

РОЗДІЛ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

ЗАСТОСУВАННЯ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ПРОСТОРУ

APPLICATION OF CLUSTER ANALYSIS IN THE TOURISM INDUSTRY OF THE EUROPEAN SPACE

У статті виявлено об'єктивну необхідність застосування кластерного підходу до дослідження туристичної індустрії європейського простору. Визначено, що кластерний підхід є необхідним засобом для створення просторового розвитку світових туристичних регіонів, а орієнтація на формування конкурентних переваг туристичних кластерів призведе до виробництва креативної інноваційної туристичної продукції. Розглянуто індекс конкурентоспроможності за сукупністю показників, що згруповано у чотири субіндекси: сприятливість середовища, державна політика та створення сприятливих умов, інфраструктура, природні та культурні ресурси. Здійснено кластерний аналіз чинників, які створюють регіональний потенціал кластерів в індустрії туризму європейського простору. Розраховано прогнозну ефективність розвитку регіонального потенціалу туристичних кластерів із використанням темпів приросту кінцевого продукту.

Ключові слова: кластерний аналіз, туристична індустрія, європейський простір, туризм, прогнозування, туристичний потенціал, національний дохід.

УДК 379.85(075.8)

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct63-1>

Трусова Н.В.

д.е.н., професор,
професор кафедри бізнес-консалтингу
та міжнародного туризму
Таврійський державний
агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного

Краснодєд Т.Л.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри бізнес-консалтингу
та міжнародного туризму
Таврійський державний
агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного

Trusova Natalia

Dmytro Motorny Tavsria State
Agrotechnological University

Krasnoded Tetiana

Dmytro Motorny Tavsria State
Agrotechnological University

It is determined that the cluster approach is a necessary tool for creating the spatial development of the world's tourist regions, and the focus on the formation of competitive advantages of tourist clusters will lead to the production of creative innovative tourism products. The study examines the competitiveness index according to a set of indicators, which are grouped into four subindexes – environmental friendliness, public policy and the creation of favorable conditions, infrastructure, natural and cultural resources. A cluster analysis of the factors that create the regional potential of clusters in the tourism industry of the European space has been carried out. The features of the competitive environment in the tourism services market and its impact on the competitiveness of economic entities of the tourism industry are considered. The number and composition of tourism clusters in the EU member states is demonstrated. With the help of cluster analysis and audit, more competitive tourist clusters of the European space have been identified. A correlation analysis was carried out between the general competitiveness index of the EU member states in the field of travel and tourism and its subindexes. The results of this analysis confirm the existence of a direct relationship between these components. In order to characterize tourist clusters and determine the degree of development of their tourism potential, the process of combining clusters by the Ward method and the K-means method was used, which made it possible to determine various levels of competitiveness of the travel and tourism sector. The forecasting tool is applied by the method of extrapolation of market trends and indicators. The forecast efficiency of the development of the regional potential of tourist clusters is calculated using the growth rates of the final product. As the main indicators of forecasting, such indicators as the growth rate of national income, the rate of dynamics of visits to tourist sites and recreation in the country, the parameter of the degree of labor intensity, labor productivity growth, the parameter of the degree of capital intensity, the growth of capital return are selected.

Key words: cluster analysis, tourism industry, European space, tourism, forecasting, tourism potential, national income.

Постановка проблеми. Кластерний підхід у туристичній індустрії є оптимальним інструментом для забезпечення просторового розвитку європейських регіонів. Орієнтація на створення конкурентних переваг учасників кластера сприяє розробленню й упровадженню інноваційних проєктів у туристську індустрію. При цьому основний принцип підприємств, що входять у кластер, – створити перевагу кластера через співпрацю на місцевому рівні, щоб конкурувати на міжрегіональному рівні. За допомогою діагностики стану існуючих регіональних туристичних кластерів у країнах ЄС і оцінювання сегментів туристичного євrorинку можна розробити заходи з удосконалення технологічних і продуктових інновацій, що відповідають реаліям нової методологічної парадигми щодо

формуєтворюючих компонент та інструментів їхнього потенціалу для підвищення конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню природи виникнення потенціалу туристичних кластерів приділяли увагу G. Gorina, V. Barabanova, G. Bohatyryova, O. Nikolaichuk, O. Romanukha [1; 2], J. Cunha [3], S. Frederick, M. Simmons, M. Gallagher [4], C. Goeldner, J. Ritchie [5], C. Hall, S. Page [6], G. Hardin [7], N. Leiper [8], T. Munn [9].

