

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет магістерської та
аспірантської підготовки
Кафедра економіки природокористування

Магістерська кваліфікаційна робота

на тему: Формування рекреаціо-туристичних кластерів в
контексті сталого розвитку регіонів

Виконала студентка 2 курсу групи
МЕД- 18 спеціальності 8.18010017
«Економіка довкілля та природних
ресурсів»
Громенко Дар'я Євгенівна

Керівник к.е.н.,
Дем'яненко Світлана Георгіївна

Рецензент к.е.н., доц.
Смірнова Катерина Володимирівна

Одеса 2019

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ	10
1.1. Поняття та роль кластерів	10
1.2. Основні положення кластерної концепції	16
1.3. Особливості кластеризації у туризмі	20
1.4. Регіональні аспекти розвитку рекреаційно-туристичних кластерів	28
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДОСВІДУ ФОРМУВАННЯ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ	37
2.1. Світовий досвід формування рекреаційно-туристичних кластерів	37
2.2. Конкурентні кластери світових країн на ринку рекреаційно-туристичних послуг	44
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА МОЖЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ В УКРАЇНСЬКОМУ ПРИЧОРНОМОР'І	51
3.1. Створення туристичних кластерів як основа сталого розвитку Українського Причорномор'я	51
3.2. Туристичний кластер "Соляна дорога" (Херсонська область)	55
3.3. Перспективи формування рекреаційно-туристичного кластеру м.Одеса та Одеської області	65
ВИСНОВКИ	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	81

ВСТУП

Сучасний етап розвитку України характеризується соціально-економічною кризою, яка охопила практично всі сфери діяльності. У цих умовах актуалізуються проблеми найбільш повного залучення потенціалу регіональної економіки та вдосконалення регіональної структури господарювання як важливого резерву підвищення ефективності соціально-економічного розвитку держави. Таким резервом, з одного боку, є досить великий і різноманітний рекреаційно-туристичний потенціал регіонів, в т.ч. приморських, а з іншого боку, слабо використовуваний організаційно-структурний потенціал цих регіонів.

Україна володіє широкими можливостями для динамічного розвитку рекреаційно-туристичної діяльності та розширення міжнародного співробітництва в цій сфері. Проте, в наявності недостатня реалізація зазначеного потенціалу, відсутність повноцінної адаптованої до ринкових умов державної політики розвитку галузі санаторно-курортного оздоровлення, відпочинку і туризму, підвищення її соціально-економічної ефективності і конкурентоспроможності. Процес модернізації застарілої рекреаційної інфраструктури та залучення інвестицій в її розвиток протікає повільно. Існує дефіцит кваліфікованих кадрів в галузі. Держава, по суті, втратила контроль за розвитком і регулюванням рекреаційно-туристичної діяльності.

На нашу думку, особливу увагу слід приділити розробці та реалізації стратегії раціонального використання ресурсів туристичної діяльності, що відповідає вимогам внутрішньої і зовнішньої конкуренції і сучасним методам синергетичних об'єднань виробничих, обслуговуючих, наукових та інших організацій (фірм, компаній і т.п.). У зв'язку з цим, в даній роботі поставлено завдання всебічно розглянути можливі нові шляхи та напрямки

організації і розвитку рекреаційно-туристичної системи на основі кластерів, які допоможуть найбільш максимально та ефективно залучити ресурси регіону.

Проблема кластеризації рекреаційно-туристичного комплексу в регіонах України нами розглядається в контексті світових тенденцій розвитку регіональної політики, яка обумовлюється посиленням процесів глобалізації та регіоналізації (локалізації), а також появою нових інструментів підвищення ролі регіонів і територій, в тому числі, кластерного інструментарію.

Одночасно розвиваються тенденції глобалізації та локалізації в повній мірі впливають на характер і можливості розвитку регіональних рекреаційно-туристичних комплексів. Обидві зазначені тенденції створюють, в свою чергу, і протиріччя в розвитку економіки регіонів. У цих умовах кластеризація рекреаційно-туристичного комплексу є інтегрованою основою ефективного використання ресурсного потенціалу регіонів України.

Метою магістерської роботи є визначення теоретичних аспектів розвитку та функціонування кластерів рекреаційно-туристичної діяльності, аналіз стану та тенденцій кластеризації туристичної діяльності та розробка рекомендацій щодо створення рекреаційно-туристичного кластеру у регіоні.

Досягнення мети потребує вирішення наступних завдань

- вивчення теоретичних засад функціонування кластерів, зокрема у туристичній діяльності;
- розгляд стану та сучасних тенденцій розвитку кластеризації рекреаційно-туристичної діяльності;
- визначення регіональних аспектів кластеризації туристичної сфери діяльності;

- визначення економічного, інфраструктурного і екологічного потенціалу створення кластерів в Причорноморському регіоні;
- визначення перспектив формування туристичного кластеру міста Одеси та Одеської області.

Об'єкт дослідження – рекреаційно-туристична діяльність.

Предмет дослідження – теоретичні і методичні підходи щодо формування кластерів рекреаційно-туристичної діяльності.

У процесі роботи використовувались наступні методи: системного підходу для узагальнення матеріалу, порівняння, спостереження, узагальнення.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ

1.1. Поняття та роль кластерів

Поняття «кластер», що застосовується до цього часу різних галузях знань, зокрема, в біології, хімії, ядерної фізики, астрономії, в економічній науці отримало прописку відносно недавно. У зазначених вище наукових напрямках суть кластера зводиться до того, що певні елементи зі схожими ознаками або характеристиками об'єднуються в групи, які виконують певну роль або несуть відповідне змістовне навантаження.

Останнім часом це поняття стало застосовуватися в аналітичних дослідженнях статистики та соціології, досить близьких до економіки галузях, де під ними мають на увазі сукупність об'єктів вибірки із загальними ознаками і референтні групи людей, яким притаманні певні характеристики. Найбільше привітність кластер отримав в понятійному апараті інформаційних технологій, комп'ютерної техніки та програмування, де вміст його теж часто подається в різних інтерпретаціях [1].

Слово «кластер» [cluster] в англійській мові має кілька значень: кисть, пучок, гроно, кущ; група, купка, рій, скупчення, концентрація. Основоположником кластерного підходу в економічній науці вважається професор Гарвардської школи бізнесу Майкл Портер, який визначає кластер як група географічно сусідніх взаємопов'язаних компаній і пов'язаних з ними організацій, що діють в певній сфері, що характеризуються спільністю діяльності та взаємодоповнюють один одного [2].

Більшість ранніх концепцій розвитку кластерів була прив'язана до конкретних аспектів їх формування, або обмежувалося тільки оглядом кластерів конкретного виду. Комплексне і всебічно підтвержене доказами дослідження і обґрунтування важливості та перспективності кластерів як основного інструменту в конкурентній боротьбі було зроблено саме М. Портером в роботі «Конкурентні переваги націй» (1990 р) [3]. У цій науковій праці дана оцінка джерел національних конкурентних переваг, серед яких істотне значення має фактор географічної близькості.

Виходячи з напрацьованого матеріалу по конкурентоспроможності компаній, Портер побудував такий логічний ланцюжок: якщо існують конкурентоспроможні вітчизняні компанії, то вони формують конкурентоспроможні галузі економіки країни, які, в свою чергу, підтримують загальну конкурентоспроможність держави на світових ринках. Портер акцентував увагу не на економіці в цілому, а на певних галузях і підгалузях, а основним показником досягнутого «успіху» встановив частку товару, що експортується в загальносвітовому експорті даного виду товару, який був проведений за допомогою місцевого капіталу.

Головним результатом цього дослідження стало створення широко відомого ромба конкурентних переваг, що складається з чотирьох детермінант:

- факторні умови: людські і природні ресурси, науково-інформаційний потенціал, капітал, інфраструктура, в тому числі фактори якості життя;

- умови внутрішнього попиту: якість попиту, відповідність тенденціям розвитку попиту на світовому ринку, динаміка обсягу попиту.

- родинні (суміжні) і підтримують (обслуговуючі) галузі: сфери надходження і сфери використання сировини, напівфабрикатів, обладнання, технологій.

- стратегія і структура фірм, внутрішньогалузева конкуренція: мети, стратегії, способи організації, менеджмент фірм, внутрішньогалузева конкуренція.

