2. Конференції та форуми: великі заходи для обміну досвідом та встановлення контактів.
3. Майстер-класи та воркшопи: практичні заняття для навчання новим навичкам.
4. Бізнес-місії: відвідування інших регіонів або країн для встановлення партнерських відносин.

Щоб організувати ефективний нетворкінг на початковому етапі, необхідно здійснити наступні кроки :

- 1) Провести опитування - з'ясувати потреби та інтереси потенційних учасників кластера.
- 2) Організувати зустрічі - проводити неформальні зустрічі, круглі столи, конференції.
- 3) Створити онлайн-платформу - розробити веб-сайт або мобільний додаток для комунікації та обміну інформацією.
- 4) Залучити експертів - запрошувати до участі в заходах відомих експертів у галузі.
- 5) Використовувати соціальні мережі - активно просувати кластер в соціальних мережах.

Хоча нетворкінг є ефективним інструментом для подолання недовіри на початкових етапах формування кластеру, з часом очікування учасників змінюються. Якщо спочатку вони просто знайомилися один з одним, то згодом починають запитувати про конкретну користь від участі в кластері.

Навіть регулярні візити на підприємства не гарантують автоматичного встановлення міцних ділових відносин.

Після встановлення початкових контактів, кластер переходить на новий рівень – активний пошук та створення партнерств. Для цього необхідні більш складні інструменти, такі як *метчмейкинг*, які вимагають глибокого аналізу потреб учасників та розробки ефективних стратегій співпраці.

Метчмейкинг (matchmaking) – це активна діяльність, спрямована на створення партнерств між компаніями, організаціями або індивідуумами, які можуть взаємовигідно співпрацювати [17]. Це процес пошуку та зведення в пару компаній всередині кластера, які можуть доповнювати одна одну, створювати спільні продукти або послуги та розширювати свої ринки.

Для ефективного метчмейкингу необхідний більш глибокий аналіз потреб учасників кластера. Часто проблеми та можливості для співпраці не очевидні на перший погляд і вимагають додаткового дослідження. Українські реалії такі, що учасники кластерів часто не готові відкрито говорити про свої проблеми, особливо якщо вони пов'язані з їхніми бізнес-процесами. Це ускладнює процес пошуку оптимальних рішень. Для успішного метчмейкингу необхідно не тільки організувати зустрічі, але й проводити глибокі інтерв'ю, опитування та аналізувати ринок, щоб виявити приховані потреби учасників.

Дієвими інструментами метчмейкингу є :

#### 1. Організація B2B зустрічей.

1.1. Швидкий старт співпраці: організація прямих зустрічей між потенційними партнерами дозволяє швидко перейти від обговорення до конкретних дій та укладання угод.

1.2. Навчання на досвіді інших: використання досвіду Української асоціації меблевиків демонструє ефективність цього методу для збільшення експорту.

#### 2. Міні-кампанії.

2.1. Інтенсивний пошук партнерів: короткий цикл заходів, спрямованих на конкретну тему, дозволяє швидко виявити потреби ринку та знайти відповідних постачальників рішень.

2.2. Комплексний підхід: поєднання різних інструментів для залучення учасників та створення партнерств.

3. Інструменти прискорення.

3.1. Готові рішення: використання напрацювань інших кластерів дозволяє заощадити час та ресурси.

3.2. Швидке масштабування: активне поширення успішних практик серед учасників кластера.

4. Обмін досвідом.

4.1. Синергія знань: обмін досвідом між різними кластерами дозволяє виявити нові можливості для співпраці та вдосконалення існуючих процесів.

4.2. Швидке навчання: можливість швидко адаптувати найкращі практики до потреб конкретного кластера.

Кластер вважається сформованим та готовим до переходу на наступний етап розвитку, коли він відповідає таким критеріям [9]:

- Офіційна реєстрація. Має статус юридичної особи або зареєстрованої асоціації.
- Членство. Об'єднує щонайменше 15 організацій, що активно співпрацюють.
- Управління. Має постійний штат, який складається щонайменше з двох осіб, відповідальних за координацію діяльності та адміністративні завдання (наприклад, бухгалтерію).
- Стратегічне планування. Розроблено детальний план дій на рік та довгострокову стратегію розвитку.
- Активна діяльність. Регулярно проводить заходи, спрямовані на розвиток кластера та просування його на ринку.

Методичні підходи є практичною реалізацією теоретичних основ створення кластерів, включаючи набір етапів, інструментів та рекомендацій для формування ефективної кластерної моделі [21].

- Системний аналіз: дозволяє розглядати кластер як складну систему, що складається з взаємопов'язаних елементів.
- Стратегічне планування: допомагає визначити довгострокові цілі та розробити план дій для їх досягнення. Це фундамент для розвитку будь-якого кластера.
- Проектний менеджмент: забезпечує ефективну реалізацію спільних проектів кластера.
- Маркетинг: допомагає просувати продукти та послуги кластера на ринку.
- Менеджмент інновацій: стимулює розвиток нових продуктів, технологій та послуг.
- Програми менторства: допомагають молодим підприємцям та стартапам отримати необхідну підтримку.

Ефективне застосування методичних підходів сприяє створенню конкурентоспроможних кластерів, які можуть стати рушієм економічного, соціального та інноваційного розвитку.

Методологія визначає загальні принципи, підходи та інструменти створення кластерів.

Методологічні підходи [32].

- a) Кластерний аналіз: використовується для ідентифікації потенційних кластерів та оцінки їх конкурентоспроможності.
- b) SWOT-аналіз: дозволяє оцінити сильні та слабкі сторони кластера, а також можливості та загрози для його розвитку.
- c) Метод сценаріїв: використовується для розробки різних сценаріїв розвитку кластера. Допомагає проаналізувати різні варіанти розвитку подій та підготуватися до непередбачених ситуацій.

- d) Метод Дельфі: дозволяє досягти консенсусу серед експертів щодо важливих питань розвитку кластера.
- e) Balanced Scorecard: дає змогу оцінювати ефективність діяльності кластера за різними показниками (фінансовими, клієнтськими, внутрішніми процесами, навчанням та розвитком).

Таким чином, створення та розвиток кластерів – це комплексний процес, який вимагає застосування різноманітних методів і підходів. Від ефективності їх застосування залежить успіх кластера та його здатність досягати поставлених цілей. Аналіз існуючих методик дозволяє зробити висновок про те, що успіх кластера залежить від чіткого розуміння потреб учасників, наявності ефективних інструментів комунікації та співпраці, а також від здатності адаптуватися до змін зовнішнього середовища.

### **1.3. Зарубіжний та вітчизняний досвід кластеризації в агротуристичній сфері**

Агротуризм – це перспективний напрямок розвитку сільського господарства та туризму, який поєднує в собі традиції сільського життя, природні ландшафти та сучасні туристичні сервіси [36]. Створення агротуристичних кластерів є ефективним інструментом для розвитку цього сектору. Кластери об'єднують різноманітних учасників ринку – фермерів, виробників продуктів харчування, готелієрів, туроператорів та місцеві органи влади – для спільного досягнення мети: розвитку агротуризму в регіоні.

Розглянемо успішні кейси з різних країн, виявимо спільні риси та відмінності, а також визначимо основні виклики та можливості для розвитку агротуристичних кластерів в Україні.

Агротуристичний кластер – це об'єднання різних суб'єктів господарювання (фермерів, виробників продуктів харчування, готелів, туроператорів тощо), органів місцевого самоврядування та інших

зацікавлених сторін з метою розвитку сільського туризму в конкретному регіоні [35].

Основні складові агротуристичного кластера:

А) Фермерські господарства - надають можливість туристам познайомитися з сільським життям, спробувати екологічно чисті продукти, взяти участь у сільськогосподарських роботах.

Б) Готелі та гостеві будинки - забезпечують розміщення туристів.

В) Ресторани та кафе - пропонують традиційну кухню, дегустації місцевих продуктів.

Г) Туроператори - розробляють туристичні маршрути, організовують екскурсії та надають додаткові послуги.

Д) Місцеві органи влади - надають підтримку кластеру, сприяють розвитку інфраструктури та розробці місцевих програм розвитку.

Е) Науково-дослідні установи - забезпечують науковий супровід діяльності кластера, розробляють нові технології та продукти.

Розглянемо приклади створення і розвитку агротуристичних кластерів у міжнародній практиці.

В Європі існує практика розбудови *Єврокластера сільського туризму (ERT)* [36]. Він поєднує в собі багаторічну роботу та досвід таких партнерів, як Ruraltour та Euracademy у сфері мереж, обміну інформацією, навчання тощо, з міжгалузевим досвідом та існуючими проектами, пов'язаними з туризмом, навколишнім середовищем та сталим розвитком Венеціанського кластера, Туристичного кластеру Арагону, Національного кластеру Чеської Республіки та агентством регіонального розвитку в Румунії (рис. 1.4). Це надає унікальну можливість розширити діяльність і в той же час створити критичну масу послуг європейського сільського туризму в 15+ країнах, зосереджених на цій формі співпраці в рамках транснаціонального бачення. Загальною метою є створення базового бачення, цілей та операційної структури єврокластеру «сільський туризм».



Рис. 1.4. Проєкт Єврокластер сільського туризму (09/2022 - 08/2024)

Джерело : <https://www.nca.cz/en/about-us/projects/eurocluster-rural-tourism-09-2022-08-2024/>

Проєкт Єврокластер «Сільський туризм» (EuroCluster Rural Tourism ERT) (01.09.2022 р. – 28.02.2025 р.) [36] підтримується SMP-COSME-2021-CLUSTER - «ЄВРОКЛАСТЕРИ» з бюджетом 1 299 644,47 євро і поєднує концепцію професійних організацій (партнери консорціуму: Venetian Cluster, ADI Harghita, NCA, Euracademy, Ruraltour і TSAC. Асоційовані партнери: Ecosclub і LFD), які працюють на місцях, із ширшим розумінням концепції кластеру. Це надає унікальну можливість розширити діяльність від місцевого до регіонального, національного та міжнародного рівнів. У той же час, це створює критичну масу послуг європейського сільського туризму з баченням інтернаціоналізації в 15+ країнах, які підтримуються в рамках цієї форми співпраці. Проєкт передбачає створення єдиної платформи для співпраці між регіональними туристичними кластерами, професійними організаціями та іншими зацікавленими сторонами. Завдяки цьому буде сформована мережа малих і середніх підприємств, які отримають необхідні знання та навички для успішної роботи в сфері сільського туризму. Це дозволить створити конкурентоспроможний туристичний продукт, який буде затребуваний на міжнародному ринку.

В результаті реалізації проекту буде створена міцна мережа підприємств, які надаватимуть високоякісні послуги сільського туризму. Це дозволить:

- Підвищити конкурентоспроможність регіонів.
- Створити нові робочі місця.
- Зберегти культурну спадщину та природні ресурси.
- Розвивати сільські території.

Національна асоціація кластерів (NCA) в Чеській Республіці - це неурядова некомерційна організація, яка об'єднує юридичні та фізичні особи з метою скоординованого та сталого розвитку кластерних ініціатив та розвиток кластерної політики в Чеській Республіці на основі концентрації знань, досвіду та досвіду для посилення чеської конкурентоспроможності [38].

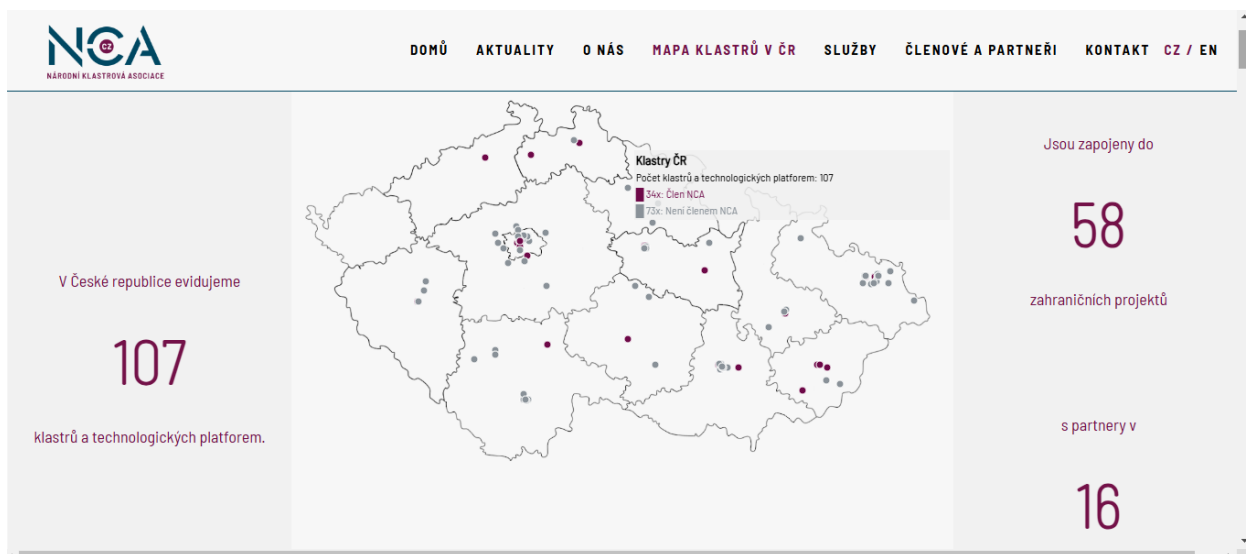


Рис. 1.5. Інтерактивна карта кластерів Чеської республіки

Джерело : <https://nca.cz/mapa-klastru-v-cr/>

ATLASPAs (Agricultural Tourism Laboratories in Sparsely Populated Areas) - це амбітний проєкт, спрямований на відродження сільських територій та розвиток сільського туризму в малонаселених районах. Він передбачає створення мережі лабораторій, які стануть центрами інновацій та експериментів у сфері агротуризму [35]. Бюджет - 3 500 000 євро.

Основні цілі проєкту:

- Відродження сільських територій шляхом розвитку сільського туризму, створення нових робочих місць та залучення інвестицій.
- Збереження культурної спадщини та традицій, підтримка місцевих ремесел, кулінарії та звичаїв.
- Створення екологічно чистих туристичних продуктів, заохочення до використання екологічно чистих технологій та практик у сільському господарстві та туризмі.
- Підвищення якості життя місцевого населення, забезпечення доступу до якісних послуг, розвитку інфраструктури та покращення умов життя.

Діаграма на рис. 1.6 наочно демонструє структуру кластерів в Україні, розподілених за видами економічної діяльності. Найбільшу частку складають агросектор (16%), ІТ сектор (13%) та деревообробка і меблева галузь (10%). Це свідчить про значний потенціал України в цих сферах та їхню важливість для економіки країни.

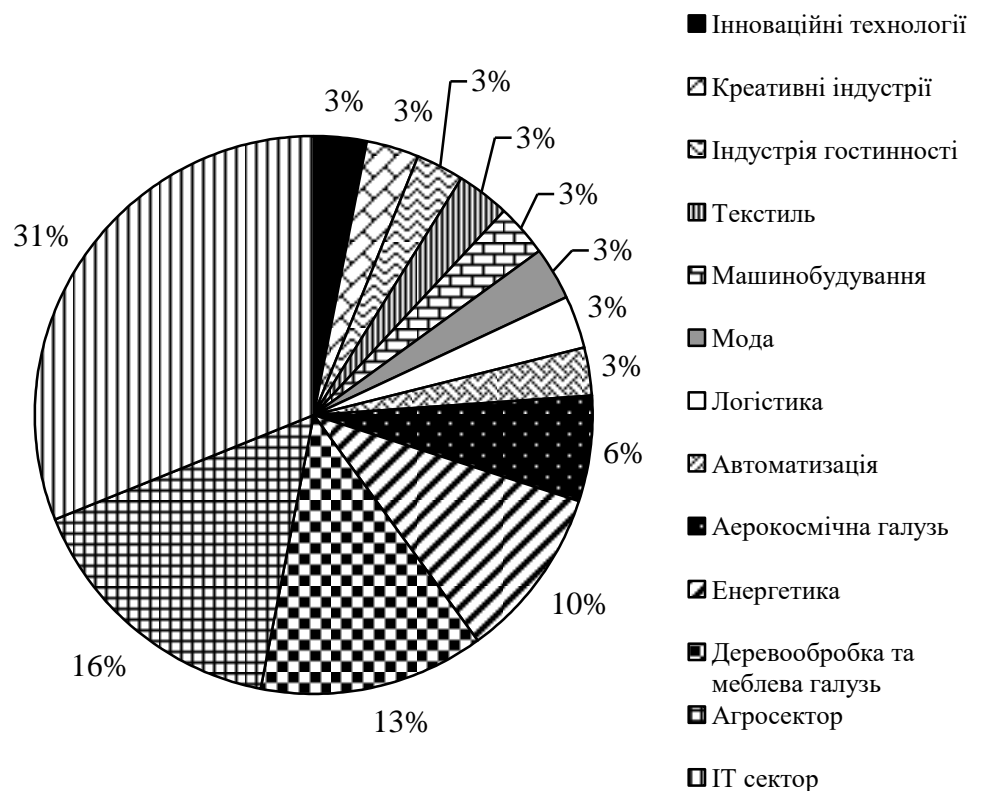


Рис. 1.6. Розподіл кластерів України за видами економічної діяльності

Джерело : [38]

Діаграма демонструє широкий спектр кластерів, що свідчить про диверсифікацію української економіки. Однак, деякі сектори, такі як текстиль, мода та машинобудування, мають невелику частку, що може вказувати на необхідність додаткових інвестицій та підтримки. ІТ сектор демонструє стійкий розвиток, що є позитивною тенденцією. Це свідчить про інноваційність української економіки та її потенціал для залучення інвестицій. Деякі сектори, такі як енергетика, аерокосмічна галузь та автоматизація, мають відносно невелику частку, але демонструють потенціал для зростання. Це може бути пов'язано з новими технологіями та інноваціями.

Агротуристичні кластери мають великий потенціал для розвитку українських регіонів.

*Агротуристичний кластер "Шляхами трипільської праматері"* започатковано Агенцією регіонального розвитку Таврійського об'єднання територіальних громад (АРР) на територіях Черкащини, Вінниччини та Кіровоградщини, Молдови та Румунії, з поступовим залученням інших територій на основі теми Трипільля - це інноваційна платформа для об'єднання зусиль різних учасників ринку з метою створення туристичних продуктів, заснованих на культурній спадщині трипільців. Проект передбачає розвиток агротуризму, підтримку місцевих виробників, створення нових робочих місць та збереження культурної спадщини регіону. Проект має на мету створення масштабного транскордонного кластеру, який охопить території України, Молдови та Румунії. Завдяки об'єднанню зусиль різних регіонів, проект сприятиме розвитку туризму, збереженню культурної спадщини та зміцненню економічних зв'язків між країнами. Агротуристичний кластер "Шляхами трипільської праматері" об'єднає фермерів, виробників, туристичні компанії, місцеву владу та громадські організації для спільного розвитку туристичного потенціалу регіону. Проект спрямований на створення нових туристичних маршрутів, популяризацію місцевих продуктів та підтримку традиційних ремесел [38].

Економічні напрямки роботи кластера:

- виробництво сільськогосподарської продукції;
- розведення великої та дрібної худоби;
- обробка виробів, створення великої кількості ремісничих виробів;
- відродження старих сіл – зелених садиб;
- аквакультура;
- гончарство, ткацтво, столярство тощо.

Проект є потужним інструментом для трансформації регіону, оскільки він:

- Дає чітке бачення шляхів розвитку та дозволяє коригувати стратегії громад.
- Сприяє створенню нових робочих місць та розвитку підприємництва на місцевому рівні.
- Залучає до розвитку регіону внутрішньо переміщених осіб, використовуючи їхні унікальні знання та навички.
- Допомагає великим підприємствам диверсифікувати свою діяльність та знайти нові точки зростання.
- Створює сприятливі умови для реалізації молодіжних ініціатив.

Міжнародний агротуристичний кластер "Дністер 1362" [37] – це широке об'єднання різних організацій та установ з України та Молдови, які працюють разом для розвитку сільського туризму в регіонах, розташованих вздовж річки Дністер. До цього об'єднання входять підприємці, представники влади, науковці, громадські активісти та природоохоронці. Мета кластеру - підвищення конкурентоспроможності Подністер'я на світовому туристичному ринку шляхом кроссекторальної співпраці організацій та запровадження інновацій для сталого розвитку бізнесу і територій. 7 бізнес-асоціацій, заснованих у різних регіонах на території діяльності МАК "Дністер 1362", входять у структуру кластеру (рис. 1.7).



Рис. 1.7. Презентація агротуристичного кластера “Дністер 1362”

Джерело : <https://www.dniester1362.com/about-cluster/>

Напрямки діяльності кластера :

1. Крафтова агропродукція - бджільництво, тваринництво (молочне та м'ясне), ягідництво, виноробство, овочівництво, рибальство, птахівництво, садівництво тощо.
2. Народні промисли та ремесла - гончарство, ковальство, валяння, лозоплетіння, різьбярство, вишивання тощо.
3. Проживання та харчування - зелені садиби, хостели, кемпінги, глемпінги, туристичні комплекси, мотелі.
4. Логістичні послуги - засоби пересування в повітрі, на суші і воді.
5. Оператори ринку - туристичні оператори, туристичні агенти.
6. Івенти - фестивалі, змагання, концерти, шоу.