Водночас оцінка потенціалу існуючих кластерів у туристичній індустрії європейського простору та інших об'єктів туристичної діяльності лишається актуальним і ще недостатньо розробленим напрямом у туризмознавстві.

Постановка завдання. Метою дослідження є здійснення кластерного аналізу чинників, що формують регіональний потенціал кластерів у туристичній індустрії європейського простору, із застосуванням інструменту прогнозування шляхом методу екстраполяції ринкових тенденцій і показників.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під час формування потенціалу туристичних кластерів у регіонах велике значення має інструментарій соціально-економічного та організаційного характеру. У сфері подорожей та туризму формується індекс конкурентоспроможності за сукупністю показників, які згруповано нами у 14 складників і об'єднано у чотири субіндекси: сприятливість середовища (бізнес-середовище, рівень безпеки, охорона здоров'я та гігієна, інфраструктура інформаційно-комунікаційних технологій); державна політика та створення сприятливих умов (пріоритетність сфери, міжнародна відкритість, цінова конкурентоспроможність, економічна стійкість); інфраструктура (інфраструктура повітряного транспорту, інфраструктура наземного та водного транспорту, туристична інфраструктура); природні та культурні ресурси (природні ресурси, культурні ресурси та ділові поїздки) [10–12].

Основними чинниками використання саме кластерного аналізу під час сегментації ринку, на нашу думку, є те, що саме цей аналіз є ефективним способом класифікації об'єктів за їхніми ознаками та добре зарекомендував себе в усіх сферах суспільної діяльності. У конкурентному європейському просторі використання кластерного аналізу дає змогу оперувати набором незмінних чинників, відповідно якого проводиться прогнозування, що базується на методі екстраполяції ринкових тенденцій і показників.

Ураховуючи загальну тенденцію розвитку економіки країн – членів ЄС шляхом створення

туристично-рекреаційних кластерів, можна впевнено стверджувати, що кластерний підхід у туристичній індустрії сьогодні набуває великого значення та розповсюдження, особливо в таких державах, як Іспанія, Румунія, Кіпр. На сучасному етапі в країнах – членах ЄС функціонують 68 туристичних кластерів (рис. 1).

За допомогою кластерного аналізу та аудиту (ESCA) визначено найбільш конкурентоздатні туристичні кластери Європи (табл. 1).

Зазначимо, що Західноєвропейський регіон є «полігоном» для перевірки нових ідей у державній економічній політиці, яка заснована на кластерному підході. Робочі групи існуючих туристичних кластерів створено з таких питань: маркетинг та брендінг; розроблення туристичного продукту; питання кадрової політики та підвищення якості трудових ресурсів; розвиток туристично-рекреаційної інфраструктури; законодавче та регуляторне середовище.

Розвиток туристичних кластерів охоплює майже всі країни Європейського Союзу, як економічно розвинуті, так і країни Східної та Центральної Європи.

Із позиції наявності або відсутності взаємозв'язку між загальним Індексом конкурентоспроможності країн – членів ЄС у сфері подорожей та туризму та субіндексами для формування ефективного регіонального потенціалу кластерів туристичної індустрії проведено кореляційний аналіз (рис. 2).