Крім того, існують дві додаткові змінні, в значній мірі впливають на обстановку в країні. Це випадкові події (тобто ті, які керівництво фірм не може контролювати) і державна політика. Відповідно до цієї теорії, конкурентоспроможність держави може виявлятися тільки при розвиненості і активній взаємодії перерахованих вище факторів. Під час дослідження з'ясувалося, що найбільш конкурентні галузі розвивалися не поодиночі, а у взаємодії з рядом споріднених галузей, завдяки чому і виникав контакт між діловими колами, що прискорювало процес розробки і впровадження інновацій. Саме наявність цих суміжних і обслуговуючих галузей перетворює групу підприємств в повноцінний кластер. В ході своїх досліджень Майкл Портер проаналізував конкурентні можливості більш 100 галузей в десяти країнах. Виявилось, що найбільш конкурентоспроможні транснаціональні компанії зазвичай не розкидані безсистемно по різних країнах, а мають тенденцію концентруватися в одній країні, а часом навіть в певному регіоні. Всі розглянуті товари були згруповані за галузевою ознакою в 16 секторів, розділених на три великі групи: (1) базові галузі, (2) галузі промисловості і підтримуючі галузі, (3) кінцеве споживання і сфера послуг. В результаті проведеного аналізу було виявлено закономірність - для кожної з 10-ти досліджуваних країн характерний свій набір з 3-6 найбільш конкурентоспроможних секторів (кластерів). М. Портер наочно показав, що кластери в більшій мірі, ніж галузі охоплюють зв'язку, взаємодоповнюваність між галузями, поширення технологій, навичок, інформації, маркетинг і усвідомлення вимог замовників по фірмам і галузям. Кластери краще узгоджуються з самим характером конкуренції та джерелами досягнення конкурентних переваг. Незаперечна заслуга М. Портера в тому, що він не тільки ввів новий термін

в науковий обіг, але і сприяв широкій популяризації кластерів, в результаті чого питання кластерного розвитку привернули увагу державних органів та центрів прийняття економічних рішень. Сьогодні кластерна політика займає лідируюче положення в структурі державної політики щодо підвищення національної та регіональної конкурентоспроможності багатьох країн світу.

Серед причин виникнення сучасних кластерів можна назвати: — зростаючу глобальну конкуренцію і відповідну адаптаційний тиск з боку потоку інновацій; — завоювання нових ринків за рахунок використання кількісних переваг (масштабу впливу).

Алгоритм оцінки перспектив і можливостей створення кластеру включає наступні етапи:

1) обґрунтування можливості створення кластера: — оцінка економічних передумов; — оцінка ресурсних передумов; — оцінка організаційних передумов;

2) формування кластера: — визначення цілей, завдань, цільових орієнтирів; — визначення структури та складу учасників; — техніко-економічне обґрунтування організаційного проекту кластера (фінансовий план, бізнес-план); — обґрунтування інструментів реалізації кластерної ініціативи, включаючи заходи державної підтримки; — розрахунок ефективності кластера;

3) управління кластером: — формування механізму управління; — прийняття нормативно-правових документів по створенню кластера; — розробка плану заходів щодо реалізації кластерної ініціативи.

Головна причина виникнення кластерів тому, що це стає вигідно.

Кластер є організаційно-економічним механізмом, який поєднує певні організаційні форми та інструменти колективного самодії суб'єктів господарювання та самоврядування колективним автоматичних, в основі

яких лежать ринкові інтереси. Колективна діяльність учасників кластерів стає можливою лише тоді, коли інтереси учасників задовольняються краще, ніж в умовах їх індивідуальної діяльності. Об'єктивний інтерес кожного підприємства полягає в підвищенні конкурентоспроможності своєї продукції. Для цього підприємство повинно забезпечувати ефективність своєї поточної діяльності, і за рахунок рефінансування частини доходу, що перевищує поточні витрати, забезпечити своє поступальний розвиток і здатність підтримки ефективного функціонування на наступному відрізку життєвого циклу. Якщо колективна діяльність в кластері дозволяє стабілізувати і розвивати положення підприємства на ринках закупівель і продажів, більше заробляти і менше витратити, частіше і все більше комплексно оновлювати і нарощувати ресурси, удосконалювати якість і підвищувати кількість результату, тобто забезпечувати підвищення конкурентоспроможності, ця колективна діяльність буде вигідна для підприємства і буде їм прийнята. Це може відбутися не відразу, так як процес розширення і поглиблення кооперації заснований не тільки на очікуваній вигоді, але і на досягнутому рівні довіри сторін одна одній. Однак формування необхідного рівня довіри часто становить значну проблему. Багато в чому процес кластеризації і розвитку кластерів гальмується саме з цієї причини і являє собою тривалий еволюційний процес.

У концепції економії, обумовленої локалізацією, традиційно виділяють три фактори економічної вигоди для учасників агломерацій:

- 1) Скорочення витрат на виробництво і обслуговування цільової інфраструктури та інших колективних ресурсів;
- 2) розвиток місцевого ринку праці в області спеціалізованих кваліфікацій;
- 3) скорочення витрат на комунікації між партнерами.

Характерними особливостями кластерів є: наявність групи компаній;

наявність одного або декількох великих підприємств-лідерів, що визначають довгострокову господарську, інноваційну та іншу стратегію кластера; географічна локалізація; стійкість господарських зв'язків учасників кластера і домінуюче значення цих зв'язків для більшості його учасників; технологічна взаємопов'язаність галузей; наявність конкуренції всередині кластера; інноваційна спрямованість кластера [4].

У порівнянні з іншими підходами до регіонального розвитку кластерний підхід має певні переваги. По-перше, в кластерах забезпечується більш простий і дешевий доступ до факторів виробництва (нове обладнання і технології, кваліфікований персонал, розвинена інфраструктура, включаючи підготовку кадрів і проведення науково-дослідних, проектних і конструкторських робіт і т.д.) в тому випадку, якщо в регіоні є конкурентоспроможні на внутрішньому або зовнішньому ринках постачальники і конкурентоспроможні родинні галузі. По-друге, кластери дають можливість акумулювати спеціалізовану інформацію, доступ до якої краще організований і вимагає менших витрат, що полегшує рух потоків інформації. У кластері є можливість безпосередньо спостерігати за діяльністю інших підприємств, більш швидко і адекватно реагувати на потреби покупців або клієнтів. По-третє, в кластерах відбувається взаємодоповнюваність видів діяльності (щодо задоволення купівельного попиту, маркетингу, закупівель), а, значить, підвищуються якість і ефективність роботи [3].

Підхід до регіонального розвитку, заснований на кластерах, набуває все більшої актуальності в Україні. Формування кластерів, орієнтованих на інновації, дасть можливість підвищити темпи розвитку українських регіонів, які, не володіючи достатніми фінансовими запасами, мають істотний науковий, транспортно-транзитний і рекреаційно-туристичний потенціал. Створення кластерів має важливе значення для підвищення конкурентоспроможності приморських регіонів і виходу на світовий ринок

їх рекреаційно-туристичної продукції, так як забезпечує взаємовигідне співробітництво між підприємствами різних країн у сфері санаторно-курортного лікування, відпочинку, туризму і розваг. Зарубіжний досвід показує, що для конкурентного розвитку як самого кластера, тобто фірм, підприємств та інститутів, що входять до його складу, так і для тієї держави або регіону, на території якого розташований цей кластер, найбільш оптимальним є кластерний підхід.

Структури кластерного типу можуть формуватися за двома сценаріями: в результаті реалізації державної регіональної політики або в ініціативному порядку з боку комерційних структур, у чому держава не бере участь. Для України найбільш прийнятним є перший спосіб організації кластерів. У зв'язку з цим на сучасному етапі актуальним є завдання розробки концепції кластерної політики розвитку регіонів.

1.2. Основні положення кластерної концепції

Основною суттю кластерної концепції є забезпечення виробничо-комерційної діяльності та вдосконалення ділових і особистих взаємин, які повинні набути характеру органічно взаємозалежного і нерозривного ділового співробітництва.

Впровадження кластерної концепції виробництва дало можливість багатьом країнам значно поліпшити продуктивність своєї економіки. Посилений інтерес до неї з боку вчених-економістів сприяв широкому проведенню розробок, результатом яких стало не тільки значне збільшення різноманітних політичних експериментів та інновацій, а й формування десятків тисяч кластерів по всьому світу [5].