Кластер "ГорбоГори" [] – це об'єднання зусиль місцевих фермерів, влади та громадських активістів для розвитку сільського туризму та органічного виробництва в Пустомитівському районі Львівської області (рис. 1.8). Завдяки підтримці держави та ЄС, вдалося розробити та реалізувати проєкт, спрямований на створення необхідної інфраструктури та популяризацію регіону як туристичної дестинації, що спеціалізується на органічному виробництві та традиційних ремеслах. Мета проєкту "ГорбоГори" – перетворити сільські території Пустомитівського району на процвітаючий регіон, де розвивається органічне виробництво, а сільський туризм стає важливою складовою економіки.



Складнощі з фінансуванням. Війна призвела до зменшення інвестицій, як внутрішніх, так і зовнішніх, що ускладнює фінансування проектів кластеризації.

Невизначеність щодо майбутнього. Війна створила високий рівень невизначеності щодо майбутнього, що стримує підприємців від інвестування в довгострокові проекти.

Незважаючи на всі труднощі, війна відкриває нові можливості для розвитку кластеризації в Україні :

Реконструкція та модернізація. Процес відновлення зруйнованої інфраструктури може стати потужним стимулом для розвитку нових кластерів, заснованих на сучасних технологіях.

Розвиток нових галузей. Війна стимулювала розвиток нових галузей, таких як оборонно-промисловий комплекс, медицина, виробництво безпілотних літальних апаратів тощо. Ці галузі можуть стати основою для створення нових кластерів.

Інтеграція в глобальні ланцюги поставок. Війна підкреслила важливість диверсифікації ринків збуту та посилення стійкості економіки. Це може стимулювати розвиток кластерів, орієнтованих на експорт.

Залучення міжнародної допомоги. Міжнародна спільнота може надати значну фінансову та технічну допомогу для відновлення економіки України та розвитку кластерів.

### **Висновки до розділу 1**

В результаті дослідження з'ясовано, що кластеризація є одним із ключових підходів до стимулювання економічного розвитку регіонів. Одним із основних інструментів такого підходу є кластер. Кластер – це об'єднання взаємопов'язаних компаній, організацій, установ у певному географічному регіоні, які спільно працюють над розвитком певної галузі або продукту.

Виявлено, що важливість кластера полягає у наступному : підвищення конкурентоспроможності, створення нових робочих місць, підвищення рівня

життя. Основними ознаками кластеру є : людський капітал; організаційна ефективність; інноваційний розвиток; синергія.

Виникнення кластера – це складний процес. Кластеризація – це процес об'єднання взаємопов'язаних компаній, постачальників, сервісних підприємств, наукових установ та інших організацій у певному географічному регіоні для спільного досягнення стратегічних цілей. Процес формування кластера є тривалим і вимагає активної участі всіх зацікавлених сторін. Учасники кластеризації – це різноманітні суб'єкти господарювання, наукові установи, освітні заклади та інші організації, які об'єднуються для досягнення спільних цілей у межах певного географічного регіону. Вони є рушійною силою інноваційного розвитку та підвищення конкурентоспроможності.

Кластери в туристичному секторі - це об'єднання підприємств і організацій, які спільно працюють над розвитком регіону, підвищенням якості туристичних послуг та залученням більшої кількості туристів. Створення та розвиток кластерів – це комплексний процес, який вимагає застосування різноманітних методів і підходів. Від ефективності їх застосування залежить успіх кластера та його здатність досягати поставлених цілей. Аналіз існуючих методик дозволяє зробити висновок про те, що успіх кластера залежить від чіткого розуміння потреб учасників, наявності ефективних інструментів комунікації та співпраці, а також від здатності адаптуватися до змін зовнішнього середовища.

Агротуристичний кластер – це об'єднання різних суб'єктів господарювання (фермерів, виробників продуктів харчування, готелів, туроператорів тощо), органів місцевого самоврядування та інших зацікавлених сторін з метою розвитку сільського туризму в конкретному регіоні. Незважаючи на значну перевагу кластерної економіки, її розвиток в Україні зіштовхується з низкою проблем. Процес кластеризації зазнав значних змін, але незважаючи на всі труднощі, він має потенціал для відновлення та розвитку.

## РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ БІЛОЦЕРКІВСЬКОЇ ГРОМАДИ

### 2.1. Загальна характеристика соціально-економічного розвитку Білоцерківської громади

Білоцерківська громада, утворена у 2020 році, шляхом об'єднання Білоцерківської міської ради обласного значення, Терезинської селищної ради, Вільнотарасівської, Глушківської, Дроздівської, Пилипчанської, Піщанської, Сидорівської, Томилівської, Храпачівської, Шкарівської сільських рад Білоцерківського району Київської області. До складу БМТГ, окрім адміністративного центру - міста Біла Церква, входять 16 населених пунктів. Завдяки зручному географічному розташуванню та розвиненій транспортній інфраструктурі, громада є потужним економічним та інвестиційним центром (рис. 2.1).



Рис. 2.1. Географічне розташування Білоцерківської громади

Білоцерківська громада займає площу 394,7 кв. км і налічує близько 220 тисяч мешканців, серед яких понад 16 тисяч – внутрішньо переміщені особи. Внаслідок повномасштабної війни в громаду переїхало багато підприємств.

Серед усіх секторів економіки, пов'язаних з обміном товарів, найбільш важливим є роздрібна торгівля. Саме вона формує конкуренцію на ринку і безпосередньо впливає на те, що і за якою ціною купують споживачі.

Одним із ключових завдань для забезпечення добробуту мешканців є розвиток мережі магазинів, ринків та закладів харчування. Мета – задовольнити всі потреби споживачів, пропонуючи їм широкий асортимент товарів та послуг за доступними цінами та з мінімальними часовими витратами.

У місті функціонує 10 ринків та 2 спеціалізовані торгові майданчики. Для забезпечення безпеки харчових продуктів на ринках працюють лабораторії, які проводять відповідні експертизи. Крім того, в місті працює розгалужена мережа магазинів, що пропонують як продукти харчування, так і промислові товари. Торгова мережа міста представлена 659 продовольчими та 735 непродовольчими магазинами. Дрібнороздрібна торгівля нараховує 963 об'єкти. Крім того, функціонують 48 оптових підприємств та 264 заклади ресторанного господарства.

У сфері побутового обслуговування працюють 52 профільних та 122 непрофільних підприємств. В місті працює 178 перукарських салонів, СТО-341, кіосків по ремонту годинників - 27, кіосків по ремонту взуття - 63.

У табл. 2.1 представлена структура промислового комплексу Білоцерківської громади.

*Таблиця 2.1*

**Структура промислового комплексу Білоцерківської громади [40]**

№ з/п	Секція	Назва секції	Кількість СГД На 01.01.2023	Кількість СГД На 01.10.2023
1	В	Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	12	13
2	С	Переробна промисловість	1431	1498
3	Д	Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	36	41
4	Е	Водопостачання, каналізація, поводження з відходами	51	57
5	Ф	Будівництво	673	704

Промисловий комплекс Білоцерківської громади є різноманітним та охоплює широкий спектр галузей, включаючи фармацевтику, харчову промисловість, виробництво гумових та хімічних виробів, ювелірних прикрас, меблів та машин. З метою стимулювання підприємництва та залучення інвестицій в громаді запроваджено пільгові умови оподаткування для малого та середнього бізнесу. Зокрема, встановлено знижені ставки єдиного податку: 9% для першої групи та 17% для другої групи платників.

У Додатку Б наведено найбільші промислові підприємства Білоцерківської громади.

Білоцерківська громада активно розвиває свою індустріальну базу, створюючи сприятливі умови для залучення інвестицій та розвитку бізнесу. Важливу роль у цьому процесі відіграють індустріальні парки.

На території громади діють два великі приватні індустріальні парки – "Біла Церква 1" (рис. 2.2) та "Біла Церква 2". Їхня загальна площа становить понад 70 гектарів, а загальна площа виробничих та складських будівель перевищує 235 тисяч квадратних метрів. За планами, тут буде створено близько 4100 нових робочих місць.

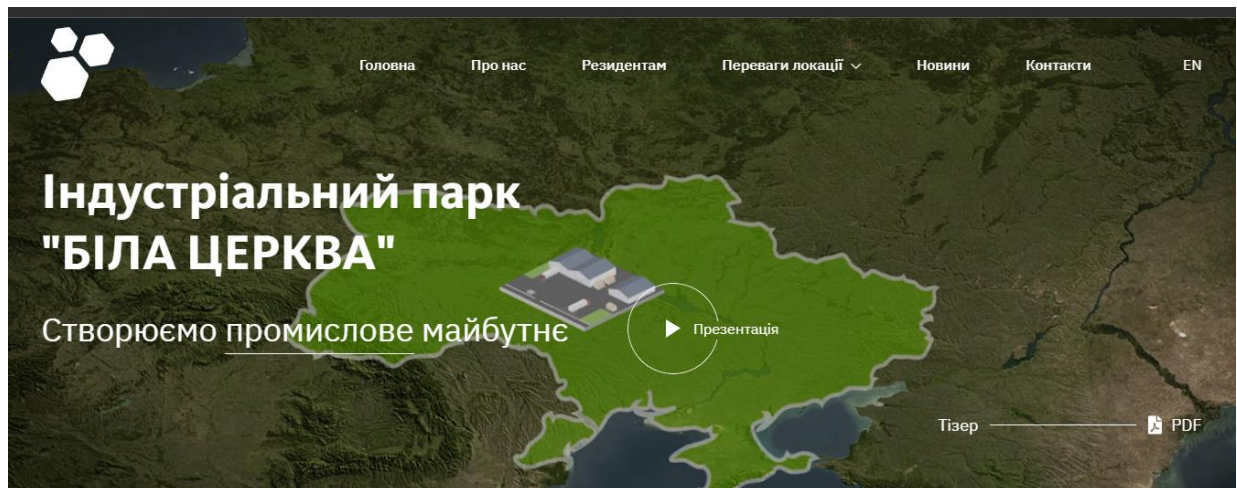


Рис. 2.2. Індустріальний парк "Біла Церква 1" [39]

Індустріальний парк "Біла Церква 1" - це сучасний промисловий майданчик, оснащений всім необхідним для ефективної роботи підприємств. Тут пропонують готові виробничі та складські приміщення, розвинену

транспортну інфраструктуру, а також широкий спектр додаткових послуг, таких як акселерація та залучення інвестицій.

Крім того, на території громади функціонує індустріальний парк "Пачворк: Біла Церква" (рис. 2.3).

Цей проект передбачає створення понад 3500 робочих місць та залучення інвестицій у розмірі від 22 до 60 мільйонів доларів США. Парк орієнтований на переробну промисловість, наукові дослідження та інформаційні технології.

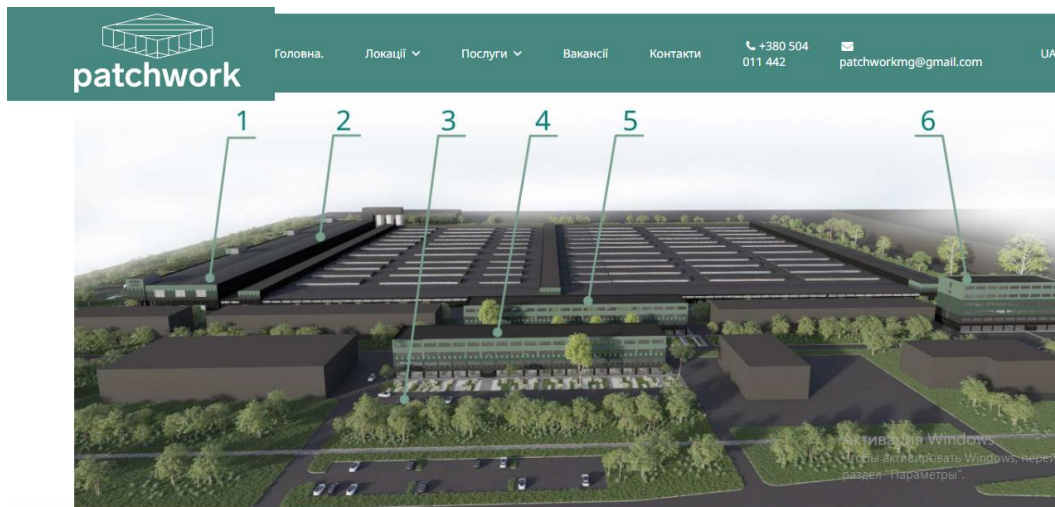


Рис. 2.3. Індустріальний парк "Пачворк: Біла Церква" [41]

Проект "Пачворк: Біла Церква" є яскравим прикладом того, як можна перетворити промислові руїни на сучасний виробничий кластер. Використання вже існуючих будівель дозволило значно скоротити витрати на будівництво та зберегти природні ресурси. Цей проект є важливим кроком у розвитку індустріальних парків в Україні і демонструє потенціал ревіталізації старих промислових зон.

Особливо важливу роль індустріальні парки відіграють в умовах війни. Вони дозволяють підприємствам, які змушені були переїхати з небезпечних регіонів, швидко відновити виробництво та забезпечити безперебійну роботу.

Кількість бізнесів у Білоцерківській громаді продовжує зростати. Станом на 1 жовтня 2023 року тут було зареєстровано вже 20 221 підприємств (табл. 2.2).

**Кількість зареєстрованих СГД в Білоцерківській громаді [40]**

Станом на	Юридичні особи			Фізичні особи			Всього (од)
	Мікро	Малі	Середні	Мікро	Малі	Середні	
01.01.2023	6599	272	128	12279	37	1	19316
01.10.2023	6710	280	134	13053	43	1	20221
зростання	+111	+8	+6	+774	+6	0	+905

Війна негативно вплинула на малий і середній бізнес у громаді у 2022 році. Однак з початку 2023 року спостерігається стійке відновлення, про що свідчить зростання кількості зареєстрованих підприємств та збільшення надходжень від єдиного податку на 27,9%.

У 2024 році у межах Програми міжнародної співпраці «EU4Business: відновлення, конкурентоспроможність та інтернаціоналізація МСП», яка спільно фінансується Європейським Союзом і урядом Німеччини та впроваджується Німецьким товариством міжнародного співробітництва (GIZ) ГмбХ ГО «Інтерньюз-Україна» виготовлено Онлайн-каталог локальних виробників Білої Церкви (рис. 2.4). Програма спрямована на підтримку економічної стійкості, відновлення та зростання України, створення кращих умов для розвитку українських малих і середніх підприємств (МСП), а також підтримку інновацій та експорту.



Рис. 2.4. Онлайн-каталог локальних виробників Білої Церкви

Джерело : <http://91.192.153.59/eco/investitions/kataloh-vyrobnykiv-uk.pdf>

На 1 липня 2023 року кількість підприємств, що працюють у сільському господарстві в Білоцерківській громаді, становила 379, що свідчить про активність цього сектору економіки (Додаток А). Наведена таблиця у Додатку А надає детальний розподіл суб'єктів господарської діяльності у сільськогосподарському секторі громади за видами економічної діяльності (КВЕД). Дані свідчать про різноманітність сільськогосподарського виробництва в регіоні, яке охоплює як рослинництво, так і тваринництво. Найбільша кількість підприємств зосереджена на вирощуванні зернових культур, овочів, ягід та інших сільськогосподарських культур. Це свідчить про те, що рослинництво є основним напрямком сільського господарства в громаді. Хоча частка тваринництва менша порівняно з рослинництвом, воно також представлене різноманітними видами діяльності: розведення великої рогатої худоби, свиней, птиці та інших тварин. Значна кількість підприємств займається допоміжною діяльністю у рослинництві та тваринництві, що свідчить про розвиток супутніх послуг та інфраструктури. Присутність підприємств, зайнятих прісноводним рибництвом, свідчить про розвиток цього напрямку в громаді.

В сільському господарстві представлені як великі підприємства, так і дрібні фермерські господарства. Фермерські господарства становлять 13% від загальної кількості підприємств, зайнятих у сільському господарстві в регіоні. Відповідно до реєстру паспортів пасік станом на липень 2023 року, на території Білоцерківської міської територіальної громади зареєстровано 144 пасіки, що утримують 6479 бджолосімей. Серед власників пасік переважають фізичні особи.

Аналіз наданої інформації про розвиток сільського господарства в Білоцерківській громаді вказує на значний потенціал для створення агротуристичного кластеру. Даний кластер міг би об'єднати різноманітних учасників ринку та створити унікальний туристичний продукт, заснований на сільськогосподарських традиціях регіону.

Білоцерківська громада активно працює над формуванням кластерів, які об'єднують підприємства зі схожими інтересами та сприятимуть розвитку інновацій. В рамках проекту EU4Business проведено експрес-аналіз бізнес-середовища Білоцерківської громади та визначено перспективні напрямки для розвитку кластерів. Результати дослідження були презентовані місцевим бізнесменам, владі та громадським організаціям. Наступним кроком стане розробка детальних планів розвитку кластерів, залучення інвестицій та створення необхідної інфраструктури. Цей проект має на мету перетворити Білоцерківську громаду на лідера в області інноваційного розвитку в регіоні.

У першій половині 2023 року активно працювали над створенням інноваційного простору "Creative Space". Була розроблена детальна концепція, бізнес-план та проектна документація для подальшого залучення грантового фінансування. Щоб врахувати всі потреби громади, було проведено дві стратегічні сесії за участю зацікавлених сторін.

Паралельно з цим, у рамках програми EU4Business розпочалась робота над розробкою конкурсу бізнес-ідей. Співпраця з Інноваційним холдингом "Sikorsky Challenge Україна" дозволить провести цей конкурс на високому рівні та виявити найцікавіші та перспективні бізнес-ідеї в громаді.

Проведене дослідження показало, що в громаді є потенціал для створення кластерів, які об'єднують місцеві компанії та сприятимуть розвитку економіки.

## **2.2. Оцінка ресурсної забезпеченості розвитку туризму в Білоцерківській громаді**

Білоцерківська громада має значний потенціал для розвитку туризму завдяки своєму унікальному географічному розташуванню, багатій історії та культурній спадщині. Однак, для успішного розвитку туристичної галузі необхідно провести детальну оцінку ресурсної забезпеченості громади.

У табл. 2.3 проаналізуємо ключові ресурси для розвитку туризму в Білоцерківській громаді.

Таблиця 2.3

### Ключові ресурси для розвитку туризму в Білоцерківській громаді

Види ресурсів	Категорії	Ресурси
Історико-культурні ресурси	Пам'ятки архітектури	Церкви, костели, палаци, міські забудови
	Музеї	Краєзнавчі, художні, історичні.
	Археологічні пам'ятки	Кургани, городища.
	Культурні заходи	Фестивалі, свята, традиційні обряди.
Природні ресурси	Ліси та парки	Зона відпочинку, екологічні маршрути.
	Водні ресурси	Річки, озера, ставки для відпочинку на воді.
	Ландшафтні особливості	Пагорби, долини, які створюють мальовничі пейзажі
Ресурси сфери послуг	Розміщення туристів	Готелі та гостьові будинки
	Харчування	Ресторани та кафе
	Транспортна інфраструктура	Дороги, залізниця
	Організація турів	Туристичні оператори, агентства
Людські ресурси	Кваліфікований персонал	Гіди, менеджери з туризму
	Носії культури та традицій	Місцеві жителі

Джерело : розроблено автором

Білоцерківська громада є унікальним куточком Київської області, який володіє багатою історією, культурною спадщиною та сучасними можливостями для туризму. Тут зосереджено 156 об'єктів культурної спадщини. Пам'ятки архітектури та містобудування - 42. Меморіали, скульптури, пам'ятні знаки, пам'ятники та обеліски – 85. Пам'ятки культурної спадщини серед меморіалів тощо - 34.

Біла Церква - місто з багатою історією, яка відображена в його архітектурі та пам'ятках. Місто Біла Церква включено до Списку історичних населених місць України, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 26 липня 2001 року №878 [3]. Вісім історичних об'єктів є пам'ятками архітектури національного значення (Додаток В).

Замкова гора: одне з найдавніших місць у місті. Хоча від замку залишилися лише руїни, звідси відкривається панорамний вид на місто.

Будинок органної та камерної музики: це не просто концертна зала, а й історична будівля, костел Іоанна Хрестителя, який має свою унікальну архітектуру та історію.

Храм Святого Георгія Змієборця: вишуканий православний храм, який є однією з головних визначних пам'яток міста.

Торгові ряди: історичний центр торговельного життя міста. Сьогодні тут розташовані магазини, кафе та різноманітні заклади.

Спасо-Преображенський собор: ще один величний православний храм, який є важливою релігійною та культурною пам'яткою.

Зимовий палац Браницьких: розкішний палац, побудований у XVIII столітті. Хоча він і не зберігся у первозданному вигляді, його руїни є свідченням колишньої величі.

Білоцерківський краєзнавчий музей: тут зібрані археологічні, етнографічні та історичні експонати, які розповідають про історію міста та регіону.

Хоральна синагога: видатна пам'ятка єврейської культури, яка свого часу була одним з найбільших культових споруд такого типу в Україні.

Особливою родзинкою Білої Церкви є серія міні-скульптур, розкиданих по всьому історичному центру. Кожна скульптура - це маленька історія, пов'язана з містом або відомими людьми, які тут жили. Ці мініатюрні шедеври оживляють вулиці міста і роблять прогулянку ще цікавішою.

Цей різноманітний комплекс об'єктів дозволяє зануритися в різні історичні епохи та ознайомитися з різними аспектами життя наших предків.

Білоцерківська громада може похвалитися багатим культурним життям, яке забезпечується різноманітними закладами культури. До них належать:

- Кінотеатри. Містяни та гості громади мають можливість відвідати кінотеатр ім. О. Довженка, де демонструються сучасні фільми.