Так, найбільш однотипний характер мають лінії загального індексу конкурентоспроможності країн у сфері подорожей та туризму за субіндексами інфраструктури та природних і культурних ресурсів. Результати кореляційних розрахунків, здійснених нами, також підтверджують наявність прямого зв'язку між даними компонентами: загальний

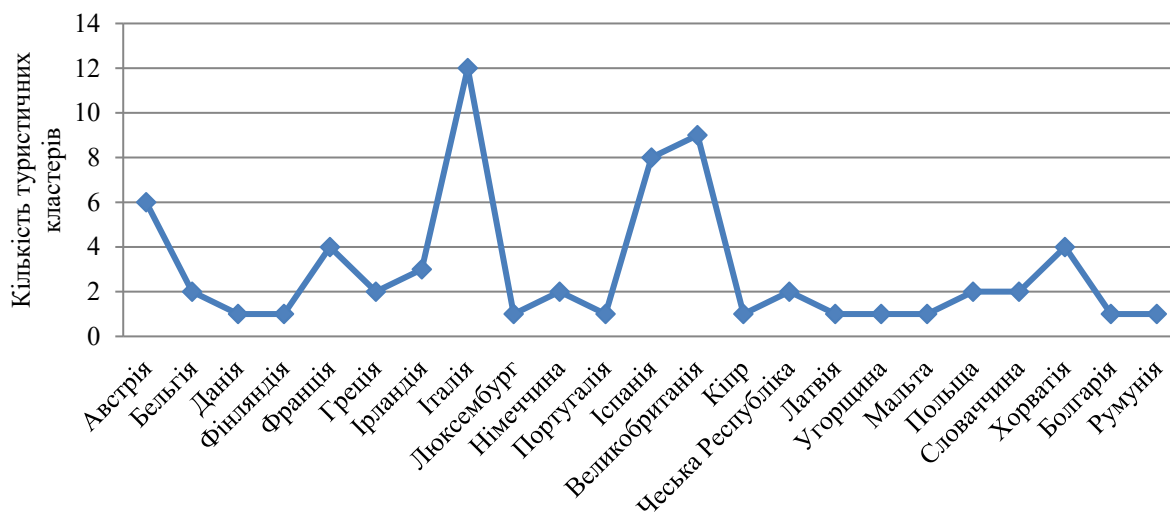


Рис. 1. Кількість туристичних кластерів у країнах – членах ЄС

Джерело: розраховано авторами за даними [14–16]

Таблиця 1

Кластери туристичної індустрії країн – членів ЄС, що пройшли атестацію ESCA за напрямом спорту, відпочинку та туризму

Назва кластеру	Держави
Держава	Кластери
Франція	AQUIO THERMES; Cosmetic Valley; Fliere Equine (HIPPOLIA); Imaginove; Nova CHILD; Pole de Compétitivité Parfums Arômes Senteurs Seveurs; SPORALTEC
Хорватія	Agro-tourist cluster «Lepoglava»
Ірландія	Air 66; Fuchsia Brands; Original Kerry
Іспанія	INDESCAT
Нідерланди	Inno Sport NL
Польща	Innovative Health and Tourism Cluster
Словаччина	Cluster «Liptov»; Cluster «Orava»
Фінляндія	Tourism and Experience Management Competence Cluster

Джерело: складено авторами за даними [14–16]

індекс – субіндекс 1: 0,411007181; загальний індекс – субіндекс 2: 0,147844926; загальний індекс – субіндекс 3: 0,930235137; загальний індекс – субіндекс 4: 0,891655781.

Результатом використання ієрархічної класифікації є «дерево кластеризації», або дендрограма, тобто граф без циклів, побудований за

матрицею близькості. Дендрограма дала змогу зобразити взаємні зв'язки між об'єктами із заданої множини. Для аналізу вибрано 12 складників Індексу конкурентоспроможності країн – членів ЄС у сфері подорожей та туризму (усього 90 складників). Як алгоритм кластеризації було вибрано метод «повних зв'язків», який урахує, що