Кластерну політику можна визначити як систему заходів,

спрямованих на вирішення завдань формування та розвитку кластерів з метою підвищення конкурентоспроможності регіону або галузі. До формування зазначеної політики існують різні підходи. Для країн, де проводиться ліберальна економічна політика з мінімальним втручанням держави в ринкові відносини, характерна ліберальна модель кластерної політики. До таких країн належать США, Великобританія, Австралія та Канада. Країнам, в яких владні структури активно залучені в економічне життя, притаманна дирижистська модель кластерної політики. Серед таких держав можна виділити Францію, Південну Корею, Сінгапур, Японію, Швецію, Фінляндію, Словенію. Основними відмінностями між названими двома моделями, на думку фахівців, є наступні. Перш за все, це підхід до формування кластерів. Дирижистська політика полягає в тому, що уряд виділяє галузеві та регіональні пріоритети і ті кластери, які воно передбачає розвивати. Ліберальній кластерній політиці притаманне розвиток тільки тих кластерів, які спочатку були сформовані ринком. По-друге, підхід до формування інфраструктури для кластерів. При дирижистській політиці інфраструктура створюється державою, а при ліберальній - держава в цьому процесі практично не приймає участі. Третя відмінність полягає в ролі регіональних органів державної влади при формуванні кластеру. При дирижистській моделі ця роль другорядна, оскільки регіон для створення кластера та обсягу його фінансування самостійно вибирає уряд. Ліберальна кластерна політика передбачає, що відповідальність за створення кластерів повністю покладається на регіональні органи влади, а уряд стимулює регіони [6].

Одним з основних питань при розробці та реалізації кластерної моделі є виділення з безлічі різновидів кластерних зв'язків конкретної схеми виробничих відносин даного мережевого освіти, включаючи територіальну близькість, соціальне відстань, специфіку технології, напрямки виробничих потоків (в разі рекреаційно-туристичних кластерів -

потоків рекреантів і туристів, сезонність, комунікації транспорту і зв'язку, рівень сервісу та ін.). Ступінь близькості учасників кластера визначає надійність і ефективність вмотивованої діяльності конкретної кластерної виробничої системи. Кластеризація являє собою реальне втілення передбаченого логікою висновку про те, що об'єднання зусиль близьких за вищевказаними ознаками виробничих структур надає їм перевагу над тими бізнес-утвореннями, які функціонують розрізнено.

Найважливіше значення для успішного розвитку кластера має географічний фактор, оскільки функціонування системи передбачає тісну взаємодію з іншими фірмами-постачальниками, професійними сервісними фірмами, транспортниками, дистриб'юторами, покупцями (споживачами послуг, в т.ч. рекреаційно-туристичних) і іншими структурами. Тому місце розміщення компаній грає істотну роль для кожної ланки ланцюжка доданої вартості і для їх стратегії.

Передумовами створення кластерів є:

- наявність сукупності підприємств, що взаємодіють в рамках бізнес-процесів, що використовують конкурентні переваги території та орієнтованих на динамічно розвиваються сегменти ринку;

- функціонування значної кількості малих і середніх підприємств, що використовують різні, але з деякими загальними рисами технології та / або спеціалізуються на випуску одного або декількох видів виробів. Саме малі та середні підприємства на думку фахівців, забезпечують оптимальний розподіл праці і необхідну гнучкість основного виробничого процесу великих підприємств, що входять в кластер;

- наявність наукових організацій з високою підприємницької культурою (університети, дослідницькі та освітні установи);

- доступ до кваліфікованої робочої сили, вільним виробничих приміщень, обладнання для спільного користування і т.д. ;

- добре розвинена інфраструктура, що включає технопарки, бізнес інкубатори, інформаційно-технічні центри, промислові зони, агентства з розвитку субконтрактних відносин і т.п .;

- допоміжні організації (торгово-промислові палати, професійні асоціації, консалтингові агентства), що забезпечують компаніям можливість комунікації і координації взаємодії в сфері НДДКР, що надають послуги з розробки та супроводу інноваційних проектів, розвитку інтеграційних напрямків і т.п .; —

- політика місцевих органів влади і управління, спрямована на підтримку і розвиток кластерів.

Цілі кластерних ініціатив:

1) оптимізація відносин між підприємствами і організаціями регіону, взаємодіючими в рамках галузевих і міжгалузевих ланцюжків створення доданої вартості;

2) впровадження механізмів аутсорсингу і субконтрактації підприємств і організацій регіону (центри субконтрактації, центри колективного користування обладнанням);

3) реалізація підприємствами і організаціями регіону спільних бізнес-проектів (спільний маркетинг, реклама, організація продажів, спільні закупівлі, акції для клієнтів);

4) реалізація спільних виробничих проектів і функцій;

5) реалізація спільних проектів розвитку капітальної, територіальної, виробничої інфраструктури (будівництво будівель і споруд, автодоріг, організація доступу до енергомереж, створення технопарків та інженерних парків);

6) реалізація спільних проектів з розвитку освітньої, інноваційної, інжинірингової інфраструктури (спільні центри навчання, центри досліджень і розробок, центри трансферу технологій, центри дизайну і прототипування);

- 7) створення і покупка фінансових продуктів під реалізовані проекти (позики, облігації, гарантії та ін.);
- 8) створення спільних керуючих компаній.

1.3. Особливості кластеризації у туризмі

Особливу увагу в розвитку міжнародного та регіонального туризму приділено кластеризації, оскільки на сьогодні ще немає чітких науково-практичних аспектів і рекомендацій щодо регулювання регіональних кластерних утворень. Багато факторів пояснюють дію та функціонування місцевих і локальних кластерних угруповань, але водночас неспроможні дати об'єктивне пояснення існуванню регіональних кластерів, а тим більше їх державному регулюванню.

У туристській сфері кластер, являє собою групу географічно локалізованих, економічно взаємопов'язаних підприємницьких структур, об'єднаних в єдиний технологічний ланцюжок з виробництва, реалізації туристичного продукту та здійснення туристичних послуг на базі ефективного використання туристичного потенціалу території, тісно взаємодіючих з органами управління, громадськими організаціями, освітніми, науковими установами і т.д. [7]

Важливу роль у вдосконаленні туристичних кластерів відіграють специфічні соціальні, екологічні, географічні та інші риси. Відтак проблема політики сприяння кластеризації й надалі виступає складником регіональних програм розвитку та є недостатньо висвітленою й розв'язаною. Окрім зазначеного вище, кластери – це своєрідні цільні комплекси, угрупованнями, які акумулюють у собі різні напрями та, у супереч усьому, потребують теоретичного й практичного осмислення

своєї ролі й значення як у регіональному, так і в національному масштабах.

У 2006 р. країнами Європейського Союзу схвалено «Маніфест кластеризації». У 2008 р. в межах європейської президентської конференції з інновації та кластерів прийнято «Європейський кластерний меморандум». У 2013 р. сформовано стратегію управління регіональними кластерами в програмі «Europe 2020» та «European cluster sintourism». В економічній науці існує чимала кількість тлумачень сутності «туристичний кластер», що відбивають різні складники його соціально-економічного ефекту.

Систематизуючи їх, можна стверджувати, що це: – концентрація географічно суміжних підприємств за єдиними підходами до каналів збуту, комунікації, інфраструктурного забезпечення, туристичних ринків з однаковими перевагами та загрозами; – мережа постачальників, виробників, споживачів, елементів туристичної інфраструктури, наукових інституцій.

Об'єднання туристичних комплексів у створенні різностороннього інноваційного туристичного продукту закладає підґрунтя для залучення інвестицій, розширення сфери своєї діяльності та інфраструктурного вдосконалення галузі. За переконанням О. Д. Коля, «туристичний кластер являє собою комплекс територіально об'єднаних та взаємопов'язаних підприємницьких структур великого міста, діяльність яких спрямована на духовність й емоційність вражень і переживань споживача туристичних послуг, тим самим підвищуючи оцінку конкурентоспроможності туристичного ринку регіону» [8].

Д. Стеченко вважає, що «кластерний підхід у сфері туризму активізує підприємництво через концентрацію ділової активності, відтак сприяє створенню робочих місць, доходів, поліпшенню якості туристичних послуг, життя населення на території його запровадження. Досягається це завдяки зростанню конкурентоспроможності, можливості інтеграції

інтелектуальних, природно-рекреаційних, трудових, фінансових, матеріальних ресурсів у забезпеченні якості виробництва й надання послуг» [9].

У своїх працях Т. І. Ткаченко стверджує, що «практика туризму оперує наборами та комбінаціями туристично-рекреаційних послуг, формуючи комплексний пакет, який підкріплений сукупністю видів туристичної діяльності, які названо кластерами» [10]. У законодавстві України майже не відображено поняття «кластер», незважаючи на те, що нещодавно впроваджено кластерну модель розвитку економіки України, та проектів концепції створення кластерів і концепції національної стратегії формування й розвитку транскордонних кластерів. У проекті Концепції створення кластерів в Україні [11] визначено чотири види кластерів, у тому числі й туристичний. Водночас у концепціях Національної стратегії формування та розвитку транскордонних кластерів указано на пріоритетність транскордонних туристичних кластерів.