- Музичні заклади. Будинок органної та камерної музики, Київський академічний обласний музично-драматичний театр ім. П.К. Саксаганського

та 6 мистецьких шкіл пропонують широкий спектр музичних заходів та освітніх програм.

- Музеї. Білоцерківський краєзнавчий музей зберігає історію регіону та знайомить відвідувачів з його культурними надбаннями.

- Бібліотеки. Розгалужена мережа з 20 бібліотек забезпечує доступ до книг, інформації та різноманітних культурних заходів для мешканців громади.

- Клубні заклади. 12 клубних закладів, об'єднаних у централізовану систему, організовують дозвілля для мешканців сіл та міст.

- Парки. Загальна площа всіх парків становить біля 31 га, площа міських скверів та садів - 11,2 га, площа міських бульварів становить 22,3 га, зелені насадження спеціального призначення - 998,4 га. Парк культури і відпочинку ім. Т. Шевченка є улюбленим місцем відпочинку для мешканців громади.

- Мистецькі школи. 6 мистецьких шкіл надають можливість дітям та молоді розвивати свої творчі здібності.

- Виставкові зали. Виставкова зала в Білій Церкві є центром художнього життя міста, де регулярно проводяться виставки місцевих та регіональних митців.

- Палац культури. Палац культури "Росава" є головним концертним майданчиком громади, де проводяться різноманітні культурні заходи.

Відповідно до рішення виконавчого комітету №214 від 10.06.2014 року, єдиним визначеним місцем для відпочинку на водних об'єктах в межах міста є Центральний міський пляж, розташований в районі вулиці Росьова. Для забезпечення безпеки та комфорту відпочиваючих проводяться регулярні роботи з утримання пляжної зони та обстеження дна водолазами.

Особливістю культурного життя громади є:

- Широкий доступ до культури. Майже в кожному селі є бібліотека або клубний заклад.

- Розвиток мистецької освіти. Велика кількість мистецьких шкіл сприяє вихованню молодого покоління.

- Підтримка місцевих талантів. Виставкові зали та інші культурні заклади надають платформу для творчості місцевих митців.

- Різноманітність культурних заходів. Від концертів класичної музики до художніх виставок – кожен мешканець громади може знайти захід до душі.

Білоцерківська громада активно розвиває свою культурну інфраструктуру, створюючи сприятливі умови для розвитку творчості та самореалізації.

Для того, щоб зробити культурну спадщину доступною для широкого кола відвідувачів, у Білоцерківській громаді активно розвивається туристична інфраструктура.

Особливою гордістю громади є *Туристично-інформаційний центр* [42]. Цей унікальний для Київської області центр став результатом плідної співпраці громадськості, бізнесу та влади. Він надає туристам всю необхідну інформацію про цікаві місця, маршрути, проживання та харчування (рис. 2.5).

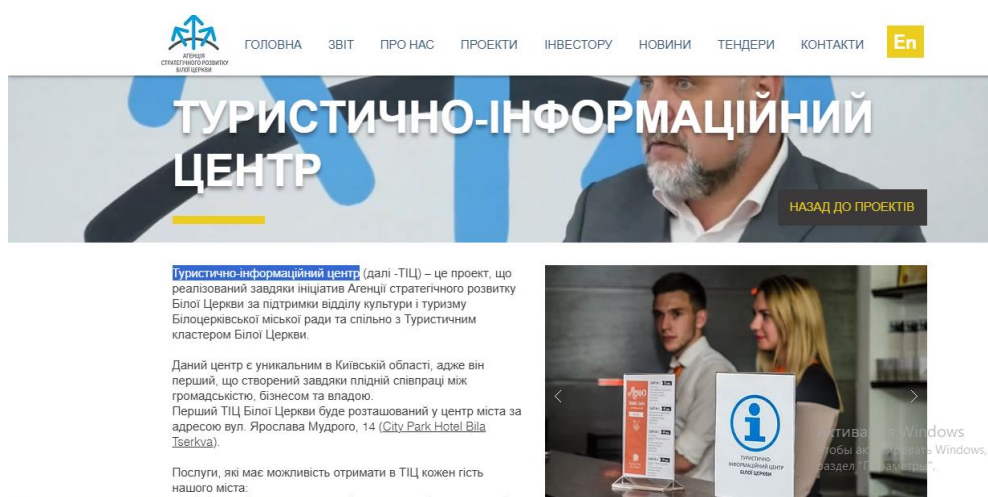


Рис. 2.5. Туристично-інформаційний центр (ТІЦ) Білої Церкви

Джерело : [42]

Перший ТІЦ у місті був організований ще у 2017 році при одному з готелів міста. Та він став, скоріше, першим місцем зустрічі людей, що мріяли зробити Білу Церкву туристичним містом. Так створилася *Громадська організація «Біла Церква туристична»*.

Протягом трьох років разом з відділом культури та туризму Білоцерківської міськради було досягнуто наступні результати :

- встановили туристичну навігацію;
- розробили туристичні маршрути;
- видали туристичну карту міста;
- виготовили сувеніри;
- розробили брендбук міста;
- створили туристичний портал міста;
- здійснили багато яскравих подій.

Завітати до ТІЦ можна за адресою: вул. Ярослава Мудрого, 14 (готель City Park Hotel Bila Tserkva). Це зручне місцезонаштування в центрі міста дозволить легко знайти центр та отримати всю необхідну інформацію.

ТІЦ – це справжній інформаційний хаб для туристів. Тут туристи можуть отримати вичерпну інформацію про:

- Розміщення: готелі, хостели, санаторії, сільський туризм.
- Харчування: ресторани, кафе, бари.
- Тури та екскурсії: оглядові тури, тематичні екскурсії, відвідування музеїв, фестивалі.
- Активний відпочинок: спортивні майданчики, велопрогулянки, водні види спорту.
- Транспорт: громадський транспорт, таксі, міжміські автобуси.
- Інші послуги: сувеніри, прокат велосипедів, СПА-процедури.
- Екстрена допомога: лікарні, аптеки, поліція.

Відкриття ТІЦ – це важливий крок у розвитку туристичної інфраструктури міста. Завдяки цьому проекту Біла Церква стає більш привабливою для туристів і відкриває нові можливості для місцевого бізнесу.

Працівники ТІЦ створили спецпроект IGotoWorld «Місто за вікенд. Біла Церква» [42]. На рис. 2.6 зображено сторінку сайту спецпроекту.

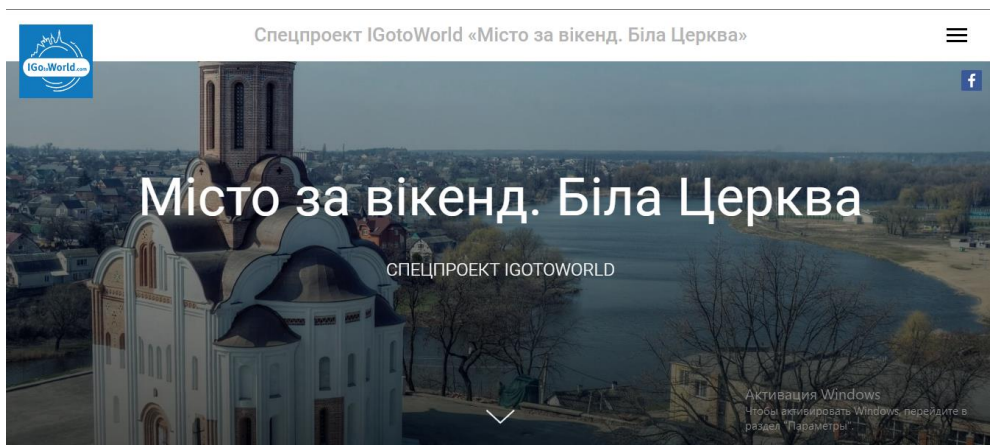


Рис. 2.6. Спецпроект IGotoWorld «Місто за вікенд. Біла Церква»

Джерело : [45]

На сайті туристи можуть отримати детальну інформацію за розділами : Рекомендації туристам, Must-do у Білій Церкві, 10 локацій, які варто відвідати у Білій Церкві, Досліджуйте Білу Церкву самостійно, Організовані екскурсії по Білій Церкві, Де поїсти у Білій Церкві, Де переночувати у Білій Церкві, Сувеніри з Білої Церкви, Поруч з Білою Церквою, Цікаве про Білу Церкву, Туристично-інформаційний центр м. Біла Церква, Туристична мапа Білої Церкви, Брендинг Білої Церкви.

*Туристичний портал Білої Церкви (рис. 2.7).*

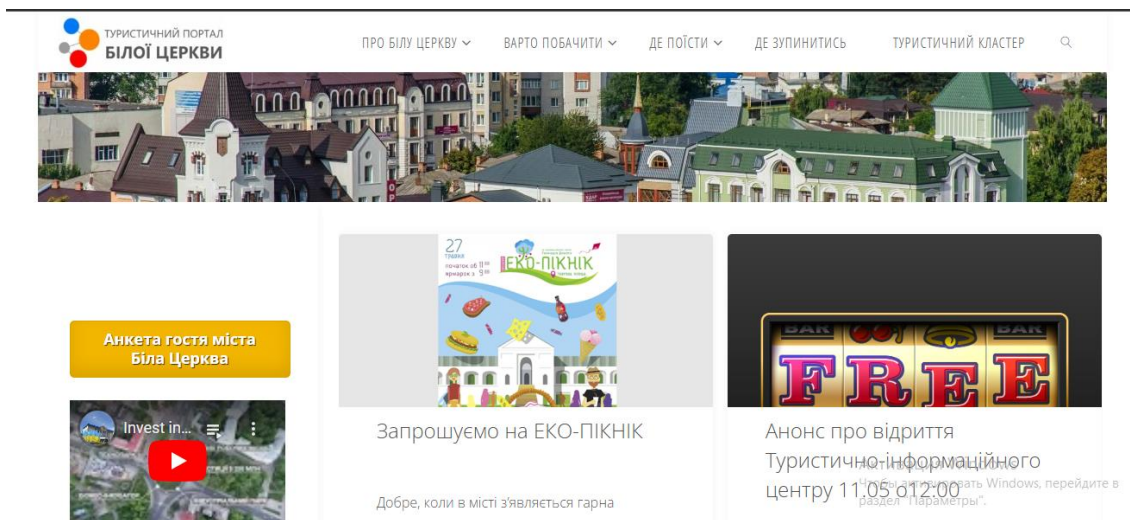


Рис. 2.7. Туристичний портал Білої Церкви [44]

На цьому порталі кожен охочий може знайти детальну інформацію про туристичні можливості громади.

*Біла Церква туристична* – Туристичний сайт міста Біла Церква є важливим ресурсом для тих, хто цікавиться містом (рис. 2.8).

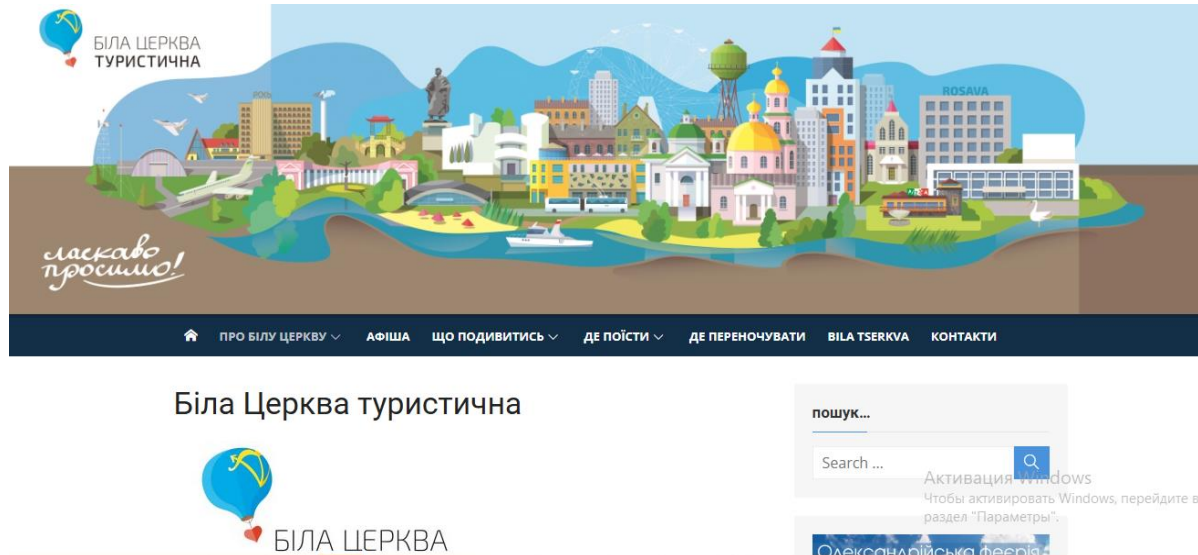


Рис. 2.8. Біла Церква туристична – туристичний сайт міста Біла Церква  
Джерело : [43]

Сайт "Біла Церква туристична" призначений для того, щоб допомогти туристам спланувати свою поїздку до міста та отримати всю необхідну інформацію. Сайт є потужним інструментом для просування міста як туристичного напрямку.

Інформація про туристичний потенціал міста, представлена на сайті, може залучити інвестиції в розвиток туристичної інфраструктури. Сайт сприяє співпраці між місцевою владою та бізнесом у сфері туризму.

*Безкоштовні туристичні карти.* У центрі міста можна отримати безкоштовно туристичну карту міста та карту парку "Олександрія", що значно полегшує орієнтування на місцевості.

*Школа гідів Білої Церкви,* ініційована громадською організацією "Біла Церква Туристична" Головна мета - підготовка висококваліфікованих екскурсоводів, які зможуть розробити нові цікаві маршрути та представити Білу Церкву з найкращого боку для туристів.

В результаті дослідження можемо надати узагальнену табл. 2.4 ресурсного забезпечення туризму Білоцерківської громади.

Таблиця 2.4

### Ресурсне забезпечення туризму Білоцерківської громади [46]

Розташування міста	84 км від Києва. Автошляхи: міжнародний (Київ - Одеса); регіонального значення – (Київ - Фастів - Біла Церква - Тараща - Звенигородка), (Біла Церква - Тетіїв - Липовець - Гуменне - /М-12/) та (Кременець - Біла Церква - Ржищів).
Природний потенціал	Ландшафтно-рекреаційна зона представлена прибережними територіями р. Рось та р. Протока. Налічується 4 парки, 10 скверів, 3 бульвари. Ботанічна пам'ятка місцевого значення - урочище «Голендерня». Пам'ятка загальнодержавного значення - дендропарк «Олександрія».
Рекреаційний потенціал	Розвідано родовище мінеральних радонових вод. Функціонує водолікарня та санаторій-профілакторій.
Історико-культурний потенціал	8 пам'яток архітектури та містобудування національного значення та 33 пам'ятки місцевого значення. Пам'ятка археології національного значення - «Городище літописного міста Юр'єв». Науковий об'єкт - генетичний фонд деревних, чагарникових, трав'янистих і квіткових рослин дендрологічного парку «Олександрія». Будівля гімназії (1843 р.), Костел Іоанна Предтечі Хрестителя (1812 р.) - нині органний зал, Зимовий палац (початок ХІХ сторіччя), Торгові ряди (1809-1814 рр.), Білоцерківська Велика хоральна синагога.
Релігійний туризм	9 храмів
Фестивалі	Фестиваль «Козацькі розваги»; фестиваль повітряних куль «Олександрійська феєрія», молодіжний фестиваль вуличного мистецтва «Вільна стіна».

Білоцерківська громада має всі необхідні ресурси для розвитку туризму. Завдяки грамотному плануванню та інвестиціям можна створити привабливий туристичний напрямок, який буде сприяти розвитку економіки регіону та збереженню культурної спадщини.

### 2.3. SWOT-аналіз Білоцерківської туристичної дестинації

SWOT-аналіз – це потужний інструмент стратегічного планування, який дозволяє всебічно оцінити стан справ у туристичній галузі будь-якого регіону, включаючи Україну. Він допомагає виявити внутрішні сильні

сторони та слабкі місця, а також зовнішні можливості та загрози, які впливають на розвиток туризму.

Коли ми говоримо про розвиток туризму, то маємо на увазі складну систему, яка включає різноманітні фактори: природні ресурси, культурну спадщину, інфраструктуру, маркетинг, законодавство тощо. SWOT-аналіз допомагає структурувати цю інформацію, виділити найважливіші аспекти і зрозуміти, як вони взаємодіють між собою.

*Визначення сильних сторін (Strengths)* : це можуть бути унікальні природні ландшафти, багата історія та культура, низькі ціни на послуги, розвинена інфраструктура в окремих регіонах.

*Виявлення слабких сторін (Weaknesses)* : до таких можуть належати недостатня якість сервісу, зношена інфраструктура, сезонність туристичних потоків, негативний імідж країни.

*Оцінка можливостей (Opportunities)* : це можуть бути нові туристичні маршрути, розвиток екотуризму, проведення міжнародних заходів, зміна смаків туристів.

*Ідентифікація загроз (Threats)* : до таких можуть належати політична нестабільність, економічні кризи, конкуренція з боку інших країн, природні катаклізми.

Результати SWOT-аналізу є основою для розробки стратегії розвитку туризму. Вони допомагають сформулювати цілі (визначити, чого хоче досягти туристична галузь), розробити стратегії (вибрати найбільш ефективні способи досягнення цілей, враховуючи сильні сторони і можливості, а також мінімізуючи вплив слабких сторін і загроз), приймати рішення (обирати найкращі варіанти інвестування, маркетингу, розвитку інфраструктури тощо), контролювати виконання (відстежувати результати і вносити необхідні корективи в стратегію).

В умовах воєнного часу усвідомлення загроз набуває особливого значення. Ігнорування зовнішніх загроз може призвести до значних втрат і ускладнити відновлення туристичної галузі після завершення військових дій.

*Проблема безпеки* для туристів. Хоча активних бойових дій та окупації на території громади не було, це не виключає можливості потрапляння окремих снарядів, мін або інших вибухонебезпечних предметів, особливо якщо громада розташована поблизу зон активних бойових дій. Навіть на відносно тихій території можливі диверсійні дії, які можуть призвести до забруднення територій вибухонебезпечними предметами. Під час війни не виключені повітряні атаки, які можуть призвести до руйнувань та забруднення територій уламками ракет та бомб. Місцева влада несе відповідальність за безпеку мешканців, тому навіть за відсутності великомасштабних руйнувань, необхідно проводити регулярні перевірки територій на предмет виявлення та знешкодження вибухонебезпечних предметів.

Воєнний час характеризується високою мінливістю умов, що вимагає постійного моніторингу і оперативного реагування на зміни. Наслідки військових дій можуть бути непередбачуваними і мати довготривалі наслідки для туристичної інфраструктури та іміджу країни. В умовах війни ресурси спрямовуються на забезпечення безпеки і оборони, що може обмежувати можливості для розвитку туризму. Війна призводить до зміни потреб населення і пріоритетів держави, що може вплинути на попит на туристичні послуги.

*Екологічний стан* Білоцерківської громади викликає серйозну стурбованість. Основними проблемами є забруднення водних ресурсів, спричинене як промисловими, так і побутовими стоками, а також надмірним використанням хімікатів у сільському господарстві. Стихійні сміттєзвалища погіршують санітарно-екологічну ситуацію та забруднюють ґрунти та підземні води. Річки та водойми громади, зокрема Рось, Протока, Кам'янка та численні водойми в дендропарку "Олександрія", потребують термінового очищення та відновлення. Ситуацію ускладнює висока зарегульованість річки Рось гідротехнічними спорудами, що призвело до порушення природних процесів самоочищення та погіршення якості води.

*Проблема інклюзії та безбар'єрності* в туризмі Білоцерківської громади є актуальною та потребує комплексного вирішення. Наразі, не всі туристичні об'єкти та послуги адаптовані для людей з особливими потребами, що обмежує їх можливості повноцінно брати участь у туристичній діяльності. Багато туристичних об'єктів, готелів, ресторанів та транспортних засобів не обладнані пандусами, ліфтами, спеціальними санвузлами тощо. Мало інформації про доступні туристичні маршрути та послуги для людей з інвалідністю. Працівники туристичних закладів часто не мають достатніх знань про особливості обслуговування людей з інвалідністю. Існує певна дискримінація людей з інвалідністю в суспільстві, що може проявлятися і в сфері туризму.