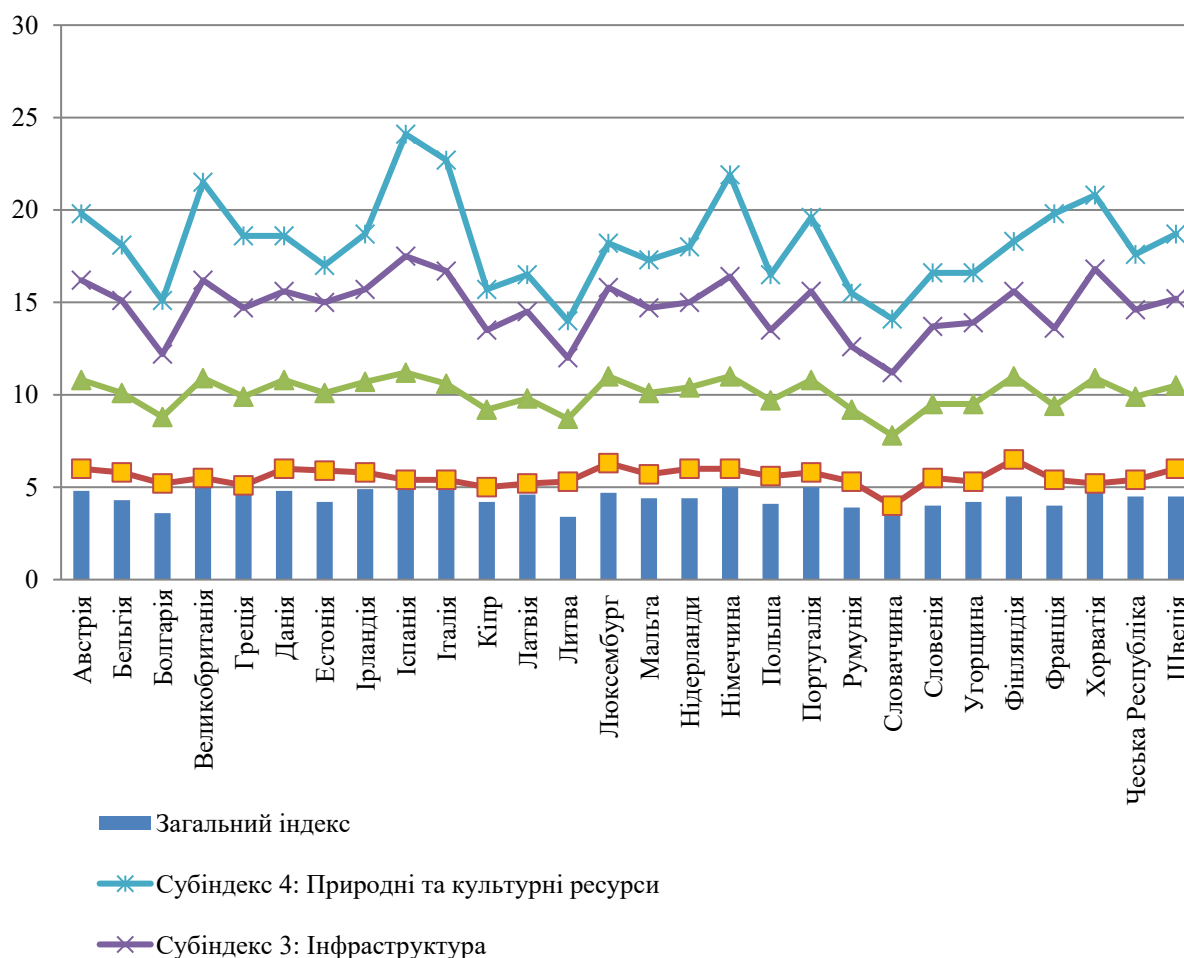


Рис. 2. Взаємозв'язок між індексом конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму та його субіндексами в країнах – членах ЄС

Джерело: розраховано авторами за даними [15]

Склад кластерів туристичної індустрії країн – членів ЄС за методом Уорда

Номер кластера	Кількість об'єктів в кластері	Склад кластера	Рівень потенціалу туристичної індустрії кластерів країн – членів ЄС
Кластер 1	3	Великобританія, Нідерланди, Франція	1,276647291
Кластер 2	3	Іспанія, Італія, Німеччина	1,246525721
Кластер 3	2	Ірландія, Люксембург	1,018104349
Кластер 4	6	Австрія, Греція, Данія, Португалія, Фінляндія, Швеція	0,987285878
Кластер 5	2	Кіпр, Мальта	0,94878156
Кластер 6	3	Естонія Латвія, Литва	0,882023793
Кластер 7	9	Бельгія, Болгарія, Польща, Румунія, Словаччина, Словенія, Угорщина, Хорватія, Чехія	0,880769158

Джерело: розраховано та складено авторами за даними [15]

включення нового об'єкта в кластер відбувається лише в тому разі, якщо відстань між об'єктами не менше заданого рівня.