Ураховуючи численні дослідження, варто вказати на ознаки диференціації туристичних кластерів: територіальна, що обумовлює відмінність і своєрідність територіально об'єднаних туристично-рекреаційних ресурсів (М. Портер, С. Нордін, Д. Стеченко)[3]; за видами туризму варто врахувати підхід Т. Ткаченка, який пропонує курортно-оздоровчий, культурно-пізнавальний, діловий, спортивний, екологічний, релігійний та розважальний види туризму. Цікавий також галузевий підхід (О. О. Бунаков), згідно з яким кластери поділяються на дискретні, процесні, інноваційні та туристичні [12]. З огляду на досліджувальну проблему, туристичні кластери, які формуються на базі туристичних активів у регіоні складаються з різних підприємств (туристичних операторів, готельно-ресторанного обслуговування, виробників сувенірної продукції, логістичних підприємств). Туристичні кластери є територіально об'єднаними підприємницькими структурами та організаціями в межах

регіону, що прямо або опосередковано пов'язані з використанням туристично-рекреаційних ресурсів, туристичної інфраструктури, обслуговуванням туристів, провадженням популяризації туристичних послуг, перебуваючи в конкурентних відносинах між собою [13].

За переконанням провідних учених, кластерний синергетичний ефект для розвитку та функціонування сфери туризму досягатиметься швидше в регіональному масштабі, адже близькість і тісний контакт учасників кластера дає змогу ефективніше популяризувати туризм у регіоні. У регіонах України існують усі належні умови для створення й розвитку кластерних угруповань у пріоритетних галузях. Особливо привабливі для кластеризації туризму транскордонні регіони України.

Підсилюючими обставинами створення туристичних кластерних утворень є такі:

- конкуренція між підприємствами галузі туризму в регіональному та локальному вимірах;
- концентрація й поглинання дрібних турагентів та туроператорів потужними турагенціями;
- незадовільний рівень туристичної інфраструктури [14].

Ураховуючи синергетичний ефект туристичного кластера, також варто відзначити його міжгалузеву спорідненість. Конкурентні ресурси регіону можна ефективно поєднувати в туризмі та сільському господарстві, у зеленому й науковому туризмі, у промисловому та діловому туризмі. На думку Т. І. Михайліченка, туристичний кластер формує не лишень синергетичний, але й компліментарний вплив завдяки: – координації, обміну, досвіду інноваційних технологій щодо інфраструктури об'єктів дестинації; – підвищенню кваліфікаційних умінь персоналу туристичної галузі; – абстрагуванню від результатів та ефективності діяльності фірм-конкурентів; – використанню особливих режимів оподаткування, інвестування, правового забезпечення та

субсидіювання [15].

Розглядаючи більш детально поняття кластер в туризмі, важливо підкреслити, що його центральним елементом є туристичні ресурси регіону, так як саме заради них на дану територію приїжджають туристи.

Причини створення кластера в туризмі відрізняються від причин створення промислових кластерів. Основними факторами створення кластерних формувань в туризмі є наступні:

1. Специфіка формування і реалізації туристичного продукту, пов'язані з технічними особливостями виробництва туристичного продукту;

2. Географічне розташування туристичного продукту;

3. Доступ до використання унікальних туристсько-рекреаційних ресурсів;

4. При створенні туристичного продукту беруть участь значна частка малого та середнього бізнесу.

Можна виділити наступні види туристичних кластерів та елементи, що для них характерні (таблиця 1.1)

Таблиця 1.1.

Види туристичних кластерів

Вид кластеру	Основні елементи кластеру
Музейні, спортивні, екологічні, етнографічні, санаторно-курортного і т.д.	Формуються на основі наявної туристичної «особливості» регіону. Важливо відзначити, що в одному кластері може бути комбінація атракцій (особливостей).
Водні, лісові, гірські, змішані і т.д.	Формуються залежно від наявних туристичних ресурсів в регіоні
Історично сформовані сучасні	Характеризуються способом формування
Туристичні, рекреаційні, автотуристичні	Залежно від цільової орієнтації споживачів продукції туристичного кластера

Туристичний кластер є новим кроком у співпраці фірм, установ та організацій до формування та просування на ринку туристичного продукту та спільного економічного успіху. До складу туристичних кластерів можуть бути залучені туристичні підприємства, заклади розміщення та оздоровлення, заклади ресторанного господарства, транспортні, страхові та банківські організації, навчальні заклади, які спеціалізуються на підготовці кадрів для туристичної сфери, асоціації та агенції регіонального розвитку і підтримки підприємництва, професійні асоціації розвитку туризму та підтримки туристичних підприємств, органи місцевого самоврядування, інноваційні структури, заклади культури та охорони історичної спадщини. Системний підхід до розробки наукової моделі кластеризації у сфері туризму передбачає виділення і аналіз основних елементів структурного утворення та взаємозв'язків між ними. Для реалізації кластерної моделі в туристичній галузі, на нашу думку, необхідно мати наступні елементи:

- туристичні ресурси – природні, біосоціальні, історико-архітектурні, антропогенні, подійні, тощо

- виробників туристичних послуг;

- достатній розвиток транспортної та комунальної інфраструктури;

- освітні, культурні, та науково-дослідні установи;

- фахівців відповідної кваліфікації;

- систему менеджменту.

Відповідно до специфіки цілей кластерного об'єднання в туризмі, вважаємо, що основою структури туристичного кластеру можуть бути комерційні підприємства, що надають характерні туристичні послуги і займають лідируючі позиції на ринку – тобто туристичні оператори та заклади розміщення, які зацікавлені у підвищенні конкурентоспроможності власного продукту та можуть фінансово та інституційно підтримати діяльність кластеру.

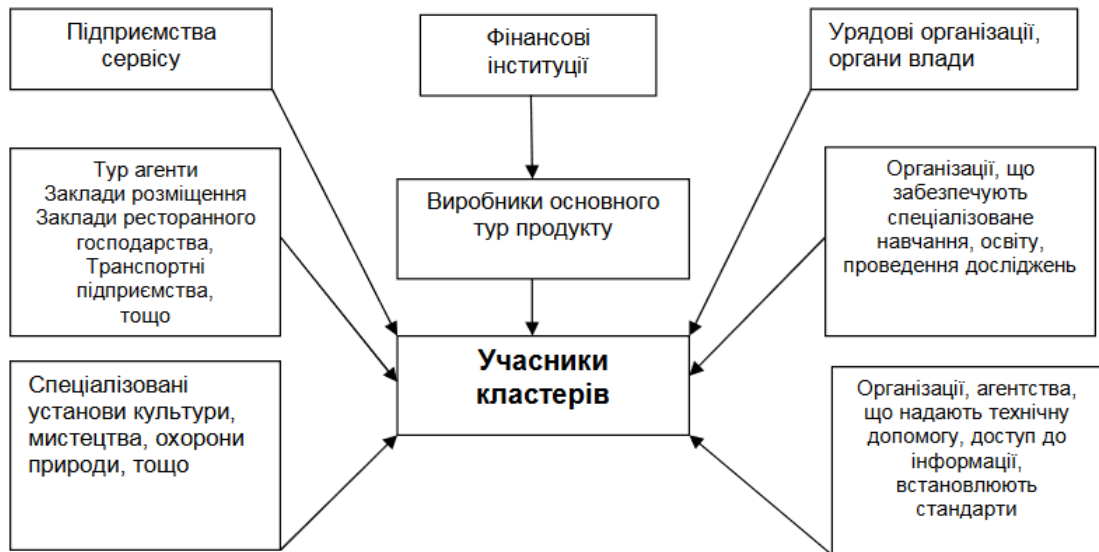


Рис. 1.1. Складові рекреаційно-туристичного кластеру

На основі аналізу специфіки структурних елементів та системних зв'язків у кластерних об'єднаннях, вивчення наукових та статистичних джерел, аналізу практичного досвіду створення та функціонування кластерної моделі у туристичній сфері можна виділити наступну класифікація туристичних кластерів. [16] (таблиця 1.2).

Особливий інтерес щодо подальшої наукової розробки складає дослідження виробничо – туристичних кластерів, формування яких стимулює розвиток інноваційних напрямів туристичного бізнесу як то гастрономічний та винний туризм, промисловий туризм, тощо. Практичне втілення кластерної моделі, особливо її просування з боку державних та регіональних управлінських структур, потребує глибокого методологічного й методичного відпрацювання відповідних механізмів. Необхідність становлення науково обґрунтованих логіко-структурних кластерних моделей зумовлює актуальність дослідження економічної доцільності взаємодії підприємств, організацій, установ, закладів у форматі виробничо– туристичних кластерів.

Таблиця 1.2.