Проведені дослідження дозволили нам узагальнити інформацію та провести SWOT-аналіз Білоцерківської туристичної дестинації станом на кінець 2024 року. Варто зазначити, що мінлива і малопередбачувана військова ситуація в країні вносить значну похибку у прогностні дані аналізу. Незважаючи на це, проведений SWOT-аналіз дозволяє виявити як значні виклики, так і нові можливості для розвитку туристичного потенціалу громади (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

### SWOT-аналіз Білоцерківської туристичної дестинації станом на кінець 2024 року

Внутрішнє середовище	
<p><b>Сильні сторони (S):</b>  <b>Багатий історико-культурний спадок</b> Білоцерківщини може стати потужним магнітом для туристів.  <b>Транспортна доступність:</b> Біла Церква має зручне транспортне сполучення з Києвом та іншими містами України, що робить її легкодоступною для туристів.  <b>Післявоєнна відбудова</b> відкриває нові можливості для розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, зокрема, у напрямку екотуризму та агротуризму.  <b>Державна та міжнародна підтримка</b></p>	<p><b>Слабкі сторони (W):</b>  <b>Недостатній рівень маркетингу:</b> просування Білої Церкви як туристичної дестинації є недостатнім, що обмежує приплив туристів.  <b>Обмежений вибір розваг:</b> хоча в місті є розважальні заклади, їхній вибір є обмеженим, особливо для молоді.  <b>Сезонність туризму:</b> більшість туристів відвідують Білу Церкву в теплу пору року, що призводить до сезонних коливань навантаження на інфраструктуру.  <b>Недостатня кількість сучасних готелів:</b> кількість готелів, які відповідають сучасним стандартам, є обмеженою.</p>

<p>може пришвидшити відновлення туристичної інфраструктури та залучити додаткові інвестиції.  <b>Внутрішньо переміщені особи</b> можуть стати новими клієнтами для місцевого бізнесу та сприяти розвитку внутрішнього туризму.</p>	
Зовнішнє середовище	
<p><b>Можливості (О):</b>  <b>Розвиток нових туристичних маршрутів:</b> створення нових туристичних маршрутів, пов'язаних з історією, культурою та природою регіону.  <b>Співпраця з сусідніми регіонами:</b> створення спільних туристичних продуктів з сусідніми регіонами для залучення більшої кількості туристів.  <b>Розвиток екотуризму:</b> активне просування екотуризму, враховуючи природні багатства регіону.  <b>Потенціал для агротуризму:</b> околиці Білої Церкви мають розвинуте сільське господарство, що створює можливості для розвитку агротуризму.  <b>Залучення інвестицій:</b> залучення інвестицій для розвитку туристичної інфраструктури.</p>	<p><b>Загрози (Т):</b>  <b>Безпека туристів:</b> загроза терористичних актів, обстріли.  <b>Пошкодження туристичної інфраструктури:</b> руйнування готелів, ресторанів, пам'яток архітектури.  <b>Зменшення туристичного потоку:</b> через страх перед війною, економічні труднощі, обмеження на поїздки.  <b>Економічні труднощі:</b> інфляція, девальвація валюти, зростання цін на товари та послуги.  <b>Відсутність доступності туристичних об'єктів та послуг для людей з інвалідністю та інших вразливих груп</b> суттєво звужує коло потенційних туристів.  <b>Дефіцит кваліфікованих кадрів:</b> нестача спеціалістів, підготовлених для роботи з туристами з особливими потребами, гальмує розвиток інклюзивного туризму.</p>

Джерело : створено автором

Проведений SWOT-аналіз чітко демонструє як значний потенціал, так і серйозні виклики для розвитку туризму в Білоцерківській громаді.

Білоцерківська громада має значний потенціал для розвитку туризму, проте для його реалізації необхідно вирішити низку проблем. Завдяки комплексному підходу, який включає в себе маркетинг, інвестиції, розвиток інфраструктури та підготовку кадрів, можна створити успішну туристичну дестинацію.

## Висновки до розділу 2

Білоцерківська громада, утворена у 2020 році, шляхом об'єднання Білоцерківської міської ради обласного значення, Терезинської селищної ради, Вільнотарасівської, Глушківської, Дроздівської, Пилипчанської, Піщанської, Сидорівської, Томилівської, Храпачівської, Шкарівської сільських рад Білоцерківського району Київської області.

Серед усіх секторів економіки, пов'язаних з обміном товарів, найбільш важливим є роздрібна торгівля. Саме вона формує конкуренцію на ринку і безпосередньо впливає на те, що і за якою ціною купують споживачі.

Промисловий комплекс Білоцерківської громади є різноманітним та охоплює широкий спектр галузей, включаючи фармацевтику, харчову промисловість, виробництво гумових та хімічних виробів, ювелірних прикрас, меблів та машин. На території громади діють два великі приватні індустріальні парки – "Біла Церква 1" та "Біла Церква 2". Проект "Пачворк: Біла Церква" є яскравим прикладом того, як можна перетворити промислові руїни на сучасний виробничий кластер. Кількість бізнесів у Білоцерківській громаді продовжує зростати. Війна негативно вплинула на малий і середній бізнес у громаді у 2022 році. Однак з початку 2023 року спостерігається стійке відновлення, про що свідчить зростання кількості зареєстрованих підприємств та збільшення надходжень від єдиного податку на 27,9%.

В сільському господарстві представлені як великі підприємства, так і дрібні фермерські господарства. Фермерські господарства становлять 13% від загальної кількості підприємств, зайнятих у сільському господарстві в регіоні. Аналіз наданої інформації про розвиток сільського господарства в Білоцерківській громаді вказує на значний потенціал для створення агротуристичного кластеру. Даний кластер міг би об'єднати різноманітних учасників ринку та створити унікальний туристичний продукт, заснований на сільськогосподарських традиціях регіону.

Проведене дослідження показало, що в громаді є потенціал для створення кластерів, які об'єднують місцеві компанії та сприятимуть розвитку економіки.

Білоцерківська громада має значний потенціал для розвитку туризму завдяки своєму унікальному географічному розташуванню, багатій історії та культурній спадщині. Однак, для успішного розвитку туристичної галузі необхідно провести детальну оцінку ресурсної забезпеченості громади. Для того, щоб зробити культурну спадщину доступною для широкого кола відвідувачів, у Білоцерківській громаді активно розвивається туристична інфраструктура.

В умовах воєнного часу усвідомлення загроз набуває особливого значення. Ігнорування зовнішніх загроз може призвести до значних втрат і ускладнити відновлення туристичної галузі після завершення військових дій.

Проведені дослідження дозволили нам узагальнити інформацію та провести SWOT-аналіз Білоцерківської туристичної дестинації станом на кінець 2024 року. Варто зазначити, що мінлива і малопередбачувана військова ситуація в країні вносить значну похибку у прогностичні дані аналізу. Незважаючи на це, проведений SWOT-аналіз дозволяє виявити як значні виклики, так і нові можливості для розвитку туристичного потенціалу громади.

## РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО РОЗВИТКУ БІЛОЦЕРКІВСЬКОЇ ГРОМАДИ

### 3.1. Програмування соціально-економічного та туристичного розвитку Білоцерківської громади

Не варто відкладати на потім відновлення нашої країни. Поки тривають бойові дії, необхідно закласти міцний фундамент для майбутнього розвитку. Це стосується як визначення стратегічних цілей, так і планування конкретних проєктів у різних сферах: від інфраструктури до соціальних послуг. Підготовка до післявоєнного відновлення – це інвестиція в наше спільне майбутнє. Ми повинні скористатися кожною можливістю, щоб розробити чіткий план дій. Це включає в себе не лише визначення пріоритетних напрямів розвитку, але й створення ефективної команди, залучення громадськості та розробку стратегії.

Програма та стратегія – це два взаємопов'язані поняття, які відіграють ключову роль у досягненні будь-якої мети, особливо в контексті соціально-економічного та туристичного розвитку. Обидва ці інструменти допомагають визначити напрямки руху, розподілити ресурси та оцінити результати.

*Стратегія* – це довгостроковий план дій, який визначає загальний напрямок розвитку організації або громади. Вона відповідає на питання: "Куди ми прямуємо?" Стратегія формується на основі аналізу зовнішнього середовища, внутрішніх ресурсів та бачення майбутнього.

*Програма* – це детальний план реалізації стратегії. Вона визначає конкретні цілі, завдання, заходи, відповідальних осіб та терміни виконання. Програма відповідає на питання: "Як ми туди дістанемося?"

Термін "*програмування*" в контексті соціально-економічного та туристичного розвитку означає процес створення детального плану дій, який визначає стратегію, цілі та кроки для покращення якості життя мешканців,

стимулювання економічного зростання та розвитку туристичного потенціалу Білоцерківської громади.

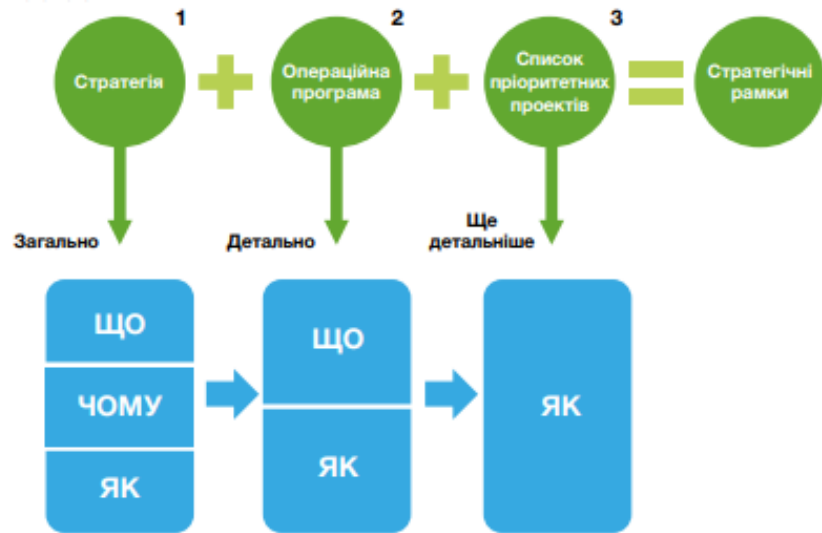


Рис. 3.1. Стратегічна структура - трикомпонентна програма регіонального розвитку [46]

На рис. 3.2 представлені сукупність і зв'язок ключових складових Стратегії. Пріоритети, місію (бачення), мету(завдання) та цінності іноді ще називають стратегічним викладом або стратегічною установкою.

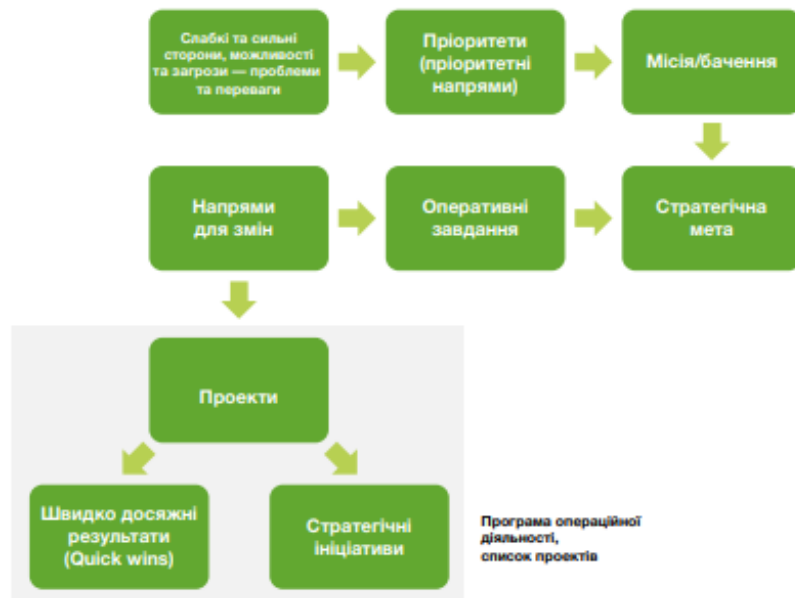


Рис. 3.2. Взаємозв'язки між ключовими компонентами стратегування регіонального розвитку [46]

Зв'язок між програмою та стратегією можна пояснити наступними тезами.

- Стратегія визначає напрямок, програма – шлях. Стратегія задає загальні рамки, а програма деталізує конкретні кроки.
- Програма конкретизує стратегію. Вона розбиває загальні цілі на більш дрібні, вимірювані завдання.
- Стратегія забезпечує узгодженість. Всі програми повинні бути спрямовані на досягнення стратегічних цілей.
- Програма дозволяє оцінювати ефективність стратегії. Результати реалізації програм допомагають зрозуміти, наскільки ефективно реалізується стратегія.

На нашу думку, створення стратегії соціально-економічного розвитку регіону в умовах війни – це складне завдання, яке супроводжується низкою викликів. Війна є динамічним процесом, який постійно змінює умови і вимагає оперативного реагування. Це ускладнює прогнозування майбутнього і довгострокове планування. Відсутність чіткого розуміння, коли закінчиться війна, ускладнює визначення довгострокових цілей та пріоритетів. Війна призводить до значного скорочення бюджетних видатків на соціальні програми та розвиток інфраструктури. Мобілізація, евакуація та міграція населення призводять до нестачі кваліфікованих кадрів. Умовами війни диктується необхідність перерозподілу ресурсів на оборону та безпеку. Велика частина ресурсів спрямовується на надання гуманітарної допомоги постраждалому населенню.

Моніторинг діючих стратегічних документів соціально-економічного та туристичного розвитку Білоцерківської громади показав, що станом на кінець 2024 року в громаді відсутня Стратегія розвитку, яка б відповідала сучасним викликам і проблемам. Стратегія «Біла Церква 2025» (Затверджено Рішенням Білоцерківської міської ради від 24 березня 2016 року № 123-08-V) втратила актуальність. Виявлення проблеми відсутності актуальної стратегії розвитку є вкрай важливим для подальшого планування та розвитку громади.

Причиною такого становища є необхідність перегляду та актуалізації в умовах військових викликів Стратегії розвитку Київської області на 2021-2027 роки, затвердженої рішенням Київської обласної ради від 19 грудня 2019 року № 789-32-VII (зі змінами). В свою чергу така необхідність постала на вимогу Кабінету Міністрів України забезпечити у шестимісячний строк розроблення плану заходів щодо реалізації Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки [2].

При цьому зазначимо, що Стратегії різних рівнів (національний, регіональний, місцевий) повинні бути узгоджені між собою. Регіональна стратегія має враховувати національні пріоритети, а місцева – регіональні та національні. Втрата значимості і актуальності більшості положень діючої Стратегії на рівні Київської області може створювати невизначеність для місцевих громад, ускладнюючи розробку власних стратегій. Регіональні стратегії часто визначають розподіл ресурсів між різними територіями. Відсутність такої стратегії може призвести до нерівномірного розподілу коштів і обмежити можливості для розвитку окремих громад.

Наразі Київська обласна державна адміністрація оновлює стратегію розвитку регіону до 2027 року. Новий документ враховуватиме потребу відновлення після війни, стимулювання економіки та забезпечення безпеки.

Діючим документом соціально-економічного розвитку досліджуваної території на 01.12.2024 р. є Програма соціально-економічного та культурного розвитку Білоцерківської міської територіальної громади на 2024-2026 роки []. Програму розроблено управлінням економічного розвитку на основі ретельного аналізу поточної ситуації в громаді, прогнозів подальшого розвитку та пропозицій фахівців. Вона базується на результатах, яких громада вже досягла, і враховує фінансові можливості міського бюджету.

Виконання Програми забезпечує виконавчий комітет міської ради разом зі структурними підрозділами, відповідно до чинного законодавства. Програма є гнучкою та може бути доповнена або скоригована. Будь-які зміни

затверджуються рішенням міської ради після обговорення на постійних комісіях.

Враховуючи війну, Програма націлена на відновлення та розвиток громади. Вона передбачає підтримку бізнесу, покращення інфраструктури та забезпечення соціальних гарантій для населення.

В контексті нашого дослідження в Програмі заслуговують на увагу окремі пункти (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

**Основні завдання та заходи по реалізації окремих пунктів  
Програми соціально-економічного та культурного розвитку  
Білоцерківської міської територіальної громади на 2024-2026 роки**

Завдання	Заходи
3.2.6. Споживчий ринок та надання послуг	
Створення сприятливого бізнес-середовища	Спрощення процедур реєстрації бізнесу, зниження податкового навантаження, надання консультаційної підтримки, створення бізнес-інкубаторів.
Модернізація торговельної інфраструктури	Реконструкція ринків, будівництво торгових центрів, розвиток онлайн-торгівлі, створення логістичних центрів.
Попередження незаконної торгівлі	Рейди, контроль, посилення відповідальності, електронний облік товарів.
Підтримка місцевих виробників	Організація ярмарків, фестивалів, створення кооперативів, забезпечення доступу до торгових мереж.
Розвиток ресторанного господарства	Підтримка відкриття нових закладів, розвиток національної кухні, підвищення якості обслуговування.
Захист прав споживачів	Контроль якості товарів, інформаційні кампанії, вирішення спорів, боротьба з недобросовісною конкуренцією.
3.3.1. Підприємництво та регуляторна діяльність	
Стимулювання залучення до підприємницької діяльності максимальної кількості жителів громади та ВПО	Створення на території громади передбачуваного та необтяжливого податкового середовища
Рівне відношення до усіх суб'єктів бізнесу, впровадження альтернативних комунікаційних форматів	Активізація роботи Координаційної ради з розвитку підприємництва у взаємодії з місцевим бізнесом,
Реалізація проєкту «Реконструкція нежитлової будівлі (незавершене будівництво) під адміністративну будівлю з розміщенням центру надання адміністративних та соціальних послуг (в форматі «Прозорий офіс»)	Відкриття в громаді Центру підтримки підприємців «Дія Бізнес» - платформи для підприємців, яка має сприяти розвитку ділової активності

## Продовження табл. 3.1

Розширення мережі об'єктів інфраструктури підтримки підприємництва	Залучення коштів на впровадження проекту створення в місті Біла Церква мультифункціонального Інноваційного хабу «Creative Space» відповідно до Концепції, розробленої в співпраці з Проектом «EU4Business: конкурентоспроможність та інтернаціоналізація МСП», що реалізується представництвом GIZ в Україні
Одержання підприємцями громади фінансування (в тому числі і грантового) на відкриття та відновлення бізнесу	Проведення онлайн та офлайн тренінгів щодо підготовки грантових заявок для
Підтримка стартап-проектів підприємців початківців	Проведення конкурсів бізнес-ідей
Організація школи розвитку експорту для підприємців громади	Проведення навчань, консультації та воркшопів для виведення бізнесу громади на закордонні ринки
Підтримка кластерних ініціатив, просування кластерів та акумуляція прогресивного досвіду	Проведення публічних заходів освітнього характеру щодо ефективності кластеризації бізнесу громади, участь у регіональних, національних та міжнародних публічних заходах
<b>3.3.2. Розвиток агропромислового комплексу</b>	
Підтримка галузей садівництва та ягідництва	Сприяння розвитку мережі підприємств, що спеціалізуються на заготівлі, переробці та зберіганні плодів, горіхів і ягід, виготовленню виробів з них
Удосконалення і розширення системи продовольчих ринків у громаді	Забезпечення їх сучасними облаштованими торговельними місцями
Підвищення впізнаваності конкурентоспроможності сільськогосподарських виробників в межах громади та вихід на нові ринки збуту	Організація і проведення виставково-ярмаркової діяльності
Популяризація інвестування в зелений туризм	Сприяння у побудові в громаді агроосель та садиб
<b>3.5.6. Культура та туризм</b>	
Покращення інструментів взаємодії органів місцевого самоврядування з місцевим бізнесом	Кластеризація туризму в громаді
Розвиток малого та середнього підприємництва	Обслуговування відвідувачів (туристів) і забезпечення їх базових потреб
Збільшення кількостей об'єктів туристичного показу, туристичних маршрутів та екскурсій в громаді	Впорядкування пам'яток архітектури, природних об'єктів, ландшафтів і оглядових майданчиків, які можуть бути використані з метою туристичного показу

Джерело : розроблено автором за [45]

Окрім проаналізованої програми для розвитку туризму в громаді в цілому, і для агротуризму зокрема доцільно враховувати планові заходи в інших затверджених регіональних програмах (табл. 3.2).

**Перелік чинних цільових програм у сфері послуг і туризму  
Білоцерківської міської територіальної громади, які передбачені до  
виконання на 2024-2026 роки [45]**

<b>№ з/п</b>	<b>Назва цільової програми</b>	<b>Термін реалізації (роки)</b>	<b>Рішення, яким затверджена програма</b>	<b>Розпорядник бюджетних коштів</b>
1	Програма збереження та охорони об'єктів культурної спадщини (пам'ятних знаків, пам'ятників історії та культури, монументального мистецтва) Білоцерківської міської територіальної громади	2023-2025	№ 3832-39-VIII від 27 квітня 2023 року	Управління культури і туризму
2	Програма розвитку культури, мистецтва, духовності та туризму Білоцерківської міської територіальної громади на 2024-2026 роки	2024-2026	№ 1374/02-11 від 13 жовтня 2023 року	Управління культури і туризму
3	Програма розвитку комплексного благоустрою Білоцерківської міської територіальної громади на період 2024-2026 роки	2024-2026	№ 1384/02-11 від 17 жовтня 2023 року	Управління містобудування та архітектури, Департамент житлово-комунального господарства, Управління з питань молоді та спорту, Управління культури і туризму

Таким чином, Програма соціально-економічного та туристичного розвитку Білоцерківської громади є комплексним документом, який направлений на вирішення актуальних проблем громади та забезпечення її сталого розвитку. Вона охоплює широкий спектр питань, від покращення інфраструктури та підтримки бізнесу до розвитку туризму та збереження культурної спадщини.

### **3.2. Проектна діяльність та її вплив на туристичний розвиток Білоцерківської дестинації**

Проектна діяльність є потужним інструментом для трансформації територій та стимулювання розвитку. У контексті туристичного розвитку Білоцерківської дестинації вона може стати каталізатором змін, сприяючи створенню нових туристичних продуктів, покращенню інфраструктури та підвищенню привабливості регіону.

Важливість проектної діяльності для розвитку туризму дестинації пояснюється наступним.