Для того щоб охарактеризувати кожен із виділених туристичних кластерів і виявити спільність країн – членів ЄС у межах кожного з них, використано процес об'єднання кластерів методом Уорда та метод К-середніх значень, який дав змогу визначити різні рівні конкурентоспроможності сфери подорожей та туризму та потенціал розвитку. У табл. 2 наведено склад туристичних кластерів країн – членів ЄС, групованих за методом Уорда, та представлено їх ієрархію за ступенем розвитку потенціалу даної індустрії.

Так, середнє значення дорівнює 1.034305, яке перевищує лише два – перший та другий регіональний потенціал туристично-рекреаційних кластерів. У цілому різниця між кластерами 1–2 та 6–7 є незначною, що говорить про значний ступінь подібності

характеристик розвитку туристичної індустрії між країнами, що знаходяться саме у цих кластерах. Середні значення регіонального потенціалу кожного кластера за субіндексами дають змогу більш детально дослідити рівень розвитку туристичної інфраструктури, наявність ресурсів, сприятливі умови середовища функціонування економічних суб'єктів туристичної та рекреаційної галузі (рис. 3).

Таким чином, можна зробити висновок, що за рівнем сприятливості середовища регіональний потенціал кластерів туристичної індустрії країн – членів ЄС має однакові позиції. Аналогічна тенденція прослідковується за рівнем розвитку державної політики та створення сприятливих умов у сфері подорожей та туризму за винятком незначного пріоритету в країнах 1-го кластера (Великобританія, Нідерланди, Франція). За рівнем розвитку туристичної інфраструктури перевагу мають країни 1–3-го кластерів, тобто найбільш

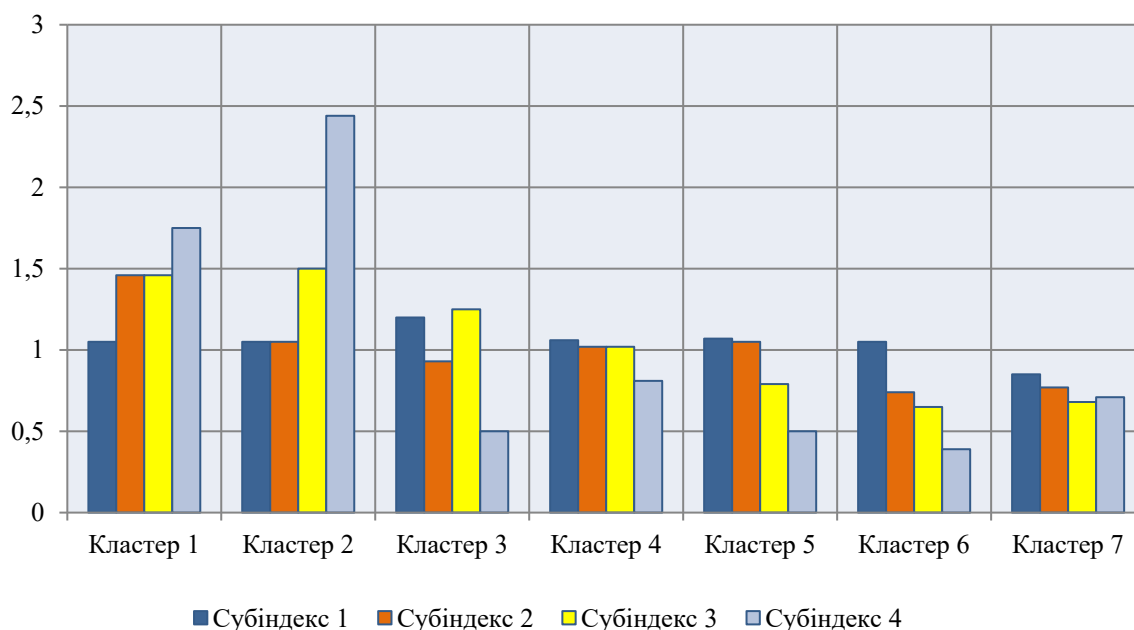


Рис. 3. Середні значення ознак регіонального потенціалу кластерів туристичної індустрії країн – членів ЄС, отриманих методом Уорда

Джерело: розраховано авторами

розвинуті країни ЄС: Великобританія, Нідерланди, Франція, Іспанія, Італія, Ірландія, Люксембург.