Класифікація туристичних кластерів

Ознака	Тип кластера
за цілями і характером діяльності	туристичні кластери (інформаційно-туристичні, туристично-рекреаційні) – кластерні об'єднання, які створюються для подальшого розвитку та популяризації туристичного продукту конкретної місцевості;
	рекреаційно-курортні кластери (туристично-рекреаційні, санаторно-курортні) - кластерні моделі, центом яких є заклади оздоровлення та лікування (санаторії, курортні готелі, тощо), що спільно розгляють та реалізують туристичний продукт лікувально-оздоровчого призначення.
	кластери сільського зеленого туризму - кластерні об'єднання для формування ринку туристичних послуг за рахунок розвитку малого та середнього туристичного бізнесу у сільській місцевості, створення туристичної дестинації на основі сільського населеного пункту;
	екологічні туристичні кластери – кластерні об'єднання, що забезпечують якісно новий рівень організації туристичної діяльності відповідно до міжнародних та європейських документів щодо сталого розвитку туризму, принципів збалансованого природокористування та репрезентують нові підходи у зацікавленості підприємств туристичної галузі у підвищенні якості навколишнього середовища;
	виробничо – туристичні кластери – об'єднання підприємств та підприємців, що випускають та реалізують продукцію туристичного призначення – сувеніри, брошури, буклети, вироби декоративно-ужиткового мистецтва.
За регіональною належністю учасників	місцеві, які об'єднують представників влади, бізнесу і громадськості одного населеного пункту, як правило, туристичного центру або міста чи села, які мають визначні туристичні ресурси;
	регіональні, які об'єднують учасників, що здійснюють свою діяльність в межах одного регіону (району, області) з метою ефективного використання природно-рекреаційного потенціалу, комплексного розвитку туристичної інфраструктури;
	міжрегіональні та міжнародні туристичні кластери – використовують переваги транскордонного співробітництва для посилення інтегральної конкурентоспроможності туристичної сфери транскордонних регіонів
	мегакластери - об'єднують суб'єктів туристичної діяльності великих європейських регіонів для системного розвитку міжнародного та внутрішнього туризму, покращення міжнародного співробітництва у туристичній сфері
За особливостями створення та функціонування туристичних кластерів	кластери, створені на основі горизонтальної міжгалузевої кооперації підприємств (фірм) з метою підвищення спільного конкурентного потенціалу на ринку туристичних послуг, просування місцевого туристичного продукту, збільшення обсягів збуту вироблених послуг та продукції, активного впливу на місцеву економічну політику;
	кластери, створені на основі багато профільної вертикальної міжгосподарської інтеграції, що будуються за принципом єдиного технологічного ланцюжка на договірній основі або у формі створення об'єднання підприємств на основі чинного законодавства
	становлення багато профільних кластерних утворень з представників влади, громадськості та підприємств сфери туризму та суміжних галузей в межах компактною територією як адміністративно-територіальної одиниці.

1.4. Регіональні аспекти розвитку рекреаційно-туристичних кластерів

Розглядаючи перспективний розвиток процесу кластеризації рекреаційно-туристичних систем регіонів України слід підкреслити той факт, що в даному випадку ринок відповідних послуг розташовується безпосередньо на території таких кластерів (за винятком проведення круїзного туризму) [17]. Багато з визнаних в світі кластерів сформувалися й успішно розвиваються завдяки їх близькому розташуванню від університетських та інших відомих центрів вищої освіти і технічної підготовки. Таке сусідство сприяє доступу кластера до науково-дослідницької діяльності, значно покращує його імідж, дає можливість залучати до свого процес висококваліфікованих фахівців з науковими ступенями та випускників престижних вузів, а також отримувати оперативну науково-технічну інформацію. Наявність в регіоні центрів технічної освіти, дослідницьких лабораторій дозволяє підприємцям з фірм кластера брати участь в створенні високотехнологічних ваучерних компаній. З точки зору перспективи кластеризації рекреаційно-туристичної системи в українських регіонах, фактор наукового забезпечення відіграє важливу роль, оскільки тут зосереджені вищих навчальних закладах, в яких ведеться підготовка фахівців, безпосередньо пов'язаних з економічними, соціальними, екологічними та іншими аспектами діяльності, що проводиться в установах санаторно-курортного лікування, відпочинку і різних видах туризму.

1. Рекреаційно-туристичні кластери - це інструмент для залучення працівників необхідного профілю, оскільки вони можуть відображати відносні розміри, перспективи та соціально-економічну та екологічну доцільність пріоритетного розвитку місцевих видів

господарської діяльності, пов'язаних в тій чи іншій мірі з санаторно-курортним оздоровленням, відпочинком і туризмом. Крім того, в економічно розвинених країнах кластери реалізують різні можливості з працевлаштування та сприяють позбавленню від сумнівів у осіб, які бажають зробити свій вибір при переїзді на нове місце роботи або при зміні виду діяльності всередині регіону [18].

Методика формування рекреаційно-туристичного (РТ) кластера складається з трьох основних етапів

На першому етапі визначається склад РТ кластера. Для цього встановлюється його ядро, що утворюється великої РТ фірмою або групою фірм (здравниць, турфірм, круїзних компаній і ін.), Від якого по вертикалі створюються технологічні ланцюжки взаємопов'язаних з цим ядром підприємств і організацій сфери санаторно-курортного оздоровлення, відпочинку, розваг і туризму. Далі, по горизонталі по відношенню до ядра розподіляються виробництва, що проходять через загальні канали та створюють побічні продукти і послуги. Додаткові горизонтальні ланцюжки встановлюються за принципом використання загальних факторів виробництва, технологій, надання послуг і поставок. До них слід віднести підприємства транспорту і зв'язку, торгівлі і харчування, готелі та житловий фонд приватного сектора, службу біта, фірми, пов'язані з гральним і розважальним бізнесом, екскурсійне бюро, спортивно-оздоровчі комплекси, курортні поліклініки, підприємства з видобутку і переробці природних рекреаційних ресурсів та ін.

На другому етапі відбувається визначення організацій, що забезпечують РТ кластер фахівцями, технологіями, інформаціями, капіталом і інфраструктурою. До них слід віднести навчальні заклади, курси перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів санаторно-курортного оздоровлення, відпочинку і туризму, розваг, екскурсійного та спортивно-оздоровчого обслуговування; науково-дослідні установи,

засоби масової інформації, інвестиційні та маркетингові компанії, комунальні та рятувальні служби і ін.

На третьому етапі визначаються законодавчі структури, що впливають на діяльність учасників РТ кластера, формують правила, норми і стимули, від яких безпосередньо залежать характер і інтенсивність місцевої конкуренції [19]. До таких структур належать: на державному рівні - Верховна Рада України, як вища законодавча влада, в складі якої функціонують Комітет з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту і туризму; Підкомітет з питань розвитку туризму; Підкомітет з питань курортів та рекреаційної діяльності, Кабінет Міністрів України, як вища виконавча влада, що здійснює управління в сфері рекреаційно-туристичної діяльності відповідно до повноважень, встановлених статтею 9 Закону України Указом Президента України «Про заходи щодо розвитку туризму і курортів України», «Про туризм» [20] та статтею 39 Закону України «Про курорти» [21]; Міністерство культури і туризму України (до 2005 р Державна туристична адміністрація), що відповідає за сферу туризму і курортів відповідно до статті 10 Закону України «Про туризм» та Указом Президента України про Міністерство культури і туризму [22], в структурі якого діють Державна служба туризму і курортів та створений на підставі Постанови Кабінету Міністрів України Науковий центр розвитку туризму [23]

Міністерство охорони здоров'я України, яке регулює реабілітаційно-рекреаційну та оздоровчу діяльність санаторно-курортних установ за допомогою Управління материнства, дитинства та санаторної справи; Міністерство охорони навколишнього природного середовища України як спеціально уповноважений орган державного управління в сфері організації, охорони та використання природно-заповідного фонду за допомогою урядового органу - Державної служби заповідної справи; на регіональному рівні - відповідні підрозділи в складі органів державної

виконавчої влади - профільні комісії обласних Рад.

Управління туризму у взаємодії з відповідними міністерствами, республіканськими комітетами, місцевими органами виконавчої влади, громадськими об'єднаннями та асоціаціями з питань формування державної політики в сфері туризму, координує питання співпраці із зарубіжними країнами і міжнародними організаціями, а також проводить ліцензування туристичних послуг.

Відділ рекреаційних ресурсів здійснює реалізацію державної політики в галузі вивчення, використання, розвитку та охорони природних лікувальних ресурсів, лікувально-оздоровчих місцевостей і курортів, забезпечення комплексності освоєння рекреаційних територій, координацію діяльності місцевих виконавчих органів, санаторно-курортних і туристичних установ, наукових і виробничих підприємств з питань рекреаційного природокористування [24].