- Створення унікальних туристичних продуктів: проекти дозволяють розробляти та впроваджувати нові туристичні маршрути, фестивалі, заходи, які відрізнятимуть Білу Церкву від інших міст.
- Розвиток туристичної інфраструктури: завдяки проектам можна фінансувати будівництво та модернізацію готелів, ресторанів, туристичних центрів, що підвищить комфортність перебування туристів.
- Збереження культурної спадщини: проекти можуть бути спрямовані на реставрацію історичних будівель, музеїв, що дозволить зберегти культурну спадщину та зробити її доступною для туристів.
- Залучення інвестицій: реалізація успішних проектів може зацікавити інвесторів, що сприятиме подальшому розвитку туристичної галузі.
- Створення нових робочих місць: розвиток туризму створює нові робочі місця в готелях, ресторанах, туристичних агентствах та інших сферах.

За результатами дослідження, проведеного за підтримки USAID, Біла Церква посіла 14 місце серед 45 найбільших міст України за якістю ділового середовища. Місцеві підприємці оцінили умови для ведення бізнесу в місті на 57,39 балів, що дозволило Білій Церкві обійти більшість обласних центрів. Індекс конкурентоспроможності міст – це інструмент, за допомогою якого вимірюється сприятливість умов для підприємництва в різних містах України.

У грудні 2021 року Біла Церква стала одним із дев'яти українських міст, обраних для участі в пілотному проєкті EU4Business. Ця ініціатива, що фінансується ЄС та Німеччиною і реалізується GIZ, спрямована на підтримку малого та середнього бізнесу. Біла Церква, як місто з фокусом на інноваційному розвитку, отримала можливість розвивати свою економіку за рахунок підтримки експорту, впровадження інновацій та створення сприятливого бізнес-середовища. Мета проєкту – допомогти містам, як от Біла Церква, стати більш конкурентоспроможними на міжнародній арені та сприяти економічному зростанню регіону.

У 2022–2023 роках у Білоцерківській міській територіальній громаді реалізовувався проєкт *«Інноваційний розвиток малого та середнього підприємництва й креативної індустрії»* в рамках програми EU4Business у співпраці з GIZ. Основна мета цього проєкту – стимулювати розвиток інноваційного бізнесу в Білій Церкві, створюючи сприятливі умови для зростання малих і середніх підприємств. Для цього залученим експертом - доктором економічних наук Володимиром Панченком було проведено детальний аналіз потенціалу місцевого кластерного середовища. Було оцінено потенціал місцевих компаній для інтеграції в такі кластери, як металевий, авіаційний, біотехнологічний (виробництво фармацевтичних препаратів і матеріалів, добрив, азотних сполук, готових кормів для тварин). Було розроблено Концепцію інноваційного хабу «Creative Space» з наданням проєкту на грантове фінансування від міжнародних партнерів та донорів. Також створено Telegram-чат-бот «Бізнес-нерухомість. Біла Церква», які підприємці знайдуть земельні ділянки чи готові приміщення для ведення бізнесу, зокрема для релокації.

Чат-бот надає можливість здійснювати пошук промислових і комерційних приміщень, а також земельних ділянок у межах Білоцерківської громади. Користувачі можуть отримати необхідну інформацію, просто перейшовши за посиланням чи знайшовши бот у Telegram. Він корисний як для підприємців, які шукають вільні площі, так і для власників комерційної

нерухомості, які можуть безкоштовно розповсюдити інформацію про свій об'єкт

База даних постійно оновленого використання Білоцерківської міської ради й містить об'єкти комунальної власності, доступні для оренди або продажу. Уся інформація надається безкоштовно для фізичних осіб.

Основні напрямки проєкту та їх потенційний вплив на сектор туризму у Білоцерківській міській територіальній громаді :

1. Створення Інноваційного хабу «Creative Space» :

1.1. Нові ідеї та технології: хаб стане платформою для генерації нових ідей та розробки інноваційних туристичних продуктів.

1.2. Співпраця: сприятиме співпраці між різними учасниками туристичного ринку (готелями, фермерами, туроператорами), що призведе до створення нових пакетних турів та маршрутів.

1.3. Мережування: створить мережу контактів для обміну досвідом та знаннями, що допоможе підвищити якість туристичних послуг.

2. Розробка стратегії SMART-спеціалізації громади :

2.1. Ідентифікація потенціалу: допоможе визначити унікальні туристичні ресурси громади та розробити стратегію їхнього розвитку.

2.2. Спеціалізація: сприятиме спеціалізації на певних видах туризму (агротуризм, культурний туризм, екотуризм), що дозволить створити сильний туристичний бренд.

2.3. Залучення інвестицій: приверне інвестиції в розвиток туристичної інфраструктури та продуктів.

3. Ваучерна підтримка інноваційного бізнесу :

3.1. Підтримка стартапів: дозволить фінансувати інноваційні туристичні проєкти, такі як створення мобільних додатків для туристів, розробка нових туристичних маршрутів, використання технологій віртуальної реальності тощо.

3.2. Розширення пропозиції: сприятиме розширенню спектру туристичних послуг та підвищенню їхньої якості.

#### 4. Розвиток кластерних ініціатив :

4.1. Співпраця: об'єднає туристичні підприємства в кластери, що дозволить їм спільно вирішувати проблеми, просувати свої послуги та підвищувати конкурентоспроможність.

4.2. Ефективність: сприятиме більш ефективному використанню ресурсів та підвищенню якості туристичних послуг.

4.3. Просування: дозволить створити спільний бренд та ефективніше просувати туристичні продукти на ринку.

*Спецпроект IGotoWorld «Місто за вікенд. Біла Церква»* [] – Біла Церква стала частиною всеукраїнського туристичного проекту IGotoWorld. Було створено детальний путівник по місту, що дозволяє потенційним туристам легко планувати поїздки. Дослідження на прикладі Білої Церкви показало, що подібні проекти сприяють підвищенню туристичної привабливості регіонів та розширенню географії туристичних потоків в Україні.

*Проект "Геній української архітектури Микола Даміловський та його шедевральний водогін у Білій Церкві. Мистецтво в інженерній споруді та його сучасна візуалізація"* за підтримки Українського культурного фонду (УКУ) [49]. Виконавець - ГО «Україна Інкогніта».

Проект спрямований на збереження та популяризацію унікальної спадщини українського модерну – комплексу будівель водогону, спроектованого та зведеного під керівництвом видатного архітектора Миколи Даміловського у Білій Церкві. Цей комплекс є одним із найяскравіших прикладів синтезу мистецтва та інженерії, а також важливим маркером української культурної спадщини. Проект сприятиме підвищенню обізнаності про український модерн як важливий напрямок національного мистецтва. Відновлений водогін стане новою туристичною визначною пам'яткою Білої Церкви.

Основні завдання проекту:

- Детальне наукове дослідження: проведення комплексних досліджень водогону, включаючи точні обміри та створення 3D-моделі.
- Документація архіву Миколи Даміловського: збір та систематизація інформації про життя та творчість архітектора.
- Створення інформаційного ресурсу: розробка веб-сайту, присвяченого Миколі Даміловському та його творінням.
- Інформаційна кампанія: популяризація проекту та українського модерну через соціальні мережі, ЗМІ та проведення заходів для широкої аудиторії.

За ініціативою громадської організації "Україна інкогніта" 28 вересня 2024 р. відбулася толока, присвячена очищенню та збереженню унікального водогону в Білій Церкві. Багато небайдужих людей долучилися до прибирання території комплексу від сміття та хащів.

Аналіз інвестиційних проектів, розміщених на сайті Управління економічного розвитку Білоцерківської міської ради [], дав нам можливість узагальнити інформацію про подані до розгляду проекти у сфері гостинності та туризму (Додаток Г).

Реалізація проектів, особливо в таких сферах, як гостинність та туризм, стикається з низкою серйозних перешкод. Розглянемо основні фактори, які стримують цей процес:

#### 1. Безпекова ситуація

Прямі загрози: бойові дії, обстріли створюють безпосередню загрозу для життя та здоров'я людей, що працюють на проектах, а також для туристів.

Невизначеність: постійна зміна військової ситуації ускладнює довгострокове планування та інвестування.

Логістичні проблеми: перебої з постачанням будівельних матеріалів, обладнання та інших необхідних ресурсів.

#### 2. Економічні фактори

Зменшення інвестицій: інвестори стають обережнішими та відкладають свої рішення про фінансування нових проєктів через високі ризики.

Інфляція: зростання цін на будівельні матеріали, обладнання та послуги призводить до збільшення вартості проєктів.

Дефіцит бюджету: влада спрямовує основні фінансові ресурси на оборону та гуманітарну допомогу, що обмежує можливості для фінансування інших сфер.

Реалізація проєктів у сфері гостинності та туризму в умовах війни є надзвичайно складним завданням. Для подолання вищезазначених перешкод необхідні спільні зусилля держави, бізнесу та громадянського суспільства. Важливо розробити комплекс заходів, спрямованих на забезпечення безпеки, створення сприятливого інвестиційного клімату, відновлення інфраструктури та просування туристичних можливостей країни.

### **3.3. Кластеризація туристичної сфери білоцерківської дестинації**

Аналіз планувальної та проєктної роботи в Білоцерківській міській територіальній громаді засвідчив, що немає системності та узгодженості між окремими ініціативами.

Проблеми, виявлені в процесі планування та проєктної роботи:

- Відсутність єдиної стратегії: окремі ініціативи не об'єднані в цілісну систему, що призводить до розпорошення ресурсів і неефективного використання можливостей.
- Низька координація: відсутність ефективної взаємодії між структурними підрозділами міськради перешкоджає синхронізації зусиль і ускладнює досягнення спільних цілей.
- Недостатній обмін інформацією: відсутність ефективних комунікацій між виконавцями проєктів призводить до дублювання зусиль і втрати часу.

- Обмежені ресурси: нестача фінансування і людських ресурсів обмежує можливості для реалізації масштабних і комплексних проєктів.
- Відсутність системи моніторингу: немає механізмів для оцінки ефективності реалізації проєктів, що ускладнює корекцію стратегії розвитку громади.

Впровадження кластерного підходу в Білоцерківській громаді дозволить вирішити існуючі проблеми в плануванні та проєктній роботі, створити сприятливі умови для розвитку економіки та підвищити якість життя населення.

Одним з проєктів досліджуваної громади у минулий період став Проєкт "Центр кластерних ініціатив". Ініційований Агенцією стратегічного розвитку міста (далі – Агенція) на початку 2017 року. Цей проєкт був спрямований на об'єднання місцевих підприємців та організацій навколо спільних цілей, сприяючи таким чином створенню кластерів. З метою розвитку туризму та залучення інвестицій, у Білій Церкві Агенцією було ініційовано створення Туристичного кластеру, який об'єднав би зусилля місцевого бізнесу та влади.

У планах Туристичного кластеру було передбачено :

Стратегічне планування: розробляти детальний план розвитку туризму в регіоні, визначаючи пріоритетні напрямки, цілі та завдання.

Інвентаризація та оцінка ресурсів: проводити дослідження туристичних об'єктів, готелів, ресторанів та інших закладів для визначення їх потенціалу та потреб.

Маркетинг та промоція: організувати рекламні кампанії, брати участь у туристичних виставках, створювати інформаційні матеріали для залучення туристів.

Створення туристичного продукту: розробляти нові туристичні маршрути, фестивалі та заходи, а також покращувати наявні туристичні пропозиції.

Співпраця з бізнесом: сприяти розвитку туристичного бізнесу, надавати консультації підприємцям, допомагати в вирішенні проблем.

Взаємодія з владою: впливати на прийняття рішень, пов'язаних з розвитком туризму, лобіювати інтереси туристичного сектору.

Створення туристичної спільноти: об'єднувати представників туристичного бізнесу, громадських організацій та влади для спільного вирішення завдань.

Покращення інвестиційного клімату: сприяти створенню сприятливих умов для інвестування в туристичний сектор.

Розширення можливостей для розвитку *бізнесу*:

- a) Професійне зростання: безкоштовне навчання для власників бізнесу та персоналу в галузі готельного та ресторанного бізнесу, що дозволить підвищити кваліфікацію та ефективність роботи.
- b) Розширення клієнтської бази: включення об'єктів підприємства до популярних туристичних маршрутів забезпечить постійний потік клієнтів.
- c) Підвищення впізнаваності бренду: участь у міських фестивалях та святах, а також розміщення інформації про бізнес у туристичних центрах допоможе збільшити впізнаваність бренду та залучити нових клієнтів.
- d) Індивідуальна підтримка: кожен учасник кластеру отримає персональну допомогу в розробці маркетингової стратегії та просуванні бізнесу.

Доступ до нових ресурсів та можливостей:

- 1) Спільні проекти: можливість брати участь у розробці та реалізації спільних проектів з іншими учасниками кластеру, що дозволить об'єднати зусилля та досягти синергетичного ефекту.
- 2) Партнерство з владою: безпосередня взаємодія з органами місцевої влади для вирішення актуальних питань бізнесу та впливу на формування туристичної політики міста.
- 3) Доступ до інформації: отримання актуальної інформації про туристичний ринок, тренди та новинки галузі.
- 4) Створення мережі контактів: знайомство з колегами по галузі, встановлення ділових контактів та партнерських відносин.

Інші переваги:

- Підвищення конкурентоспроможності: завдяки участі в кластері підприємства зможуть підвищити якість своїх послуг та стати більш конкурентоспроможними на ринку.

- Створення сприятливого бізнес-клімату: кластер сприяє створенню сприятливих умов для ведення бізнесу в туристичній сфері.

Влада отримує від участі в туристичному кластері:

#### 1. Економічне зростання та розвиток:

- Привабливість для інвесторів: створення сприятливих умов для залучення інвестицій у туристичну інфраструктуру та пов'язані галузі.
- Збільшення бюджетних надходжень: зростання податкових надходжень від туристичного бізнесу та пов'язаних сфер.
- Створення нових робочих місць: розвиток туристичної індустрії стимулює створення нових робочих місць у різних секторах економіки.

#### 2. Покращення іміджу міста:

- Позитивний імідж: формування позитивного іміджу міста як привабливого туристичного напрямку.
- Міжнародне визнання: просування міста на міжнародній арені та залучення іноземних туристів.
- Підвищення туристичної привабливості: створення унікального туристичного продукту та розвиток туристичної інфраструктури.

#### 3. Ефективне управління туризмом:

- Збільшення туристичних потоків: досягнення амбітних цілей щодо залучення туристів (наприклад, 500 тис. туристів до 2020 року).
- Точна статистика: отримання достовірної інформації про кількість туристів, їхні потреби та вподобання для ефективного управління туристичним потоком.
- Розвиток туристичної інфраструктури: створення та модернізація туристичних об'єктів, транспортної інфраструктури та інших необхідних елементів.

#### 4. Інші переваги:

- Підвищення якості життя: розвиток туризму сприяє покращенню якості життя мешканців міста.
- Зміцнення соціальних зв'язків: створення платформи для взаємодії різних груп населення та розвитку громадянського суспільства.
- Збереження культурної спадщини: розвиток культурного туризму сприяє збереженню та популяризації культурної спадщини міста.

Таким чином, розвиток туристичного кластеру дозволяє владі:

- a) Стимулювати економіку: залучати інвестиції, створювати робочі місця, збільшувати бюджетні надходження.
- b) Покращувати імідж міста: робити місто більш привабливим для туристів та інвесторів.
- c) Ефективно управляти туризмом: збирати статистику, розробляти стратегії розвитку, покращувати туристичну інфраструктуру.
- d) Підвищувати якість життя: сприяти розвитку міста та покращенню умов життя його мешканців.

Громада отримує від розвитку туристичного кластеру:

#### 1. Покращення якості життя:

- Сучасна інфраструктура: з'являться нові, комфортні та сучасні дороги, готелі, ресторани та інші об'єкти туристичної інфраструктури, якими зможуть користуватися всі мешканці міста.
- Естетичне середовище: місто стане більш охайним та привабливим завдяки благоустрою територій та центру міста.
- Нові можливості для відпочинку: з'являться нові місця для відпочинку та розваг як для місцевих жителів, так і для гостей міста.

#### 2. Економічний розвиток:

- Створення робочих місць: розвиток туристичної індустрії створить нові робочі місця в різних сферах, що сприятиме зниженню рівня безробіття.
- Збільшення доходів місцевого бюджету: зростання туристичних потоків призведе до збільшення податкових надходжень до місцевого бюджету,

що дозволить фінансувати соціальні проекти та покращувати життя громади.

- Підвищення рівня життя: розвиток туризму стимулює розвиток інших галузей економіки, що сприяє загальному підвищенню рівня життя населення.

### 3. Соціальний розвиток:

- Збереження культурної спадщини: розвиток туризму сприяє збереженню та популяризації культурної спадщини міста.
- Міжнародний обмін: залучення іноземних туристів сприяє культурному обміну та розширенню світогляду мешканців міста.
- Підвищення соціальної активності: розвиток туризму стимулює розвиток громадських організацій та залучення мешканців до участі в громадському житті.

Таким чином, розвиток туристичного кластеру дозволить громаді:

- а) Покращити місто: зробити його більш комфортним для життя та привабливим для туристів.
- б) Збільшити добробут: створити нові робочі місця, підвищити доходи та якість життя.
- в) Зберегти культурну спадщину: зберегти історію та традиції міста для майбутніх поколінь.

Війна в Україні суттєво вплинула на всі сфери життя, в тому числі і на розвиток туристичної індустрії. Загалом, створення туристичного кластеру в Білоцерківській громаді у 2024 році було практично неможливим через комплексні негативні наслідки війни. Однак, після завершення бойових дій, відновлення економіки та стабілізації ситуації, реалізація цього проекту може стати одним із пріоритетів для розвитку громади.

Для успішного створення туристичного кластеру в майбутньому необхідно:

Розробити детальну стратегію розвитку туризму. Визначити унікальні туристичні ресурси громади, розробити маркетингову стратегію, залучити інвестиції.

Створити сприятливі умови для бізнесу. Зменшити адміністративний тиск на підприємців, надати податкові пільги та інші стимули для розвитку туристичного бізнесу.

Забезпечити безпеку туристів. Розробити ефективну систему безпеки, яка гарантуватиме безпеку туристів під час відвідування громади.

Співпрацювати з іншими громадами та регіонами. Об'єднати зусилля з іншими регіонами для спільного просування туристичних продуктів.

Важливо розуміти, що відновлення туристичної індустрії в Україні буде тривалим процесом, який потребуватиме значних зусиль з боку держави, бізнесу та громадськості.

### **Висновки до розділу 3**

Програма та стратегія – це два взаємопов'язані поняття, які відіграють ключову роль у досягненні будь-якої мети, особливо в контексті соціально-економічного та туристичного розвитку. Обидва ці інструменти допомагають визначити напрямки руху, розподілити ресурси та оцінити результати.

Термін "програмування" в контексті соціально-економічного та туристичного розвитку означає процес створення детального плану дій, який визначає стратегію, цілі та кроки для покращення якості життя мешканців, стимулювання економічного зростання та розвитку туристичного потенціалу Білоцерківської громади.

На нашу думку, створення стратегії соціально-економічного розвитку регіону в умовах війни – це складне завдання, яке супроводжується низкою викликів. Війна є динамічним процесом, який постійно змінює умови і вимагає оперативного реагування. Це ускладнює прогнозування майбутнього

і довгострокове планування. Відсутність чіткого розуміння, коли закінчиться війна, ускладнює визначення довгострокових цілей та пріоритетів. Війна призводить до значного скорочення бюджетних видатків на соціальні програми та розвиток інфраструктури. Мобілізація, евакуація та міграція населення призводять до нестачі кваліфікованих кадрів. Умовами війни диктується необхідність перерозподілу ресурсів на оборону та безпеку. Велика частина ресурсів спрямовується на надання гуманітарної допомоги постраждалому населенню.

Моніторинг діючих стратегічних документів соціально-економічного та туристичного розвитку Білоцерківської громади показав, що станом на кінець 2024 року в громаді відсутня Стратегія розвитку, яка б відповідала сучасним викликам і проблемам. При цьому зазначено, що Стратегії різних рівнів (національний, регіональний, місцевий) повинні бути узгоджені між собою.

Діючим документом соціально-економічного розвитку досліджуваної території на 01.12.2024 р. є Програма соціально-економічного та культурного розвитку Білоцерківської міської територіальної громади на 2024-2026 роки. Враховуючи війну, Програма націлена на відновлення та розвиток громади. Вона передбачає підтримку бізнесу, покращення інфраструктури та забезпечення соціальних гарантій для населення.

У 2022–2023 роках у Білоцерківській міській територіальній громаді реалізовувалися : проєкт «Інноваційний розвиток малого та середнього підприємництва й креативної індустрії» в рамках програми EU4Business у співпраці з GIZ. Спецпроєкт IGotoWorld «Місто за вікенд. Біла Церква», Проєкт "Геній української архітектури Микола Даміловський та його шедевральный водогін у Білій Церкві. Мистецтво в інженерній споруді та його сучасна візуалізація". Аналіз інвестиційних проєктів, розміщених на сайті Управління економічного розвитку Білоцерківської міської ради, дав нам можливість узагальнити інформацію про подані до розгляду проєкти у сфері гостинності та туризму.

## РОЗДІЛ 4. ПРОЄКТУВАННЯ КРАФТОВО-ЯРМАРКОВОЇ ПІДСИСТЕМИ ТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРУ БІЛОЦЕРКІВСЬКОЇ ГРОМАДИ

### 4.1. Обґрунтування доцільності впровадження крафтово-ярмаркової підсистеми туристичного кластеру

Крафтово-ярмаркова підсистема є вигідним доповненням до туристичного кластеру, оскільки вона не лише сприяє розвитку місцевого виробництва та збереженню традицій, але й створює унікальну туристичну принаду.