Щодо рівня розвитку туристичної індустрії європейського простору, то можна відзначити таке:

Кластер 1: Великобританія, Нідерланди, Франція – країни найбільшого рівня розвитку туристичної індустрії європейського простору. Кластер 2: Іспанія, Італія, Німеччина – країни дуже високого рівня розвитку туристичної індустрії європейського простору. Кластер 3: Ірландія, Люксембург – країни середнього рівня розвитку регіонального потенціалу туристичної індустрії європейського простору. Кластер 4: Австрія, Греція, Данія, Португалія, Фінляндія, Швеція – країни середнього рівня розвитку регіонального потенціалу туристичної індустрії європейського простору. Кластер 5: Кіпр, Мальта – країни середнього рівня розвитку регіонального потенціалу туристичної індустрії європейського простору. Кластер 6: Естонія Латвія, Литва – країни середнього рівня розвитку регіонального потенціалу туристичної індустрії європейського простору. Кластер 7: Бельгія, Болгарія, Польща, Румунія, Словаччина, Словенія, Угорщина, Хорватія, Чехія – країни середнього рівня розвитку регіонального потенціалу туристичної індустрії європейського простору.

Для розрахунку прогнозованої ефективності розвитку регіонального потенціалу туристичних кластерів використано темпи приросту національного доходу кожної з країн – членів ЄС, на який впливають туристично-рекреаційні компоненти. У табл. 3 зазначено прогнозний регіональний потенціал туристичної індустрії за величиною темпів приросту національного доходу від подорожей у країнах – членах ЄС.

Так, у 2021–2023 рр. найбільший національний дохід від туризму та рекреації отримають Мальта і Люксембург; значним приріст прогнозується у Фінляндії, Словенії, Португалії, Латвії, Кіпрі, Іспанії, Ірландії, Естонії та Великобританії; найменший дохід – у Польщі та Греції. Сумарно в 2021–2023 рр. регіональний потенціал туристичних кластерів у країнах – членах ЄС збільшить доходну частину бюджету майже на 5919,1 млрд дол. США.

За нашими розрахунками, частка кожного з кластерів за розміром загального внеску у національний дохід від індустрії туризму представлена так: кластер 1 – 10%, кластер 2 – 9%, кластер 3 – 14%, кластер 4 – 17%, кластер 5 – 17%, кластер 6 – 13%, кластер 7 – 20%. Так, прослідковується досить рівномірний розподіл регіонального потенціалу між туристичними кластерами (частки кожного кластера знаходяться в інтервалі від 9% до 20%). Однак найбільшу частку доходу (20%, або 1 176 млн дол. США) отримають країни 7-го кластера (Бельгія, Болгарія, Польща, Румунія, Словаччина, Словенія, Угорщина, Хорватія, Чехія), найменшу – 9%, або 521 млн дол. США, – країни 2-го кластера (Іспанія, Італія, Німеччина). Подібна рівномірність підтверджує об'єктивність проведеної сегментації європейського туристично-рекреаційного простору та оптимальної кількості виокремлених кластерів (7).

Дослідження обсягів приросту національного доходу від розподілу регіонального потенціалу туристичної індустрії у середньому по кожному з кластерів підтверджує наявність територіальних розбіжностей між країнами туристичного простору. Отже, лідером за отриманням доходу в 2021–2023 рр. є країни 5-го кластера (Кіпр, Мальта); країни 3-го та 6-го кластерів отримають приблизно по 250 млн дол. США доходу від туристичної індустрії. У країнах – членах ЄС (кластери 1, 2, 4 та 7) у середньому зростання національного доходу від індустрії туризму становитиме 170 млн дол. США.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, потенціал туристичної індустрії зазнає суттєвих трансформацій під дією процесів глобалізації, у результаті чого компанії туристичної індустрії все більше орієнтуються на успішні міжнародні практики. Показники регіонального потенціалу туристичних кластерів в європейському просторі формують глобальну зростаючу інтернаціоналізацію, яка виявляється у поглибленні міжнародного розподілу праці, розвитку та інтенсифікації експорту туристичних послуг, а також економічного співробітництва.