Крім того, до таких структур необхідно віднести громадські об'єднання та асоціації. В Україні такими є Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, Всеукраїнська громадська неприбуткова організація, Українська асоціація туристичних агентств, Всеукраїнська молодіжна хостел асоціація.

Інтеграція України в світовий економічний простір неможлива без підвищення її конкурентоспроможності, яка в значній мірі зосереджена в регіонах. Одним із шляхів вирішення цієї проблеми є кластерний підхід, що сприяє становленню пріоритетних галузей економіки регіонів, однією з яких, перш за все, для приморських і Карпатських регіонів, є рекреаційно-туристична індустрія.

Характерною особливістю зазначеної сфери діяльності є її регіональна спрямованість, оскільки основним фактором виробництва тут виступають різноманітні природні (і не тільки ресурси рекреаційно-туристичного призначення. У зв'язку з цим основною ознакою формування

об'єднання навколо або конкретно на базі РТ підприємства або організації є територіальна (географічна) приналежність до конкретної місцевості, де сконцентровані дані ресурси. Подібним об'єднанням і може бути кластер [25].

Таким чином, РТ кластер можна визначити як територіальне об'єднання підприємств і об'єктів санаторно-курортного лікування, відпочинку і туризму та (або) суміжних з ними організацій і фірм, які взаємодоповнюють один одного, зберігаючи при цьому право самостійного проведення своєї поточної та стратегічної господарської політики.

В даний час саме кластер здатний забезпечити конкурентні переваги регіонів, завдяки своєму інноваційному змістом. У середині РТ кластера його учасники інтенсивно взаємодіють, обмінюючись сучасними технологіями і оперативною інформацією з метою створення спільного якісного продукту - РТ послуг.

За допомогою кластеризації регіональних РТ систем відбувається інтенсифікація інноваційної діяльності, зокрема, за допомогою:

- доступу до нових технологій і методів РТ роботи;
- оперативного отримання інформації про нові підходи і простеження за діяльністю інших, в т.ч. конкуруючих РТ фірм і організацій;
- спрощеного впровадження новітніх технологій, оскільки учасники кластеру розміщені близько один до одного [26].

У кластерної системі РТ спеціалізації можна об'єднати фірми, підприємства та організації [27]:

- пов'язані з виробництвом і реалізацією туристичної продукції (туристичні і екскурсійні бюро та агентства, круїзні компанії);
- по розміщенню клієнтів (готелі, мотелі, акваель, бази відпочинку, турбази, пансіонати відпочинку, включаючи приватний сектор);
- лікувально-оздоровчі (санаторії, пансіонати лікувального профілю,

курортні поліклініки, бальнео- і грязелікарні і ін.);

- щодо забезпечення харчуванням (ресторани, кафе, їдальні та ін.);
- підприємства-постачальники продуктів харчування;
- служби гірничорятувальні і з порятунку на водах;
- гідрометеорологічну службу;
- рекламно-інформаційні агентства;
- підприємства транспорту і зв'язку;
- підприємства з організації відпочинку та індустрії розваг;
- підприємства торгівлі;
- установи, що забезпечують екологічну безпеку;
- брокерські організації;
- адвокатські і нотаріальні контори;
- підприємства по підвищенню кваліфікації потенціалу трудових ресурсів (наукові та навчальні заклади, курси підвищення кваліфікації працівників, курси іноземних мов; бюро працевлаштування, посередницькі організації по стажуванню РТ персоналу і ін.);
- органи державного і місцевого самоврядування та ін.

Формування РТ кластера дозволяє раціонально експлуатувати відповідні ресурси, удосконалювати організаційну структуру управління учасниками РТ кластера.

Важливо відзначити, що потреби регіонального РТ бізнесу будуть обумовлювати сталий розвиток інших галузей і сфер господарської діяльності; структуру їх підприємств, фірм та організацій; темпи випуску і якість продукції та послуг відповідно до міжнародних стандартів [28].

Для зваженого підходу до участі в РТ кластері необхідно визначити його переваги та недоліки [28]:

- зниження виробничих витрат кожного учасника кластеру, завдяки ефекту масштабу;
- підвищення рівня спеціалізації підприємств-учасників кластера, що,

в свою чергу, дає можливість підвищити якість РТ продукції і послуг;

- оптимізацію природокористування;
- розширення масштабів інноваційної, науково-дослідницької діяльності, впровадження нових технологій і стратегій РТ бізнесу;
- можливість раціональних транспортних перевезень, в т.ч. за допомогою круїзних компаній;
- скорочення ризиків і витрат, пов'язаних з виходом РТ продукції і послуг на нові ринки;
- розширення географічних можливостей ділових РТ операцій;
- подолання законодавчих, митних і торгових бар'єрів;
- взаємодоповнення і взаємозамінність РТ продукції і послуг, що надаються підприємствами, фірмами, організаціями установами-учасниками РТ кластера;
- можливість спільного використання фінансових ресурсів учасників РТ кластера для забезпечення гарантій банковим структурам з метою отримання кредитів;
- посилення конкурентних переваг як учасників РТ кластера, так і всього регіону, де він розташований;
- узгодження зменшення витрат на інформаційне забезпечення всіх учасників РТ кластера;
- підвищення продуктивності праці;
- оптимальне використання трудових ресурсів регіону;
- можливість централізованого управління за рахунок функціонування спеціального органу, загального для всіх учасників РТ кластера;
- державна підтримка зазначеного органу шляхом застосування податкових і митних пільг;
- раціональне використання потенційно доступних регіональних РТ ресурсів;

- просторове розміщення РТ об'єктів і суб'єктів-учасників кластера, на території регіону, що сприяє його сталого розвитку та підвищення рівня життя його жителів.

До наведених вище факторів, що належать до потенційних переваг кластерної організації регіональних РТ систем, необхідно додати такі:

- стимулювання інвестиційної діяльності регіону за рахунок аттрактивності РТ господарського об'єднання для потенційних інвесторів;
- можливість узгодження попиту на РТ продукцію і послуги з пропозиціями серед учасників кластера;
- плідна співпраця з науковими організаціями, що входять до складу РТ кластера, або сторонніми, на взаємовигідних умовах.

Слід звернути увагу на те, що об'єднання РТ та інших підприємств в відповідний кластер, здатне призвести ефект синергії, який виникає в процесі спільної діяльності підприємств та організацій і полягає в отриманні кращих результатів функціонування даної системи, ніж від роботи окремих її складових.

До недоліків, які можна визначити, аналізуючи вищеразсмотренние дослідження, слід віднести, на нашу думку, проблематичність процесу розподілу прибутку між учасниками РТ кластера. На наш погляд, цю проблему можна вирішити відповідно до суми вкладеного капіталу.

В цілому, інтеграція підприємств в РТ кластер має відбуватися з метою підвищення ефективності функціонування його учасників і реалізації завдань, які не в змозі вирішити кожен з учасників в умовах автономної діяльності.

Формування та надання послуг РТ кластерів має орієнтуватися на суспільно-необхідні витрати, які можуть бути базою для порівняння виробничих витрат і результатів функціонування зазначених виробничих об'єднань. При цьому чимала роль відводиться аналізу і моніторингу попиту та пропозиції ринку РТ продукції і послуг, які простежують його

сегментацію, систему ціноутворення, конкурентоспроможність, а також цінові фактори і нецінові детермінанти, що впливають на попит і пропозицію в РТ бізнесі.

За своїм складом, потужності, числу і якості окремих елементів регіональний РТ кластер повинен сприяти його рекреаційним можливостям і максимально відповідати вимогам споживчого попиту на РТ послуги. Для виконання зазначених умов розподіл обмежених ресурсів слід проводити з урахуванням виконання критерію ефективності організації РТ інфраструктури, спрямованого на формування стратегічних цілей розвитку регіонального РТ кластера.

При визначенні ефективності РТ діяльності в регіоні в цілому необхідно враховувати не тільки виробничі результати регіонального РТ комплексу, а й народногосподарський ефект. Так, в системі регіонального РТ комплексу цей ефект може визначатися як сума економічних ефектів, отриманих в сфері виробництва нової техніки, яка використовується РТ підприємствами, і для вдосконалення об'єктів РТ інфраструктури, а також безпосередньо в сфері надання РТ послуг, зокрема, за допомогою відповідних кластерних утворень [29].

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДОСВІДУ ФОРМУВАННЯ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ

2.1. Світовий досвід формування рекреаційно-туристичних кластерів

В даний час умовно виділяють три центри кластерного розвитку: північноамериканський, західноєвропейський і азійський, кожен з яких має свої особливості.