Нами запропоновано впровадження крафтово-ярмаркової підсистеми (А) туристичного кластеру Білоцерківщини (рис. 4.1).

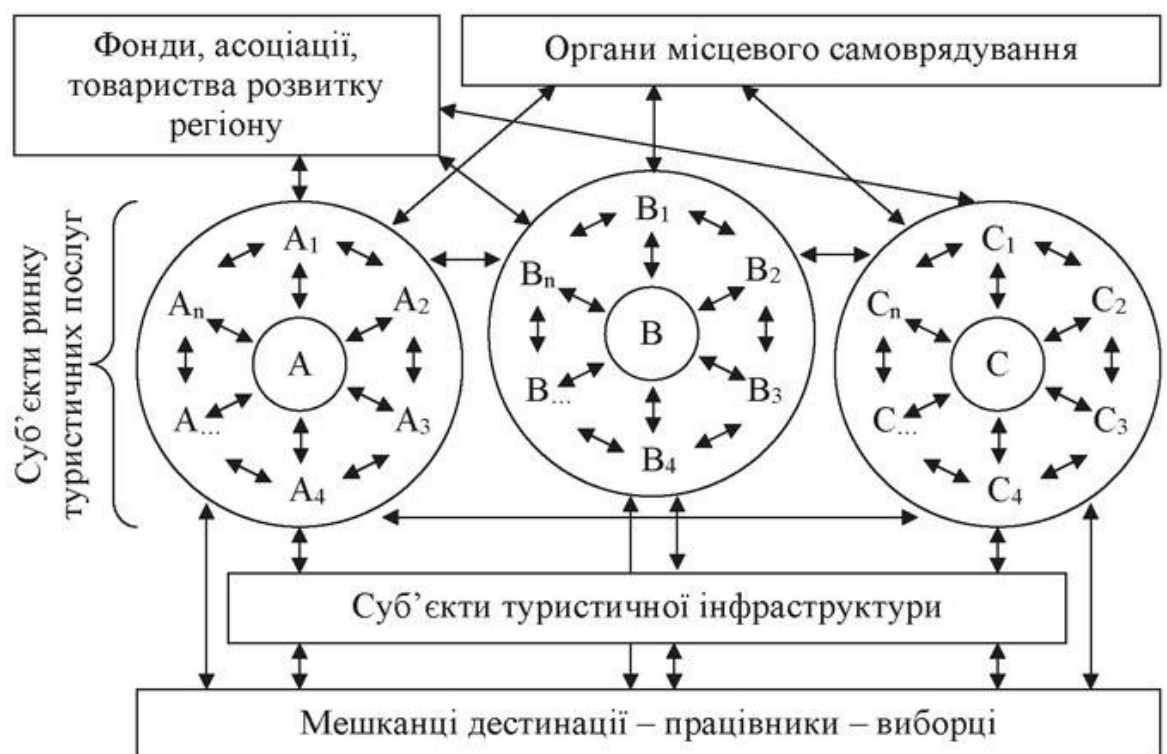


Рис. 4.1. Крафтово-ярмаркової підсистеми (А) туристичного кластеру  
Білоцерківщини

Джерело : [16]

Туристичний кластер - ширша структура, яка включає в себе не тільки ярмарки, але й інші туристичні об'єкти та послуги.

Суб'єктами є : ядро крафтово-ярмаркової підсистеми - це майстри, фермери, ремісники, які створюють унікальні продукти. Туристи - головні споживачі продукції та учасники ярмарків. Місцева влада забезпечує підтримку, інфраструктуру та сприяє розвитку проєкту. Партнери: готелі, ресторани, транспортні компанії, які можуть співпрацювати з ярмарками для створення пакетних туристичних пропозицій.

Важливими складовими є : торгівля, маркетинг та промоція (забезпечує інформування про ярмарки та залучення туристів), логістика - організація перевезень, зберігання товарів та облаштування ярмаркових майданчиків.

Взаємодія елементів полягає у наступному :

- Місцеві виробники надають свою продукцію для ярмарків.
- Туристичний кластер інтегрує ярмарки в загальну туристичну пропозицію.
- Місцева влада сприяє розвитку інфраструктури та надає дозволи.
- Маркетинг та промоція залучають туристів на ярмарки.
- Логістика забезпечує безперебійну роботу ярмарків.
- Партнери пропонують додаткові послуги для туристів.

Передумовами імплементації крафтово-ярмаркової системи у туристичну кластерну систему досліджуваної дестинації, на нашу думку, є :

А. Історичні передумови. Біла Церква, як одне з найдавніших міст України, має багаті традиції ярмаркової торгівлі. Протягом століть місто було важливим торговим центром, де збиралися купці з різних куточків країни та закордону.

Історично ярмарки у Білій Церкві проводилися на Торговій площі, де були розташовані торгові ряди. Ці споруди були не лише місцем торгівлі, а й архітектурною окрасою міста. На ярмарках можна було придбати все необхідне – від продуктів харчування до промислових товарів. Ярмарки

супроводжувалися різноманітними культурними заходами: концертами, театральними виставами, народними гуляннями.

Б) Наявність торгових площ. Місця проведення ярмарків можуть бути дуже різноманітними – від невеликих площ у центрі міста до великих виставкових комплексів.

Типові місця проведення ярмарків у м. Біла Церква :

1) Площі та вулиці. Історично склалося так, що ярмарки часто проводили на центральних площах міста. Це дозволяло зібрати велику кількість людей та забезпечувати зручний доступ до товарів.

2) Парки. Зелені зони міста також часто стають місцями проведення ярмарків, особливо в теплу пору року. Це дозволяє поєднати приємне проведення часу на природі з покупками.

3) Виставкові центри. Великі виставкові комплекси ідеально підходять для проведення масштабних ярмарків, які тривають кілька днів. Вони забезпечують комфортні умови для учасників та відвідувачів.

4) Історичні будівлі. Наприклад, Торгові ряди (БРУМ) у Білій Церкві – це не просто історична будівля, а справжнє серце міста, яке поєднує в собі багату історію, архітектурну красу та сучасну функціональність. Цей унікальний комплекс, зведений на початку XIX століття, приваблює туристів з усієї України своєю особливою атмосферою та різноманіттям.

Будівництво Торгових рядів розпочалося у травні 1801 року за ініціативою графа Ксаверія Браницького. Спочатку комплекс займав площу 5000 квадратних метрів і мав 85 крамниць, що робило його одним з найбільших торгових центрів того часу. Будівля привертає увагу туристів, адже виконана в стилі класицизму, характерному для того періоду. Її відрізняють чіткі лінії, симетричні фасади та елегантні арки. Прогулянка Торговими рядами – це подорож у минуле. Турист зможе відчувати дух того часу, коли будівля була центром торгівлі та життя міста.

Сьогодні Торгові ряди (БРУМ) – це не просто історична пам'ятка, а й сучасний багатофункціональний комплекс, який відіграє важливу роль у

житті міста. Він є популярним місцем зустрічей, ярмаркування та проведення дозвілля як для місцевих жителів, так і для туристів.

5) Базарні площі : це не просто місця для торгівлі, це пульсуючі центри міського життя, де переплітаються традиції, культура та економіка. Проведення ярмарків на таких площах – це не лише можливість придбати унікальні товари, а й справжнє свято для місцевої громади.

За даним Locator (<https://bc.locator.ua/bila-cerkva/bazary/>) у м. Біла Церква діють 10 Базарів (рис. 4.2).

б) Сільські локації: проведення тематичних ярмарків в селах з розвиненими ремеслами.

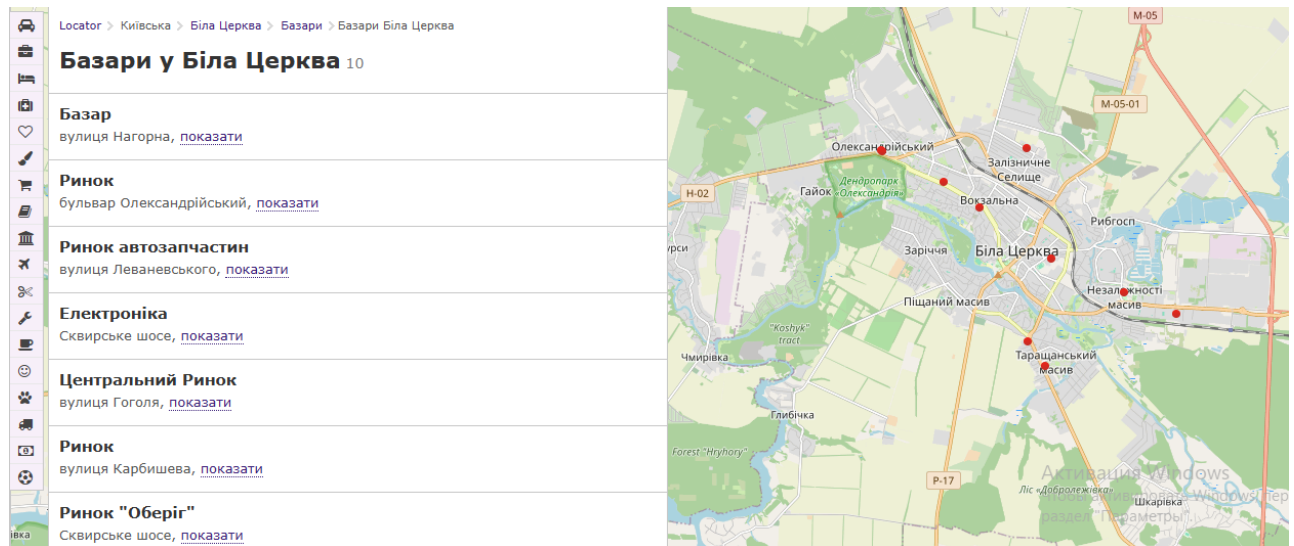


Рис. 4.2. Мапа базарів у м. Біла Церква

Джерело : <https://bc.locator.ua/bila-cerkva/bazary/>

В) Потенціал. Різновиди ярмарків у Білій Церкві можуть бути такі :

1. Продовольчі (гастрономічні) ярмарки: на таких ярмарках можна придбати свіжі овочі та фрукти, м'ясні та молочні продукти, мед, хлібобулочні вироби, а також різноманітні страви домашньої кухні.

2. Тематичні (крафтові) ярмарки: на цих ярмарках представлені роботи місцевих майстрів: кераміка, вишивка, гончарні вироби, ковані вироби, вироби з дерева тощо.

3. Різдвяні та великодні ярмарки: особливою популярністю користуються тематичні ярмарки, присвячені святам. На них можна придбати святкові прикраси, подарунки, а також скуштувати традиційні страви.

4. Благодійні ярмарки: це не просто місця для торгівлі, а й справжні оази доброти, де люди об'єднуються задля допомоги тим, хто її найбільше потребує. Це яскраві події, які поєднують в собі приємне проведення часу, смачну їжу, цікаві речі та можливість зробити добру справу.

5. Весняні ярмарки: представлення молодих продуктів, саджанців, квітів.

6. Книжкові ярмарки: великий вибір книг, зустрічі з авторами, літературні заходи.

Г) Потреби туристичного ринку :

- Попит на автентичність: туристи все частіше шукають унікальні досвіди та місцеві продукти.
- Інтерес до ремесел: багато туристів цікавляться процесом створення речей власноруч і готові відвідати майстер-класи.
- Бажання спробувати місцеву кухню: туристи готові спробувати традиційні страви та напої.

Д) Соціально-економічні :

- Розвинуте сільське господарство: великий вибір місцевих продуктів.
- Розвиток малого та середнього бізнесу: підтримка місцевих виробників.
- Збереження культурної спадщини: популяризація місцевих ремесел та традицій.
- Створення нових робочих місць: розвиток туристичної інфраструктури та супутніх послуг.

Роль ярмарків у сучасному житті міста.

1. Підтримка місцевих виробників. Ярмарки дають можливість місцевим виробникам представити свою продукцію широкому колу покупців.
2. Збереження традицій. Ярмарки сприяють збереженню традиційних ремесел та народних промислів.

3. Розвиток туризму. Ярмарки є однією з туристичних визначних пам'яток міста, залучаючи як місцевих жителів, так і туристів.
4. Соціальна інтеграція. Ярмарки є місцем зустрічі людей, сприяють зміцненню соціальних зв'язків.

Ключові аспекти впровадження :

1. Ідентифікація місцевих виробників. Необхідно провести дослідження та скласти детальний перелік місцевих виробників, які готові брати участь у ярмарках.
2. Створення платформи. Розробка концепції та формату ярмарків, визначення їхньої періодичності та тематики.

Рис. 4.3. Система подачі заяв на сайті Білоцерківської міськради на розміщення сезонної торгівлі/ участі у ярмарках [47]

3. Маркетинг та промоція. Розробка ефективної маркетингової стратегії для залучення як виробників, так і відвідувачів. Використання соціальних мереж, місцевих ЗМІ та друкованих матеріалів для інформування про ярмарки.
4. Співпраця з місцевою владою. Залучення місцевої влади до підтримки ініціативи, надання дозволів на проведення ярмарків та сприяння в організації інфраструктури.

5. Розвиток супутніх послуг. Створення додаткових туристичних продуктів та послуг, пов'язаних з ярмарками (екскурсії, майстер-класи, дегустації).

6. Включення ярмарок у туристичні маршрути: розміщення ярмарків на маршрутах руху туристів збільшить їх відвідуваність.

7. Облаштування інфраструктури: наявність парковок, туалетів, місць для відпочинку є важливою умовою для проведення ярмарків. Організація місць для торгових павільйонів, туалетів, місць для відпочинку та дитячих ігрових майданчиків.

8. Безпека та комфорт : укриття, збільшення кількості місць для паркування, установка освітлення.

9. Бізнес: співпраця з місцевими підприємствами (готелями, ресторанами) для створення пакетних пропозицій для туристів.

10. Громадські організації: залучення громадських організацій до проведення ярмарку та культурних заходів.

11. Моніторинг, оцінка та безперервне вдосконалення (рис. 4.4)

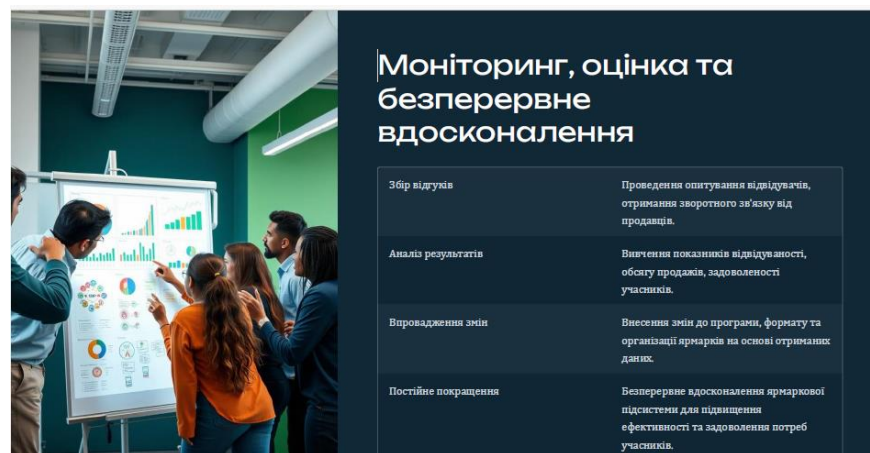


Рис. 4.4. Моніторинг, оцінка та безперервне вдосконалення крафтово-ярмаркової підсистеми туристичного кластера

Джерело : створено автором

Таким чином, ярмарки у Білій Церкві – це не просто місце для купівлі товарів, це частина культурного життя міста, яка об'єднує людей, зберігає традиції та сприяє розвитку місцевого виробництва.

## 4.2. Визначення економічного ефекту від впровадження крафтово-ярмаркової підсистеми туристичного кластеру

Розуміння економічного ефекту від впровадження крафтово-ярмаркової підсистеми є ключовим для обґрунтування та успішної реалізації такого проекту.

Оцінка економічного ефекту може включати такі аспекти (рис. 4.5).



Рис. 4.5. Визначення економічного ефекту від впровадження крафтово-ярмаркової підсистеми туристичного кластеру

Джерло : розроблено автором

*Оцінка впливу проекту (ОВС)* – це системний процес, який дозволяє оцінити потенційні позитивні та негативні наслідки впровадження нового проекту. У випадку з крафтово-ярмарковою підсистемою, ОВС допоможе визначити, як цей проект вплине на економіку, соціальну сферу, довкілля та культуру регіону (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

**Оцінка впливу проекту крафтово-ярмаркової підсистеми  
туристичного кластеру Білоцерківщини**

<b>Позитивні впливи</b>	<b>Негативні впливи</b>
Зростання доходів місцевого населення	Збільшення транспортного навантаження
Розвиток туризму	Порушення громадського порядку
Збереження культурної спадщини	Збільшення кількості відходів
Створення нових робочих місць	Конфлікт інтересів між різними групами населення
Популяризація регіону	Збільшення цін на житло та продукти харчування

Джерело : створено автором

Здійснимо орієнтовний *кошторисний розрахунок* для крафтово-ярмаркової підсистеми (табл. 4.2). Кошторисний розрахунок дозволяє визначити приблизні витрати на впровадження та підтримку крафтово-ярмаркової підсистеми. Цей розрахунок є важливим етапом при плануванні бюджету проекту.

Наведені нижче цифри є орієнтовними та можуть значно варіюватися залежно від масштабу проекту, кількості ярмарків тощо.

Таблиця 4.2

**Кошторисний розрахунок для крафтово-ярмаркової підсистеми**

<b>№ з/п</b>	<b>Основні статті витрат</b>	<b>Вартість, тис. грн</b>
1	Організаційні витрати	20000
2	Інфраструктурні витрати	30000
3	Маркетингові витрати	25000
4	Персонал	15000
5	Непередбачені витрати	7500
6	Загальна сума	97500

Джерело : розраховано автором

Орієнтовні витрати наступні.

Організаційні витрати:

- Реєстрація події, отримання дозволів: 5-10 тис. грн.
- Розробка концепції та брендингу: 10-20 тис. грн.
- Розробка маркетингової стратегії: 15-25 тис. грн.
- Створення веб-сайту або сторінки в соцмережах: 10-20 тис. грн.

Інфраструктурні витрати:

- Оренда або облаштування майданчика: залежить від розміру та розташування (від 5 тис. грн. за один ярмарок)
- Оренда наметів, меблів, обладнання: 10-20 тис. грн. за один ярмарок
- Підключення електроенергії, води: залежить від потреб (від 5 тис. грн. за один ярмарок)
- Санітарні зони: 2-5 тис. грн. за один ярмарок

Маркетингові витрати:

- Реклама в місцевих ЗМІ, соцмережах: 10-20 тис. грн. за один ярмарок
- Роздрукування рекламних матеріалів (афіші, листівки): 5-10 тис. грн. за один ярмарок
- Створення промо-роликів: 10-20 тис. грн.

Персонал:

- Оплата праці організаторів, волонтерів: залежить від кількості та ставки (від 10 тис. грн. за один ярмарок)
- Непередбачені витрати: 10-15% від загальної суми витрат. Посилення іміджу регіону. Створення позитивного іміджу Білоцерківщини як регіону з розвиненим ремеслом та унікальною культурою.

Фактори, що впливають на вартість:

1. Розмір ярмарку - чим більше учасників і відвідувачів, тим більше витрат.

2. Частота проведення - регулярні ярмарки можуть мати нижчі витрати на організацію.

3. Локація - оренда приміщень у центрі міста буде коштувати дорожче, ніж на околиці.

4. Додаткові сервіси - майстер-класи, фуд-корти, дитячі розваги збільшують витрати.

Розрахуємо орієнтовну економічну ефективність (табл. 4.3).

Таблиця 4.3

### Розрахунок економічної ефективності крафтового ярмарку

Показник	Одиниця виміру	Значення
Дохід від продажу товарів	грн	(оціночно) 150 000
Дохід від харчування та напоїв	грн	(оціночно) 50 000
Додаткові доходи	грн	(оціночно) 20 000
Загальний дохід	грн	220000
Чистий прибуток	грн	220 000 - 97 500 = 122 500

Джерело : розраховано автором

Також варто враховувати потенційні джерела фінансування:

- Спонсорство. Залучення коштів від місцевих підприємств, організацій.
- Гранти. Отримання грантів від державних або міжнародних фондів.
- Платежі учасників. Встановлення плати за участь для виробників.
- Продаж квитків. Якщо ярмарок передбачає платний вхід.

Ефективність крафтово-ярмаркової підсистеми для туризму можна оцінити за допомогою таких показників:

1. Економічні:

1.1. Збільшення туристичних потоків

1.2. Середні витрати туриста на ярмарку

1.3. Додаткові доходи місцевого бюджету (податки, збори)

1.4. Збільшення доходів місцевих виробників

2. Соціальні:

2.1. Збільшення зайнятості в туристичній сфері

2.2. Покращення іміджу регіону

### 2.3. Збереження культурної спадщини

#### 4. Екологічні:

##### 4.1. Вплив на довкілля (відходи, транспортні затори).

Методи розрахунку.

##### 1. Аналіз статистичних даних:

- 1) Порівняння кількості туристів до і після проведення ярмарків.
- 2) Аналіз динаміки середніх витрат туриста.
- 3) Вивчення змін у структурі туристичних потоків (місцеві жителі, іноземні туристи).

##### 2. Опитування учасників:

- 1) Збір інформації про мотивацію туристів відвідати ярмарок.
- 2) Оцінка рівня задоволеності туристів.
- 3) З'ясування планів щодо повторного відвідування регіону.