Таблиця 3

Прогнозний регіональний потенціал туристичної індустрії за величиною темпів приросту національного доходу від подорожей у країнах – членах ЄС на 2021–2023 рр.

Країна	млрд дол. США	Країна	млрд дол. США	Країна	млрд дол. США	Країна	млрд дол. США
Польща	55,95	Болгарія	105,92	Швеція	199,26	Фінляндія	278,87
Греція	69,20	Італія	107,10	Німеччина	199,39	Португалія	285,37
Австрія	78,11	Нідерланди	115,40	Іспанія	214,95	Словенія	302,25
Чеська Республіка	84,30	Бельгія	143,26	Словаччина	215,12	Латвія	339,96
Хорватія	87,81	Литва	150,23	Ірландія	223,82	Кіпр	396,39
Румунія	88,79	Угорщина	177,32	Естонія	240,44	Мальта	579,95
Данія	101,74	Франція	189,97	Великобританія	265,35	Люксембург	622,89

Джерело: розраховано авторами за даними [15]

Сформована практика туристичної галузі забезпечує дієві напрями розвитку потенціалу туристичних послуг на міжрегіональному рівні. Формування потенціалу туристичних кластерів, маркетингу і брендингу території дає змогу взаємодоповнити процеси створення і розвиток регіональних туристичних комплексів за взаємодії зі спеціалізованими підприємства сфери туризму та рекреації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Gorina G.O. Activities of the international organizations and associations in the travel&tourism industry. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 10(172). С. 13–18.
- Gorina G.O., Barabanova V.V., Bohatryyova G.A., Nikolaichuk O.A., Romanukha O.M. Clustering of regional tourism service markets according to indicators of the functioning of subjects of tourism activity. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*. 2020. Vol. 29. № 4. P. 684–692.
- Cunha J. Tourism Cluster Competitiveness and Sustainability: Proposal for a Systemic Model to Measure the Impact of Tourism on Local Development. *Brazilian Administration Review*. 2005. № 2(2). P. 47–62.
- Frederick S., Simmons M., Gallagher M. The ecological imperative for environmental design and planning. *Frontiers in Ecology and the Environment*. 2013. № 11(7). P. 355–361.
- Goeldner C.R., Ritchie J.R. *Tourism: principles, practices, philosophies*. Hoboken : John Wiley & Sons, Inc., 2009. 626 p.
- Hall C.M., Page S.J. *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space*. New York : Routledge, 2014. 470 p.
- Hardin G. The Tragedy of the Commons. *Science*. 1968. № 162(3859). P. 1243–1248.
- Leiper N. The framework of tourism. *Annals of Tourism Research*. 1979. № 6. P. 390–407.
- Munn T. *Encyclopedia of global environmental change*. Hoboken : Wiley, 2002. Vol. 5. 688 p.
- Kušen E.A. System of tourism attractions. *Tourism*. 2010. № 58(4). P. 409–424.
- Lindqvist G., Solvell O., Ketels Ch. *The Cluster Initiative Greenbook 2.0*. Stockholm : Ivory Tower Publishers, 2013. 66 p.
- Nordin S. *Tourism Clustering & Innovation: path to economic growth and development*. Östersund : European Tourism Research Institute, 2003. 90 p.
- Dashchuk Yu.Ye. Analysis of the components of the recreational potential of the region. *Bulletin of the Volodymyr Dahl East Ukrainian National University*. 2012. № 7(178). P. 71–78.
- Country Analysis the World Travel & Tourism Council (WTTC). 2018. URL: <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/> (дата звернення: 08.01.2022).
- The UNWTO Tourism Dashboard – Insights on key performance indicators for inbound and outbound tourism at the global, regional and national levels. *UNWTO Tourism Dashboard*. URL: <https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard> (дата звернення: 09.01.2022).
- Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework. 2008. *United Nations Statistics Division*. URL: <https://www.unstats.un.org/unsd/publication/Series/F> (дата звернення: 10.01.2022).
- Trusova N.V., Cherniavska T.A., Pasiaka S.R., Hranovska V.Hr., Prystemskyi O.S., Demko V.S. Innovative clustering of the region in the context of increasing competitive positions of the enterprises of the tourist-recreational destination. *GeoJournal of Tourism and Geosite*. 2020. № 33(3). P. 1126–1134.
- Trusova N.V., Tanklevska N.S., Cherniavska T.A., Prystemskyi O.S., Yeremenko D.V., Demko V.S. Financial Provision of Investment Activities of the Subjects of the World Industry of Tourist Services. *Journal of Environmental Management and Tourism*. 2020. № 4(44). P. 890–902.