До специфічних характеристик північноамериканських кластерів відносяться:

- історично сформована політика слабого втручання федерального уряду в процес кластерного розвитку;
- відсутність офіційно оформленої державної політики щодо кластерів (у вигляді державних документів і структур, відповідальних за формулювання національної економічної стратегії);
- пріоритет інноваційних кластерів, побудованих на базі і навколо великого університету або наукового центру за допомогою підприємства - галузевого лідера;
- створення специфічного механізму формування кластерів на основі взаємодії університетів, уряду штатів і бізнесу; створення кластерів ініціюють наукові центри та університети разом з компанією-лідером;
- початковий капітал на створення кластера виділяється урядом штату, потім залучаються кошти приватних компаній.

Специфіку західноєвропейського регіону становлять:

активне втручання держави в процес економічного розвитку;

розробка кластерної політики на державному рівні; перехід від макроекономічного регулювання до промислової і технологічної політики, заснованої на розвитку кластерів;

- тенденція до міжнародної інтеграції процесу розробки кластерної політики і регіональних ініціатив під егідою ЄС;
- закріплення кластерної політики в програмних документах, що підлягають схваленню в Європарламенті і законодавчого оформлення;
- державне стимулювання розвитку зв'язків між вузами, дослідницькими інститутами та бізнесом і залучення великих зарубіжних фірм в центри знань і підприємництва;
- формування на базі і навколо міських університетів центрів конкурентоспроможності та високих технологій, технополісів;
- «підтягування» економічно відсталих регіонів за допомогою формування кластерів, заснованих на інноваційних технологіях;
- формування транскордонних кластерів.

Азіатський регіон відрізняється великою варіативністю рівнів розвитку країн, адаптивністю і сприйнятливістю до передового західного досвіду. Специфіка кластерного розвитку в даному регіоні полягає в поєднанні чисто азіатських особливостей з характеристиками західноєвропейських і північноамериканських кластерів. До азіатським характеристик відносяться:

- велика сила східних традицій;
- порівняльна ізоляваність від світових ринків в попередній період розвитку, що зумовило необхідність для азіатських виробників вести жорстку конкурентну боротьбу за вже зайняті ніші на світових ринках;
- активна допомога держави в експансії національних виробників і просуванні вітчизняних товарів на зовнішні ринки; захист внутрішніх

ринків від іноземної конкуренції.

Світова практика свідчить, що в останні два десятиліття процес формування кластерів відбувався досить активно. За оцінкою міжнародних експертів кластеризацією вже охоплено близько 50% економік провідних країн світу. У США в рамках кластерів працює більше половини підприємств, а частка ВВП, виробленого в них, перевищила 60%.

В ЄС налічується понад дві тисячі кластерів, в яких зайнято близько 40% робочої сили. Повністю охоплені кластеризацією датська, фінська, норвезька і шведська промисловості. Завдяки кластеризації економіки, Фінляндія займає провідні місця в світових рейтингах конкурентоспроможності. За рахунок кластерів, що відрізняються високою продуктивністю, ця країна, маючи в своєму розпорядженні всього 0,5% світових лісових ресурсів, забезпечує 10% світового експорту продукції деревопереробки і 25% паперу. На промислові кластери Італії припадає 43% чисельності зайнятих в промисловості і більше 30% обсягу національного експорту. Успішно функціонують кластерні структури в Німеччині (хімія і машинобудування) і Франції (виробництво продуктів харчування, косметики). Активно йде процес формування кластерів в Сінгапурі (в області нафтохімії), Японії (автомобілебудування), Китаї та інших країнах Південно-Східної Азії. У Китаї існує більше 60 особливих зон-кластерів, в яких знаходиться близько 30 тисяч фірм з чисельністю співробітників 3,5 млн. чол. і рівнем продажів - більше 200 млрд. дол. в рік. Досвід країн, що впровадили кластерний підхід в тій чи іншій формі, вивів їх на новий щабель економічного розвитку, зробив свою продукцію конкурентоспроможною на світових ринках, продемонстрував переконливі досягнення високотехнологічних кластерів в різних сферах діяльності.

Європейською комісією приділяється особлива увага формуванню кластерної політики і вивчення процесів еволюції кластерів, так як кластери сприяють регіональному розвитку і подолання економічних

диспропорцій. Так, з 2007 року почала свою роботу Європейська кластерна обсерваторія, яка фінансується Європейською комісією, вона надає інформацію про діючі кластери, що плануються кластерних ініціативах і напрямках кластерної політики тридцяти двох європейських країн.

Одним із завдань, що стоять перед Європейською комісією, є не тільки здійснення заходів протидії кризі глобального і європейського суверенного боргу, а й забезпечення стійкого структурного зростання промисловості в якості основи макроекономічної стабільності. Для її здійснення Європейська комісія впроваджує ініціативи, покликані посилити інноваційну складову і підвищити конкурентоспроможність європейської економіки. Основні інтереси зосереджені на підтримці сфери розвиваються індустрій і їх ролі в якості стимулу економічного росту. Країни, що розвиваються індустрії в цілому можна характеризувати як створення "абсолютно нової виробничого ланцюжка вартості, або радикальної трансформації існуючої, рухомої проривний ідеєю (або сукупністю ідей) і веде до перетворення цієї ідеї в нові продукти / послуги з більш високою доданою вартістю

Нині значну роль відіграють кластери також і у розвитку індустрії туризму. Вони стають ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі та розвитку регіонів. Йдеться про активне застосування кластерного підходу в організації різних видів туризму: культурно-пізнавального, етнографічного, лікувально-оздоровчого, спортивного, екологічного (екотуризму), сільського «зеленого» і т.д.

Активно діючі туристичні кластери за рахунок синергетичного ефекту зберігають і раціонально використовують природний і культурний потенціал регіону, сприяють залученню інвестицій, створенню робочих місць, підвищенню кваліфікації працівників, розвитку інфраструктури, стимулюють інноваційні процеси, підтримують розвиток різних видів

підприємництва, повноцінно задовольняють потреби людей у туристичних послугах.

Кластерний підхід до розвитку туристичної галузі успішно реалізовується в таких країнах, як Італія, Угорщина, Франція, Ірландія, Норвегія, Російська Федерація, Польща, Естонія. В Італії кластерна організація туризму має високий рівень наукового обґрунтування. Наприклад, у деяких областях країни встановлено особливі умови, які є підставою для їх створення: передумови для розвитку кількох видів туризму, значні туристичні ресурси, значущість туристичної зони тощо.

Приклади кластерів в Італії:

- туристична система “Тразименське озеро” (Умбрія);
- “Салінунтінські терми” (Сицилія);
- “Адріатичне море і берег”, “Міста мистецтв, культури та бізнесу” (Емілія-Романія).

У Франції туристичний кластер “Ніцца” щороку відвідують кілька мільйонів туристів. Подібні моделі на високому рівні функціонують у Греції, Шотландії, Бельгії, Іспанії, Ірландії. У Російській Федерації велику популярність має туристичний кластер міст північно-західної частини країни (Великий Новгород, Псков, Вологда, Смоленськ) [30].

У 2007 р. у Польщі були заснований кластер туризму та регіонального розвитку «Сонце регіону» в місті Скаржисько-Кам’яній (Свентокшиське воєводство) з метою впровадження сучасних технологій у туристичному секторі і північно-східний інноваційний туристичний кластер «Кришталь Європи» в Сувалках (Підляське воєводство). У Норвегії кластерний підхід сприяє задоволенню потреб людей в активному відпочинку на природі протягом зимового сезону. Крім цього, особливу популярність отримав інноваційний туризм «Фьорд» (фьорди – чудові морські затоки) та інноваційний гірський туризм [31].

У 2011 р. з метою підвищення конкурентоспроможності туристичної

галузі в Естонії був створений кластер оздоровчого туризму. Завдяки цьому до 2020 р. Естонія планує стати одним з лідируючих лікувальних курортів у світі. До об'єднання увійшли оздоровчі центри, санаторії, спа-курорти, а також туристичні та транспортні підприємства, наукові заклади. Співпраця учасників кластеру спрямована на розвиток новітніх товарів і послуг оздоровчого туризму, зростання якості та популярності товарів, а також послуг курортного лікування в Естонії і за кордоном. Водночас в Естонії успішно діє транскордонний кластер гостинності. Даний туристичний кластер заснований на співпраці північного заходу Росії (Ленінградська область, у т.ч. Санкт-Петербург) та північного сходу Естонії (регіон Іда-Вірумаа). Він включає в себе низку туристичних та екскурсійних фірм, курортів, готелів, ресторанів, закладів громадського харчування, транспортних підприємств, виробників рекламної та сувенірної продукції [32].