##### 3. Економетричні моделі:

- 1) Будування моделей для прогнозування впливу ярмарків на економіку регіону.
- 2) Оцінка еластичності попиту на туристичні послуги відносно проведення ярмарків.

Припустимо, що після проведення ярмарку кількість туристів збільшилася на 10%, а середні витрати туриста зросли на 5%. Якщо до проведення ярмарку середньорічна кількість туристів становила 100 000 осіб, а середні витрати одного туриста – 500 грн, то додатковий дохід від туризму складе:

Збільшення кількості туристів:  $100\ 000 * 10\% = 10\ 000$  осіб

Збільшення середніх витрат:  $500\ \text{грн} * 5\% = 25$  грн

Додатковий дохід:  $10\ 000\ \text{осіб} * 25\ \text{грн/особа} = 250\ 000$  грн

Цей розрахунок є спрощеним і не враховує всі можливі фактори. Для більш точної оцінки ефективності необхідно провести більш детальний аналіз.

Таким чином, створення крафтово-ярмаркової підсистеми є вигідним та перспективним напрямком розвитку туристичного кластеру Білоцерківської громади.

#### **Висновки до розділу 4**

Крафтово-ярмаркова підсистема є вигідним доповненням до туристичного кластеру, оскільки вона не лише сприяє розвитку місцевого виробництва та збереженню традицій, але й створює унікальну туристичну принаду.

Нами запропоновано впровадження крафтово-ярмаркової підсистеми (А) туристичного кластеру Білоцерківщини. Суб'єктами є : ядро крафтово-ярмаркової підсистеми - це майстри, фермери, ремісники, які створюють унікальні продукти. Туристи - головні споживачі продукції та учасники ярмарків. Місцева влада забезпечує підтримку, інфраструктуру та сприяє розвитку проєкту. Партнери: готелі, ресторани, транспортні компанії, які можуть співпрацювати з ярмарками для створення пакетних туристичних пропозицій. Важливими складовими є : торгівля, маркетинг та промоція (забезпечує інформування про ярмарки та залучення туристів), логістика - організація перевезень, зберігання товарів та облаштування ярмаркових майданчиків.

Передумовами імплементації крафтово-ярмаркової системи у туристичну кластерну систему досліджуваної дестинації, на нашу думку, є : історичні, наявність торгових площ, ярмарковий потенціал, потреби туристичного ринку, соціально-економічні фактори.

Нами запропоновані ключові аспекти впровадження: ідентифікація місцевих виробників; створення платформи; маркетинг та промоція; співпраця з місцевою владою; розвиток супутніх послуг; включення ярмарок у туристичні маршрути; облаштування інфраструктури; безпека та комфорт;

співпраця з місцевими підприємствами; залучення громадських організацій; моніторинг, оцінка та безперервне вдосконалення.

Здійснена оцінка впливу проєкту крафтово-ярмаркової підсистеми туристичного кластеру Білоцерківщини, орієнтовний кошторисний розрахунок для крафтово-ярмаркової підсистеми та орієнтовну економічну ефективність, ефективність крафтово-ярмаркової підсистеми для туризму.

Зроблено висновок, що створення крафтово-ярмаркової підсистеми є вигідним та перспективним напрямком розвитку туристичного кластеру Білоцерківської громади.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В результаті дослідження з'ясовано, що кластеризація є одним із ключових підходів до стимулювання економічного розвитку регіонів. Одним із основних інструментів такого підходу є кластер. Кластер – це об'єднання взаємопов'язаних компаній, організацій, установ у певному географічному регіоні, які спільно працюють над розвитком певної галузі або продукту.

Виявлено, що важливість кластера полягає у наступному : підвищення конкурентоспроможності, створення нових робочих місць, підвищення рівня життя. Основними ознаками кластеру є : людський капітал; організаційна ефективність; інноваційний розвиток; синергія.

Виникнення кластера – це складний процес. Кластеризація – це процес об'єднання взаємопов'язаних компаній, постачальників, сервісних підприємств, наукових установ та інших організацій у певному географічному регіоні для спільного досягнення стратегічних цілей. Процес формування кластера є тривалим і вимагає активної участі всіх зацікавлених сторін. Учасники кластеризації – це різноманітні суб'єкти господарювання, наукові установи, освітні заклади та інші організації, які об'єднуються для досягнення спільних цілей у межах певного географічного регіону. Вони є рушійною силою інноваційного розвитку та підвищення конкурентоспроможності.

Кластери в туристичному секторі - це об'єднання підприємств і організацій, які спільно працюють над розвитком регіону, підвищенням якості туристичних послуг та залученням більшої кількості туристів. Кластерна модель сприяє ефективній співпраці між підприємствами, органами місцевого самоврядування та іншими зацікавленими сторонами, що дозволяє розвивати туристичні локації та підвищувати якість туристичних послуг.

Створення та розвиток кластерів – це комплексний процес, який вимагає застосування різноманітних методів і підходів. Від ефективності їх

застосування залежить успіх кластера та його здатність досягати поставлених цілей. Аналіз існуючих методик дозволяє зробити висновок про те, що успіх кластера залежить від чіткого розуміння потреб учасників, наявності ефективних інструментів комунікації та співпраці, а також від здатності адаптуватися до змін зовнішнього середовища.

Агротуристичний кластер – це об'єднання різних суб'єктів господарювання (фермерів, виробників продуктів харчування, готелів, туроператорів тощо), органів місцевого самоврядування та інших зацікавлених сторін з метою розвитку сільського туризму в конкретному регіоні. Незважаючи на значну перевагу кластерної економіки, її розвиток в Україні зіштовхується з низкою проблем. Слабка інтеграція між учасниками ринку та недовіра до ініціатив фермерів є основними перешкодами на шляху до створення ефективних агротуристичних кластерів. Війна в Україні стала серйозним випробуванням для економіки країни. Процес кластеризації зазнав значних змін, але незважаючи на всі труднощі, він має потенціал для відновлення та розвитку. Незважаючи на всі труднощі, війна відкриває нові можливості для розвитку кластеризації в Україні : реконструкція та модернізація, розвиток нових галузей, інтеграція в глобальні ланцюги поставок, залучення міжнародної допомоги.

Білоцерківська громада, утворена у 2020 році, шляхом об'єднання Білоцерківської міської ради обласного значення, Терезинської селищної ради, Вільнотарасівської, Глушківської, Дроздівської, Пилипчанської, Піщанської, Сидорівської, Томилівської, Храпачівської, Шкарівської сільських рад Білоцерківського району Київської області.

Серед усіх секторів економіки, пов'язаних з обміном товарів, найбільш важливим є роздрібна торгівля. Саме вона формує конкуренцію на ринку і безпосередньо впливає на те, що і за якою ціною купують споживачі.

Промисловий комплекс Білоцерківської громади є різноманітним та охоплює широкий спектр галузей, включаючи фармацевтику, харчову промисловість, виробництво гумових та хімічних виробів, ювелірних

прикрас, меблів та машин. На території громади діють два великі приватні індустріальні парки – "Біла Церква 1" та "Біла Церква 2". Проект "Пачворк: Біла Церква" є яскравим прикладом того, як можна перетворити промислові руїни на сучасний виробничий кластер. Кількість бізнесів у Білоцерківській громаді продовжує зростати. Війна негативно вплинула на малий і середній бізнес у громаді у 2022 році. Однак з початку 2023 року спостерігається стійке відновлення, про що свідчить зростання кількості зареєстрованих підприємств та збільшення надходжень від єдиного податку на 27,9%.

В сільському господарстві представлені як великі підприємства, так і дрібні фермерські господарства. Фермерські господарства становлять 13% від загальної кількості підприємств, зайнятих у сільському господарстві в регіоні. Аналіз наданої інформації про розвиток сільського господарства в Білоцерківській громаді вказує на значний потенціал для створення агротуристичного кластеру. Даний кластер міг би об'єднати різноманітних учасників ринку та створити унікальний туристичний продукт, заснований на сільськогосподарських традиціях регіону.

Проведене дослідження показало, що в громаді є потенціал для створення кластерів, які об'єднують місцеві компанії та сприятимуть розвитку економіки.

Білоцерківська громада має значний потенціал для розвитку туризму завдяки своєму унікальному географічному розташуванню, багатій історії та культурній спадщині. Однак, для успішного розвитку туристичної галузі необхідно провести детальну оцінку ресурсної забезпеченості громади. Для того, щоб зробити культурну спадщину доступною для широкого кола відвідувачів, у Білоцерківській громаді активно розвивається туристична інфраструктура.

В умовах воєнного часу усвідомлення загроз набуває особливого значення. Ігнорування зовнішніх загроз може призвести до значних втрат і ускладнити відновлення туристичної галузі після завершення військових дій.

Проведені дослідження дозволили нам узагальнити інформацію та провести SWOT-аналіз Білоцерківської туристичної дестинації станом на кінець 2024 року. Варто зазначити, що мінлива і малопередбачувана військова ситуація в країні вносить значну похибку у прогностичні дані аналізу. Незважаючи на це, проведений SWOT-аналіз дозволяє виявити як значні виклики, так і нові можливості для розвитку туристичного потенціалу громади.

Програма та стратегія – це два взаємопов'язані поняття, які відіграють ключову роль у досягненні будь-якої мети, особливо в контексті соціально-економічного та туристичного розвитку. Обидва ці інструменти допомагають визначити напрямки руху, розподілити ресурси та оцінити результати.

Термін "програмування" в контексті соціально-економічного та туристичного розвитку означає процес створення детального плану дій, який визначає стратегію, цілі та кроки для покращення якості життя мешканців, стимулювання економічного зростання та розвитку туристичного потенціалу Білоцерківської громади.

На нашу думку, створення стратегії соціально-економічного розвитку регіону в умовах війни – це складне завдання, яке супроводжується низкою викликів. Війна є динамічним процесом, який постійно змінює умови і вимагає оперативного реагування. Це ускладнює прогнозування майбутнього і довгострокове планування. Відсутність чіткого розуміння, коли закінчиться війна, ускладнює визначення довгострокових цілей та пріоритетів. Війна призводить до значного скорочення бюджетних видатків на соціальні програми та розвиток інфраструктури. Мобілізація, евакуація та міграція населення призводять до нестачі кваліфікованих кадрів. Умовами війни диктується необхідність перерозподілу ресурсів на оборону та безпеку. Велика частина ресурсів спрямовується на надання гуманітарної допомоги постраждалому населенню.

Моніторинг діючих стратегічних документів соціально-економічного та туристичного розвитку Білоцерківської громади показав, що станом на

кінець 2024 року в громаді відсутня Стратегія розвитку, яка б відповідала сучасним викликам і проблемам. При цьому зазначено, що Стратегії різних рівнів (національний, регіональний, місцевий) повинні бути узгоджені між собою.

Діючим документом соціально-економічного розвитку досліджуваної території на 01.12.2024 р. є Програма соціально-економічного та культурного розвитку Білоцерківської міської територіальної громади на 2024-2026 роки. Враховуючи війну, Програма націлена на відновлення та розвиток громади. Вона передбачає підтримку бізнесу, покращення інфраструктури та забезпечення соціальних гарантій для населення.

У 2022–2023 роках у Білоцерківській міській територіальній громаді реалізовувалися : проєкт «Інноваційний розвиток малого та середнього підприємництва й креативної індустрії» в рамках програми EU4Business у співпраці з GIZ. Спецпроєкт IGotoWorld «Місто за вікенд. Біла Церква», Проєкт "Геній української архітектури Микола Даміловський та його шедевральный водогін у Білій Церкві. Мистецтво в інженерній споруді та його сучасна візуалізація".

Аналіз інвестиційних проєктів, розміщених на сайті Управління економічного розвитку Білоцерківської міської ради, дав нам можливість узагальнити інформацію про подані до розгляду проєкти у сфері гостинності та туризму.

Аналіз планувальної та проєктної роботи в Білоцерківській міській територіальній громаді засвідчив, що немає системності та узгодженості між окремими ініціативами.

Вважаємо, що впровадження кластерного підходу в Білоцерківській громаді дозволить вирішити існуючі проблеми в плануванні та проєктній роботі, створити сприятливі умови для розвитку економіки та підвищити якість життя населення.

Крафтово-ярмаркова підсистема є вигідним доповненням до туристичного кластеру, оскільки вона не лише сприяє розвитку місцевого

виробництва та збереженню традицій, але й створює унікальну туристичну принаду.

Нами запропоновано впровадження крафтово-ярмаркової підсистеми (А) туристичного кластеру Білоцерківщини. Суб'єктами є : ядро крафтово-ярмаркової підсистеми - це майстри, фермери, ремісники, які створюють унікальні продукти. Туристи - головні споживачі продукції та учасники ярмарків. Місцева влада забезпечує підтримку, інфраструктуру та сприяє розвитку проєкту. Партнери: готелі, ресторани, транспортні компанії, які можуть співпрацювати з ярмарками для створення пакетних туристичних пропозицій. Важливими складовими є : торгівля, маркетинг та промоція (забезпечує інформування про ярмарки та залучення туристів), логістика - організація перевезень, зберігання товарів та облаштування ярмаркових майданчиків.

Передумовами імплементації крафтово-ярмаркової системи у туристичну кластерну систему досліджуваної дестинації, на нашу думку, є : історичні, наявність торгових площ, ярмарковий потенціал, потреби туристичного ринку, соціально-економічні фактори.

Нами запропоновані ключові аспекти впровадження: ідентифікація місцевих виробників; створення платформи; маркетинг та промоція; співпраця з місцевою владою; розвиток супутніх послуг; включення ярмарок у туристичні маршрути; облаштування інфраструктури; безпека та комфорт; співпраця з місцевими підприємствами; залучення громадських організацій; моніторинг, оцінка та безперервне вдосконалення.

Здійснена оцінка впливу проєкту крафтово-ярмаркової підсистеми туристичного кластеру Білоцерківщини, орієнтовний кошторисний розрахунок для крафтово-ярмаркової підсистеми та орієнтовну економічну ефективність, ефективність крафтово-ярмаркової підсистеми для туризму.

Зроблено висновок, що створення крафтово-ярмаркової підсистеми є вигідним та перспективним напрямком розвитку туристичного кластеру Білоцерківської громади.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1995. № 31. Ст. 241. Із змінами, внесеними згідно із Законом № 222-VIII (222-19) від 02.03.2015 р. Відомості Верховної Ради України. 2015. № 23. Ст. 158. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1282-15>
2. Про охорону культурної спадщини : закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14>
3. Про затвердження Списку історичних населених місць України : Постанова Кабінету Міністрів України від 26 липня 2001 року №878. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/878-2001-%D0%BF#Text>
4. Про внесення змін до Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки : Постанова КМ України від 13 серпня 2024 р. No 940. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/940-2024-%D0%BF#Text>
5. Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/regionalna-politika/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/derzhavna-strategiya-regionalnogo-rozvitku-na-2021-2027-roki-ta-plan-zahodiv-z-yiyi-realizaciyi>
6. Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., Шамара І.М. Створення агротуристичного кластера як основа інноваційного відновлення Харківщини в повоєнний період. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2022. Випуск/Issue 16. С. 52-63.
7. Голод А. П., Іжевська О. П., Коркуна О. І. Кластерна модель розвитку індустрії гостинності регіону. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Випуск 4 (21). URL: [http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/21\\_2019/60.pdf](http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/21_2019/60.pdf)

8. Гоменюк М. О. Кластер як інноваційна форма територіального розвитку. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*, 2019. Серія Економіка. Випуск 1(11). С. 74-80.
9. Давиденко І. В., Михайлюк О. Л. Концептуальні підходи до організації та діяльності туристичних кластерів : монографія. Київ : ФОП Гуляєва В.М., 2020. 497 с.
10. Дидів І. Б. Підприємницькі засади розвитку агротуризму. *Вісник Львівського національного аграрного університету: економіка АПК*. Львів: Львівський національний аграрний університет, 2019. №26. URL: [http://www.lnau.edu.ua/lnau/attachments/7553\\_dis.pdf](http://www.lnau.edu.ua/lnau/attachments/7553_dis.pdf)
11. Дидів І. Б. Динаміка розвитку сільського туризму та агротуризму на ринку туристичних послуг. *Вісник Львівського національного університету природокористування: економіка АПК*. 2022. № 29. С. 110-116.
12. Коваленко Н.О. SWOT-аналіз потенціалу післявоєнного розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Економіка та суспільство*. Вип. № 60. 2024. URL: [https://www.researchgate.net/publication/379321040\\_SWOT-ANALIZ\\_POTENCIALU\\_PISLAVOENNOGO\\_ROZVITKU\\_TURISTICNOGO\\_TA\\_GOTELNO-RESTORANNOGO\\_BIZNESU\\_V\\_UKRAINI](https://www.researchgate.net/publication/379321040_SWOT-ANALIZ_POTENCIALU_PISLAVOENNOGO_ROZVITKU_TURISTICNOGO_TA_GOTELNO-RESTORANNOGO_BIZNESU_V_UKRAINI)
13. Кернасюк Ю. В. Кластери як інноваційна організаційно-економічна форма ефективного аграрного виробництва в системі сталого розвитку. *Економіка АПК*. 2020. № 9. С. 86.
14. Кластеризація туристичної галузі – вагомий важіль у культурно-освітньому та економічному розвитку Київщини : матеріали обл. наук.-практ. конф., м. Біла Церква, 10 жовт. 2018 р. : наук.-метод. вид. Біла Церква, КНЗ КОР «КОПОПК», 2020. Вип. 1. 316 с.
15. Липчук В. В., Дидів І. Б., Крупа О. М. Інноваційні напрями в агротуристичній діяльності. *Причорноморські економічні студії*. 2021. Вип. 71. С. 139–144.

16. Миронов Ю.Б. Кластерна модель розвитку туристичної дестинації. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. №8. С.20-28.
17. Модель зрілості кластерів – роль метчмейкінгу та як його включити. *INDUSTRY4UKRAINE*. URL: <https://www.industry4ukraine.net/publications/model-zrilosti-klasteriv/>
18. Носенко Ю., Нечипоренко О., Синельник Л. Інноваційні агрокластери як форма інтеграції наукової та освітньої діяльності та бізнесу. *Економіка АПК*. 2020. № 5. С. 77–86.
19. План відновлення та розвитку Білоцерківської міської територіальної громади до 2027 року. *Проект рішення. Виконавчий комітет. Білоцерківська міська рада Київської області від 07 травня 2024 року*. URL: [https://new.bc-rada.gov.ua/miska\\_rada/vykonavchyi\\_komitet\\_miskoi\\_rady/proiektu\\_aktiv\\_vykonavchoho\\_komitetu/poriadok\\_dennyi\\_zasidannia\\_vykonavchoho\\_komitetu\\_22\\_liutoho\\_2022\\_roku/151480.pdf](https://new.bc-rada.gov.ua/miska_rada/vykonavchyi_komitet_miskoi_rady/proiektu_aktiv_vykonavchoho_komitetu/poriadok_dennyi_zasidannia_vykonavchoho_komitetu_22_liutoho_2022_roku/151480.pdf)
20. Програма залучення інвестицій, поліпшення інвестиційного клімату та розвитку міжнародного співробітництва в Білоцерківській міській територіальній громаді на 2024-2026 роки. URL: [https://new.bc-rada.gov.ua/miska\\_rada/normatyvni\\_akty/1375\\_02-11\\_pro\\_zatverdzhennia\\_prohramy\\_zaluchennia\\_investytsii\\_polipshennia\\_investytsiinoho\\_klimatu\\_ta\\_rozvytku\\_mizhnarodnoho\\_spivrobitnytstva\\_v\\_bil\\_otserkivskii\\_miskii\\_terytorialnii\\_hromadi\\_na\\_2024-2026\\_roky/137060.pdf](https://new.bc-rada.gov.ua/miska_rada/normatyvni_akty/1375_02-11_pro_zatverdzhennia_prohramy_zaluchennia_investytsii_polipshennia_investytsiinoho_klimatu_ta_rozvytku_mizhnarodnoho_spivrobitnytstva_v_bil_otserkivskii_miskii_terytorialnii_hromadi_na_2024-2026_roky/137060.pdf)
21. Погуда Н.В. Особливості формування стратегії м. Біла Церква. *Ефективна економіка*. № 12, 2017. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5956>
22. Проект національної програми кластерного розвитку до 2027. *INDUSTRY4UKRAINE*: веб-сайт. URL: <https://www.industry4ukraine.net/publications/proyekt-naczionalnoyi-programy-klasterного-rozvytku-do-2027/>

23. Стратегічна Дорожня карта «Відновлення малого та середнього бізнесу у секторі туризму та гостинності в 2023–2033 роках». ГС «НТОУ» (ЄДРПОУ 42964010), 2024. 61 с.
24. Ammirato, S., Felicetti, A.M., Raso, C., Pansera, B.A., & Violi, A. Agritourism and sustainability: What we can learn from a systematic literature review. *Sustainability*. 2020. 12(22), Article 9575.
25. Arru B., Furesi R., Madau F. A., Pulina P. Recreational services provision and farm diversification: A technical efficiency analysis on Italian agritourism. *Agriculture*. 2019. 9(2), 42.
26. European Observatory for Clusters and Industrial Change. Cluster programmes in Europe and beyond. Publications Office of the European Union. 2019. URL: <https://clustercollaboration.eu/news/report-cluster-programmes-europe-and-beyond>
27. The Cluster That Forms Code of The Nation. URL: <https://www.arr.ks.ua/en/projects/the-cluster-that-forms-code-of-the-nation/>
28. Roman M., Roman, M., Prus P. Innovations in Agritourism: Evidence from a Region in Poland. *Sustainability*. 2020. № 12. 4858.
29. Wulandari S., Sutrisno J., Yusuf E. S., Komalawati K. Developing industry clusters based on 4As to support agritourism competitiveness. IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science. 2024. URL: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/1364/1/012033>
30. Vukotić S., Mirčetić V. Clustering in agriculture and tourism as a potential for development of rural tourism. *Tourism in function of function of development of the Republic of Serbia. Tourism and Rural Development*. TISC 2020. Thematic proceedings II. P. 470-487.
31. Програма соціально-економічного та культурного розвитку Білоцерківської міської територіальної громади на 2024-2026 роки. Додаток до рішення міської ради від «19 » грудня 2023 року № 4990-48-VIII. URL:

- [https://dostup.org.ua/request/121792/response/393587/attach/3/15.12..pdf?cookie\\_passthrough=1](https://dostup.org.ua/request/121792/response/393587/attach/3/15.12..pdf?cookie_passthrough=1)
32. Дайджест аналітичного центру Industry4Ukraine: Проект Національної програми розвитку кластерів до 2027 року. URL: <https://www.industry4ukraine.net/publications/proyekt-naczionalnoyi-programy-klasterного-rozvytku-do-2027/>
33. Інформаційно-аналітичний портал агропромислового комплексу України: Розвиток агрокластерів в Україні – дієвий інструмент реалізації спільних проектів з іноземними партнерами. URL: <https://agro.me.gov.ua/ua/news/rozvitok-agroklasteriv-v-ukraini-efektivniyinstrument-dlya-spilnikh-proektiv-z-inozemnimi-partnerami>
34. Український кластерний альянс. URL: <https://www.clusters.org.ua/>
35. Національна асоціація кластерів (NCA) в Чеській Республіці. URL: <https://nca.cz/>
36. Проект Eurocluster EU Rural Tourism – ERT. URL: <https://www.euroclusterruraltourism.eu/>
37. Міжнародний агротуристичний кластер «Дністер 1362». URL: <https://www.dniester1362.com/about-cluster/>
38. Агротуристичний кластер «ГорбоГори». URL: [https://www.horbohory.com.ua/?page\\_id=1439](https://www.horbohory.com.ua/?page_id=1439)
39. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: [ukrstat.gov.ua](http://ukrstat.gov.ua)
40. Сайт Індустріальний парк "Пачворк: Біла Церква". URL: <https://www.patchwork.ua/location/patchwork-bila-tserkva-industrial-park/>
41. Сайт Індустріальний парк "Біла Церква 1". URL: <https://ip-bt.com/>
42. Сайт Туристично-інформаційний центр Білої Церкви. URL: <https://www.bila-tserkva.org.ua/tic>
43. Сайт Туристичний портал Білої Церкви. URL: <https://opencity.com.ua/>
44. Спецпроект IGotoWorld «Місто за вікенд. Біла Церква». URL: <https://ua.igotoworld.com/projects/tic/bilatserkva/>

45. Сайт Управління економічного розвитку Білоцерківської міської ради.  
URL: <https://economy.bc-rada.gov.ua/>
46. Управління культури і туризму Білоцерківської міської ради. URL:  
[https://www.facebook.com/bcvkt/?locale=uk\\_UA](https://www.facebook.com/bcvkt/?locale=uk_UA)
47. Проєкт "Геній української архітектури Микола Даміловський та його шедевральний водогін у Білій Церкві. Мистецтво в інженерній споруді та його сучасна візуалізація". URL: <https://damilovskyi.info/>
48. Сайт Українського культурного фонду (УКУ). URL: <https://ucf.in.ua/>
49. Сайт Державного агенства з розвитку туризму України (ДАРТ). URL:  
<https://www.tourism.gov.ua/>

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Структура діяльності сільськогосподарського комплексу громади

Назва розділу	К-сть	КВЕД	Назва КВЕД	К-сть всього	з них юр осіб	з них ФОП
Сільське господарство, мисливство та надання пов'язаних із ними послуг	321	01.11	Вирощування зернових культур (крім рису), бобових культур і насіння олійних культур	154	129	25
		01.13	Вирощування овочів і баштанних культур, коренеплодів і бульбоплодів	9	6	3
		01.19	Вирощування інших однорічних і дворічних культур	7	5	2
		01.25	Вирощування ягід, горіхів та інших фруктів	4	3	1
		01.29	Вирощування інших багаторічних культур	2	1	1
		01.30	Відтворення рослин	7	3	4
		01.41	Розведення великої рогатої худоби молочних порід	6	5	1
		01.42	Розведення іншої великої рогатої худоби та буйволів	1	1	0
		01.43	Розведення коней та інших тварин родини конячих	2	2	0
		01.46	Розведення свиней	17	3	14
		01.47	Розведення свійської птиці	2	2	0
		01.49	Розведення інших тварин	12	1	11
		01.50	Змішане сільське господарство	27	19	8
		01.61	Допоміжна діяльність у рослинництві	52	9	43
		01.62	Допоміжна діяльність у тваринництві	9	0	9
		01.63	Післяурожайна діяльність	6	5	1
01.64	Оброблення насіння для відтворення	4	0	4		
Лісове господарство та лісозаготівлі	22	02.10	Лісівництво та інша діяльність у лісовому господарстві	6	6	0
		02.20	Лісозаготівлі	12	2	10
		02.40	Надання допоміжних послуг у лісовому господарстві	4	2	2
Рибне господарство	36	03.12	Прісноводне рибальство	18	8	10
		03.21	Морське рибництво (аквакультура)	2	2	0
		03.22	Прісноводне рибництво (аквакультура)	16	10	6
	379			379	224	155

Джерело : []

За результатами січня-вересня 2023 року найбільшими платниками податків до бюджету Білоцерківської Громади були підприємства, наведені в Таблиці 4.

Таблиця 4. Найбільші підприємства - платники податків до бюджету Білоцерківської Громади

№ з/п	Назва підприємства	КВЕД	Основний вид діяльності
1	ТОВ «РОСАВА ТАЙЕРС»	22.11	Виробництво гумових шин, покришок і камер; відновлення протектора гумових шин і покришок
2	ТОВ «ЄВРО ФУД СЕРВІС»	10.89	Виробництво інших харчових продуктів, н.в.і.у.
3	ТОВ «БІЛОЦЕРКІВВОДА»	36.00	Забір, очищення та постачання води
4	ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА»	21.20	Виробництво фармацевтичних препаратів і матеріалів
5	КП БМР «БІЛОЦЕРКІВТЕПЛОМЕРЕЖА»	35.30	Постачання пари, гарячої води та кондиціонованого повітря
6	ТОВ «КИЇВСЬКИЙ М'ЯСОКОМБІНАТ»	10.11	Виробництво м'яса
7	ТОВ «ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ ЗАВОД «БІОФАРМА»	21.20	Виробництво фармацевтичних препаратів і матеріалів
8	ПАТ «БІЛОЦЕРКІВСЬКА ТЕПЛОЕЛЕКТРОЦЕНТРАЛЬ»	35.11	Виробництво електроенергії
9	Товариство з додатковою відповідальністю «ТЕРЕЗИНЕ»	01.41	Розведення великої рогатої худоби молочних порід
10	ТОВ «Бойові Птахи України»	30.30	Виробництво повітряних і космічних літальних апаратів, супутнього устаткування
11	ТОВ «НОВА ПОШТА»	52.29	Інша допоміжна діяльність у сфері транспорту
12	ТОВ «УКРЮГ»	31.09	Виробництво інших меблів

До числа найбільших підприємств, що працювали на території Громади можна віднести<sup>1</sup>:

#### ТОВ «РОСАВА ТАЙЕРС» (Код ЄДРПОУ – 37517747)

- Сфера діяльності: виробництво гумових шин, покришок і камер; відновлення протектора гумових шин і покришок;
- Обсяг виручки у 2021 році: 746,7 млн грн;
- Обсяг виручки у 2022 році: 616,0 млн грн;
- Середньорічна кількість працівників у 2021 році: 2 419 осіб.
- Середньорічна кількість працівників у 2022 році: 2 279 осіб.

#### ТОВ «ЄВРО ФУД СЕРВІС» (Код ЄДРПОУ – 35591588)

- Сфера діяльності: виробництво інших харчових продуктів;
- Обсяг виручки у 2021 році: 1 380,6 млн грн;
- Обсяг виручки у 2022 році: 2 230,9 млн грн;
- Середньорічна кількість працівників у 2021 році: 429 осіб.
- Середньорічна кількість працівників у 2022 році: 491 осіб.

#### ТОВ «БІЛОЦЕРКІВВОДА» (Код ЄДРПОУ – 38010130)

- Сфера діяльності: забір, очищення та постачання води;
- Обсяг виручки у 2021 році: 208,6 млн грн;
- Обсяг виручки у 2022 році: 197,3 млн грн;
- Середньорічна кількість працівників у 2021 році: 625 осіб.
- Середньорічна кількість працівників у 2022 році: 631 осіб.

<sup>1</sup> Для визначення показників підприємств були використані дані порталів Opendatabot, YouControl та інші відкриті джерела

**ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» (Код ЄДРПОУ – 39000694)**

- Сфера діяльності: виробництво фармацевтичних препаратів і матеріалів;
- Обсяг виручки у 2022 році: 1 183,4 млн грн;
- Середньорічна кількість працівників у 2022 році: 240 осіб.

**КП БМР "БІЛОЦЕРКІВТЕПЛОМЕРЕЖА" (Код ЄДРПОУ – 04654336)**

- Сфера діяльності: постачання пари, гарячої води та кондиційованого повітря;
- Обсяг виручки у 2021 році: 527,6 млн грн;
- Обсяг виручки у 2022 році: 510,5 млн грн;
- Середньорічна кількість працівників у 2021 році: 528 осіб.
- Середньорічна кількість працівників у 2022 році: 506 осіб.

**ТОВ «КИЇВСЬКИЙ М'ЯСОКОМБІНАТ» (Код ЄДРПОУ – 24155241)**

- Сфера діяльності: виробництво м'яса;
- Обсяг виручки у 2021 році: 58,3 млн грн;
- Обсяг виручки у 2022 році: 337,2 млн грн;
- Середньорічна кількість працівників у 2021 році: 52 осіб.
- Середньорічна кількість працівників у 2022 році: 79 осіб.

**ТОВ «ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ ЗАВОД «БІОФАРМА» (Код ЄДРПОУ – 39071152)**

- Сфера діяльності: виробництво фармацевтичних препаратів і матеріалів;
- Обсяг виручки у 2022 році: 269,5 млн грн;
- Середньорічна кількість працівників у 2022 році: 268 осіб.

**ПАТ «БІЛОЦЕРКІВСЬКА ТЕПЛОЕЛЕКТРОЦЕНТРАЛЬ» (Код ЄДРПОУ – 30664834)**

- Сфера діяльності: виробництво електроенергії;
- Обсяг виручки у 2021 році: 494,5 млн грн;
- Обсяг виручки у 2022 році: 665,3 млн грн;
- Середньорічна кількість працівників у 2021 році: 290 осіб.
- Середньорічна кількість працівників у 2022 році: 256 осіб.

**ТДВ «ТЕРЕЗИНЕ» (Код ЄДРПОУ – 05407982)**

- Сфера діяльності: розведення великої рогатої худоби молочних порід;
- Обсяг виручки у 2022 році: 200,7 млн грн;
- Середньорічна кількість працівників у 2022 році: 156 осіб.

**ТОВ «Бойові Птахи України» (Код ЄДРПОУ – 44774645)**

- Сфера діяльності: виробництво повітряних і космічних літальних апаратів, супутнього устаткування;
- Обсяг виручки у 2022 році: 92,5 млн грн;
- Середньорічна кількість працівників у 2022 році: 4 особи.

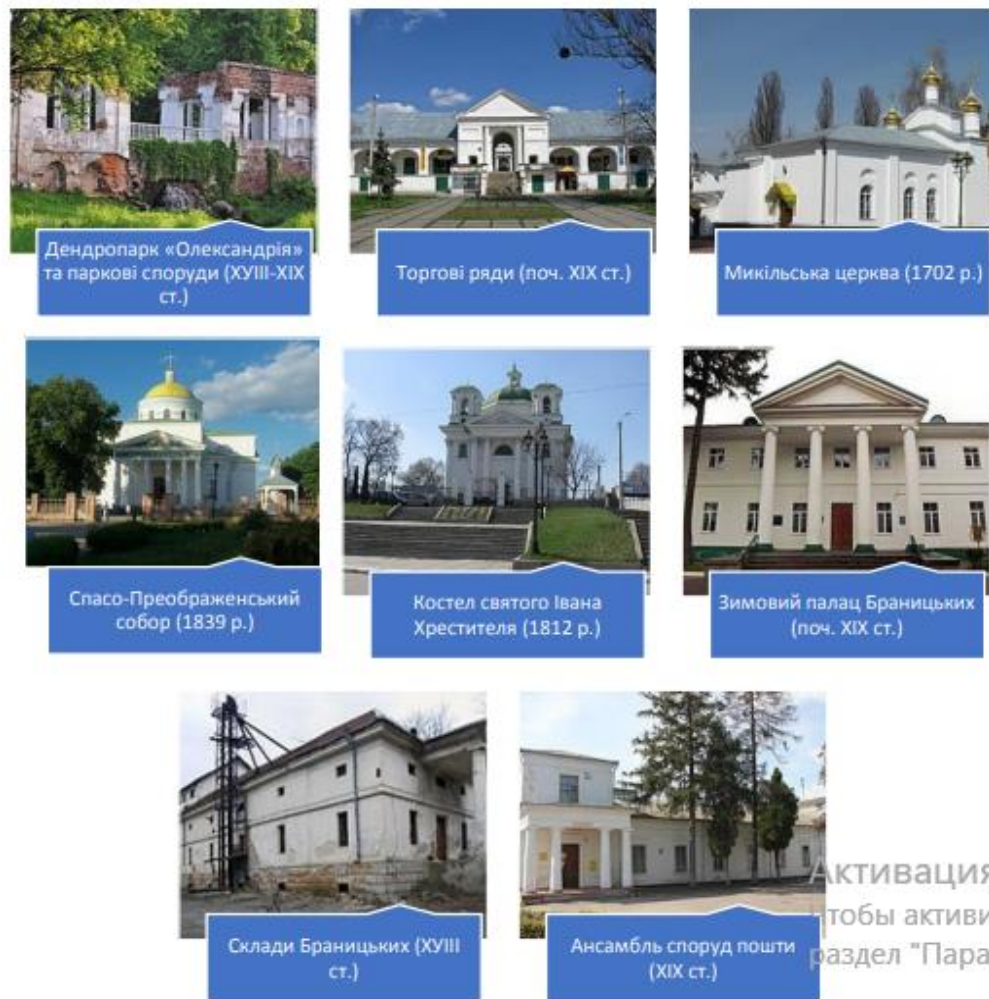


Рис. Історичні об'єкти - пам'ятки архітектури національного значення, м. Біла Церква

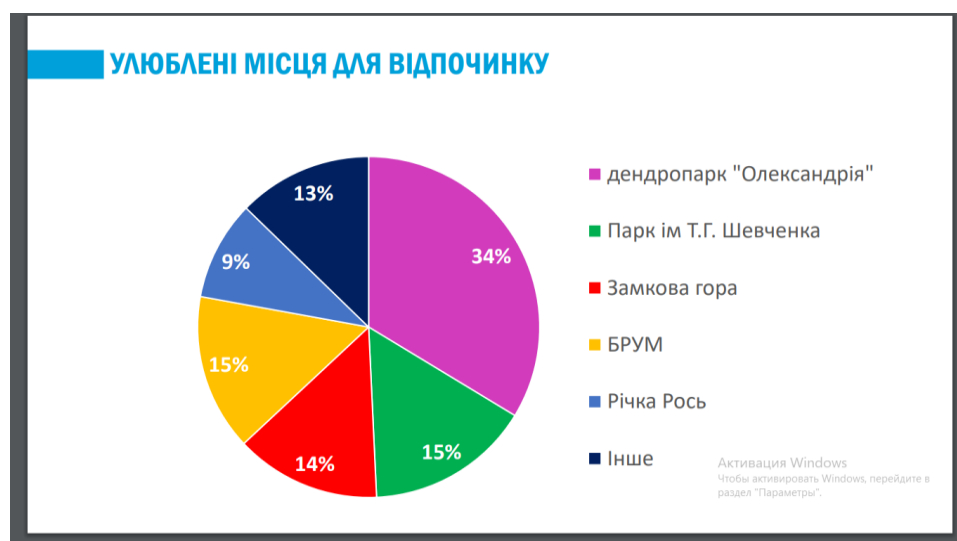


Рис. Улюблені місця для відпочинку у м. Біла Церква (за результатами опитування жителів)

Додаток Г

Таблиця

**Інвестиційні проєкти у сфері гостинності і туризму, розміщених на сайті Управління економічного розвитку**

**Білоцерківської міської ради []**

Назва	Існуючий стан	Форма власності	Проектна ропозиція
1. Будинок (готель), м. Біла Церква, Торгова площа, 16	Аварійний (зруйновано вимощення по периметру будівлі. Необхідний відновлювальний ремонт вікон з фарбуванням в темно-сірий колір та водозливних труб. Зруйновано карнизи та наличники навколо порталів вікон. Потребує заміни покрівля на будівлі. Не оброблені дерев'яні конструктивні елементи будівлі антисептичними, протигрибковими та вогнезахисними розчинами. Не обладнано протипожежною сигналізацією та системою оповіщення про пожежу, На фасаді пам'ятки в наявності сучасні козирки та ганки на входах до будівлі, що спотворюють архітектурний вигляд пам'ятки).	комунальна (КП БМР ЖЕК №6)	Реконструкція з метою створення бізнес-центру, готелю (хостелу), закладу громадського харчування, культурного об'єкту тощо.
2. Парк на проспекті Князя Володимира (в районі пам'ятного знаку «Літак») м. Біла Церква	Незадовільний. Територія має недосконалу організацію рельєфу, відсутність ландшафтного дизайну, хаотичну дендрологію. Відсутні лавки відпочинку, урни та внутрішнє освітлення території. Площа перед пам'ятником вимощена з залізобетонних тротуарних плит (розміром 1x1м). Не використовується за призначенням. Ділянка потребує розчищення зелених насаджень, прочистку русла та укріплення берегів річки.	комунальна	Створення природно-рекреаційного комплексу, який увійде в систему міських парків м. Біла Церква. Проектом передбачається, облаштування парку спортивними (спортивна арена на 2000 місць, майданчики для екстремальних видів спорту, універсальна спортивна велотраса), дитячими (майданчики, батуту, скалодром дитяче кафе, атракціони), рекреаційними (сквери, альтанки, місця відпочинку, літній кінотеатр) зонами та місцями для проведення концертів і фестивалів.

			На даний час зроблено детальний план території, розроблено проект на розчищення та укріплення берегів р. Протока, подано заявку до обласного бюджету на фінансування проекту будівництва спортивної арени.
3. «Острів дитинства», м. Біла Церква	Острів був створений штучно при розчищенні річки Рось у 1960-х роках. На правобережній заплаві Росі, по старому річищу, було прорито веслувальний канал довжиною 1 кілометр. При цьому ділянка заплави перетворилася на острів, що з'єднувався із сушею вузьким перешийком. У 2010 році, з метою поліпшення водообміну в каналі, у цьому перешийку збудовано водопропускну споруду. На сьогодні розроблено проект розчищення веслувального каналу. Загальна площа: орієнтовно 40 га. На території острова відсутні інженерні комунікації, інженерні споруди та інфраструктура.	ландшафтно-рекреаційна зона міста	Оренда земельної ділянки з метою створення зони відпочинку, спортивно-розважальної зони, проведення масових заходів тощо.
4. Водонапірна вежа «Шухова» м. Біла Церква, вул. А.Шептицького,2	Задлвільний. Побудована у 1929 році за проектом інженера Володимира Шухова. У роки Другої світової війни башта частково постраждала від вибуху, була відновлена у 1946 році. Висота споруди — близько 45-50 метрів. На теперішній час споруда не використовується за призначенням. Верх вежі зроблений з дерева. Покрівля накрита металевим листом.	комунальна (баланс Управління житлово-комунального господарства Білоцерківської міської ради)	Створення туристичного об'єкту. Виконано технічне обстеження вежі (детальна інформація – департамент житлово-комунального господарства БМР).
5. Замкова гора, м. Біла Церква	Незадовільний. На сьогодні вже зроблено музеєфікацію пам'ятки археології – фундаментів церкви св. Георгія, що була збудована в XII ст., замовлено проект реконструкції Костелу, замовлено та виконано ескізний план благоустрою території об'єкту Замкова гора.		Створення об'єктів туристичної інфраструктури. Необхідно частково відновити елементи фортифікації Білоцерківської фортеці XVIII ст., провести реставрацію фасадів будівлі костелу ім. Іоанна Хрестителя та зробити реновацію

		<p>краєзнавчого музею з реконструкцією самої будівлі. Створити культурно-громадський простір з площею перед костелом, на яку буде транслюватись музика з концертів. На цій площі пропонується влаштувати кольорово-музичний фонтан, робота якого буде синхронізована зі звучанням органу. За допомогою засобів благоустрою об'єднати в єдиний комплекс територію Замкової гори, яка розділена навпіл дорогою, що веде на правий берег міста.</p>
--	--	--