REFERENCES:

- Gorina, G.O. (2015). Activities of the international organizations and associations in the travel&tourism industry. *Aktualni problemy ekonomiky*, 10(172), pp. 13–18. (Scopus)
- Gorina, G.O., Barabanova, V.V., Bohatryyova, G.A., Nikolaichuk, O.A., Romanukha, O.M. (2020) Clustering of regional tourism service markets according to indicators of the functioning of subjects of tourism activity. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, vol. 29, no. 4, pp. 684–692. (Web of Science)
- Cunha, J. (2005) Tourism Cluster Competitiveness and Sustainability: Proposal for a Systemic Model to Measure the Impact of Tourism on Local Development. *Brazilian Administration Review*, 2(2), pp. 47–62.
- Frederick, S., Simmons, M., Gallagher, M. (2013) The ecological imperative for environmental design and planning. *Frontiers in Ecology and the Environment*, 11(7), pp. 355–361.
- Goeldner, C.R., Ritchie, J.R. (2009) *Tourism: principles, practices, philosophies*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc., 626 p.
- Hall, C.M., Page, S.J. (2014) *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space*. New York: Routledge, 470 p.
- Hardin, G. (1968) The Tragedy of the Commons. *Science*, 162(3859), pp. 1243–1248.
- Leiper, N. (1979) The framework of tourism. *Annals of Tourism Research*, no. 6, pp. 390–407.
- Munn, T. (2002) *Encyclopedia of global environmental change*. Hoboken: Wiley, vol. 5, 688 p.
- Kušen, E.A. (2010) System of tourism attractions. *Tourism*, 58(4), pp. 409–424.
- Lindqvist, G., Solvell, O., Ketels, Ch. (2013) *The Cluster Initiative Greenbook 2.0*. Stockholm: Ivory Tower Publishers, 66 p.
- Nordin, S. (2003) *Tourism Clustering & Innovation: path to economic growth and development*. Östersund: *European Tourism Research Institute*, 90 p.
- Dashchuk, Yu.Ye. (2012) Analysis of the components of the recreational potential of the region. *Bulletin of the Volodymyr Dahl East Ukrainian National University*, 7(178), pp. 71–78.
- Country Analysis the World Travel & Tourism Council (WTTC) (2018). Retrieved from: <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/>

15. The UNWTO Tourism Dashboard – Insights on key performance indicators for inbound and outbound tourism at the global, regional and national levels. UNWTO Tourism Dashboard. Retrieved from: <https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard>

16. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework (2008) United Nations Statistics Division. Retrieved from: <https://www.unstats.un.org/unsd/publication/Series/F>

17. Trusova, N.V., Cherniavska, T.A., Pasiaka, S.R., Hranovska, V.Hr., Prystemskyi, O.S., Demko, V.S. (2020)

Innovative clustering of the region in the context of increasing competitive positions of the enterprises of the tourist-recreational destination. *GeoJournal of Tourism and Geosite*, 33(3), pp. 1126–1134.

18. Trusova, N.V., Tanklevska, N.S., Cherniavska, T.A., Prystemskyi, O.S., Yeremenko, D.V., Demko, V.S. (2020) Financial Provision of Investment Activities of the Subjects of the World Industry of Tourist Services. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 4(44), pp. 890–902.