Прикладом тематичного туристичного кластера може служити кластер винного туризму, що склався в Долині Напа (штат Каліфорнія, США). Долина Напа - відомий в світі район виноробства і туризму. Щорічно в ньому реєструється до 5 млн прибутків з туристськими цілями, головним чином, для відвідування виноградників і дегустації вина. Каліфорнійський кластер виноробів один з найбільш великих кластерів в США. Творець ідеї Р. Мондаві задумав перетворити Долину Напа в головний виноробний район США, де проводилися б кращі американські вина. Він поєднав останні американські досягнення в області технології, менеджменту і маркетингу з європейським мистецтвом і традиціями виноробства, змінив відносини між виноградарями і винними заводами. Його інновації набули широкого поширення, були створені умови для освіти кластера. Згодом виноробний кластер обрив зв'язками з іншими організаціями та кластерами, в тому числі туристичними [33].

Туристичні кластери вважаються дієвим стимулом збереження та

популяризації вітчизняної культури, зростання іміджу країни. Туристичний кластер являє собою концентрацію на певній території взаємопов'язаних підприємств, фірм та закладів, які займаються розробкою, виробництвом, просуванням і продажем туристичного продукту, а також діяльністю, суміжною з туризмом і рекреаційними послугами [34]. У процесі створення такого кластера необхідно враховувати природно-кліматичні, соціально-економічні, культурноісторичні переваги місцевості. Туристичний кластер поєднує в собі туристичні ресурси (природні багатства, культурні надбання), туроператорів та турагентів, заклади розміщення та харчування, транспортні і фінансові організації, наукові і лікавальні заклади, підприємства роздрібної торгівлі, виробників сувенірної продукції, поліграфічні фірми, страхові компанії, органи державної влади, громадські організації та інше.

Зарубіжний досвід розвитку кластерів свідчить, що нормальна ринкова конкуренція і природна географічна близькість елементів галузевих кластерів забезпечують добровільну цілеспрямовану кооперацію й оптимізацію взаємовідносин в інноваційному ланцюжку “розробник – виробник–споживач”. У туристичній галузі: авіап перевезення (транспорт) – готелі (засоби розміщення) – ресторани (зклади харчування) [35].

Перевагами кластерної моделі організації туристичної індустрії є: взаємовигідне співробітництво (обмін інформацією, технологіями, досвідом, підвищення кваліфікації працівників); збереження і раціональне використання природного та культурного потенціалу регіону; підвищення привабливості територій для інвестування; розвиток інфраструктури; стимулювання інноваційних процесів, підтримка різних видів підприємництва, створення нових робочих місць; розширення асортименту туристичних послуг та підвищення їх якості. Також важливим є те, що кластерна модель окрім співпраці передбачає і конкуренцію між учасниками.

2.2. Конкурентні кластери світових країн на ринку рекреаційно-туристичних послуг

Країни, які залучають найбільшу кількість іноземних туристів і отримують значні доходи від експорту туристичних послуг, як правило, мають високий рівень міжнародної конкурентоспроможності на світовому ринку туризму. Урядам країн важливо знати конкурентів з близьким рівнем туристського потенціалу, розуміти слабкі і сильні сторони національної туристичної галузі в порівнянні з конкурентами, щоб коректно визначати пріоритетні напрямки розвитку туризму і позиціонувати туристські дестинації. Суб'єктам туріндустрії необхідно розробляти конкурентні стратегії і способи їх реалізації на світовому ринку туристичних послуг.

Для оцінки рівня конкурентоспроможності країн на світовому ринку туристичних послуг можна використати наступний ряд показників [36]:

1. Факторні умови:

Об'єкти; присутність провідних компаній по оренді транспортних засобів; доступність професійної підготовки кадрів; доступність спеціалізованих освітніх послуг; об'єкти всесвітньої природної спадщини; якість навколишнього природного середовища; різноманітність тваринного світу; об'єкти всесвітньої культурної спадщини; спортивні стадіони; частота проведення міжнародних виставок і ярмарків

2. Умови попиту:

Індивідуальне користування Інтернетом; користування стаціонарними телефонними лініями; користування мобільним зв'язком; тривалість життя; доступність джерел питної води; паритет купівельної спроможності; рівень оподаткування; рівень цін на паливо; доступність медичного обслуговування; якість системи освіти; ставлення населення до

іноземних відвідувачам; рекомендований туристичне продовження бізнес-поїздок.

3. Споріднені та підтримуючі галузі:

Розвиток охорони здоров'я; якість авіатранспортної інфраструктури; розвиток внутрішніх і міжнародних авіаперевезень; стан дорожнього господарства; якість залізничної інфраструктури; якість портової інфраструктури; якість мережі наземного транспорту; щільність доріг; банкомати, що приймають карти платіжної системи VISA; використання ІКТ-інфраструктури для операцій B2B; використання Інтернету для B2C-операцій; розвиток креативної індустрії.

4. Стратегія фірми:

Вартість квитків і величина аеропортових зборів; кількість авіаперевізників; індекс цін на розміщення в готелях; кадрова політика; легкість найму іноземної робочої сили; ефективність маркетингу і брендингу для залучення туристів; орієнтованість на клієнта.

5. Випадкові події:

Втрати бізнесу від тероризму; втрати бізнесу від епідемічних захворювань та ін.

6. Державна політика:

Захист прав власності; відкритість країни для прямих іноземних інвестицій; візовий режим; прозорість державної політики; процедура відкриття бізнесу; строгість екологічного регулювання; практика застосування природоохоронного законодавства; якість навколишнього природного середовища; охорона рідкісних і зникаючих видів тварин і рослин; заходи щодо зниження криміногенної обстановки; надійність роботи правоохоронних органів; дорожньо-транспортні пригоди; пріоритетність розвитку сектора туризму і подорожей для державних органів; державні витрати на розвиток сектора туризму і подорожей.

За цими показниками дослідниками країни було поділено на 10

кластерів [37] (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1

Кластери конкурентоспроможності країн світу в туризмі

Рівень конкурентоспроможності	Країни (стан на 2015 рік)
1	Швейцарія, Німеччина, Австрія, Велика Британія, Франція, Нідерланди, Бельгія, США, Канада, Австралія, Швеція, Нова Зеландія, Ісландія, Фінляндія, Ірландія, Данія, Норвегія, Японія, Республіка Корея, Сінгапур
2	Іспанія, Португалія, Італія, Чехія, Греція, Хорватія, Словенія, Угорщина, Польща, Латвія, Литва, Ізраїль, Словаччина, Люксембург
3	Гонконг, ОАЕ, Тайвань, Катар, Пуерто-Ріко, Бахрейн, Оман, Саудівська Аравія
4	Мальта, Барбадос, Кіпр, Естонія, Сейшели, Коста-Рика, Маврій, Уругвай, Бруней, Китай, Індонезія
5	Панама, Тайланд, Мексика, Туреччина, Чілі, Іорданія, ПАР, Марокко, Шрі Ланка, Малайзія, Росія, Чорногорія, Пуерто-Ріко
6	Індія, В'єтнам, Філіппіни, Єгипет, Іран, Таджикистан, Пакистан, Бангладеш
7	Болгарія, Грузія, Румунія, Ліван, Македонія, Албанія, Азербайджан, Вірменія, Тринідад та Тобаго, Казахстан, Сербія, Боснія та Герцеговина, Монголія, Кувейт, Молдова, Киргизія, Венесуела, Алжир
8	Бразилія, Аргентина, Ямайка, Перу, Еквадор, Колумбія, Домініканська Республіка, Гондурас, Гватемала, Сальвадор, Україна
9	Кабо-Верде, Намібія, Гамбія, Ботсвана, Суринам, Гвіана, Руанда, Замбія, Свазіленд, Лесото
10	Нікарагуа, Кенія, Камбоджа, Сенегал, Танзанія, Болівія, Непал, Парагвай, Уганда, Гана, Зимбабве, Ефіопія, Камерун, Малаві, Мозамбік, Кот-д'Івуар, Нігерія, Буркіна Фасо, Малі

Перший кластер характеризується різноманітними видами матеріальних ресурсів туризму. Природні та культурні ресурси зазначених країн дозволяють сформувати диверсифікований турпродукт за всіма видами туризму, за винятком пляжного відпочинку на морському

узбережжі для деяких країн (Швейцарія, Німеччина, Австрія та ін.). Для кластера характерна різноманітність і високу якість матеріальної бази туризму, однак, не витримує цінової конкурентоспроможності з розташованими нижче кластерами. Конкурентною перевагою кластера є сприятливий стан навколишнього середовища, строгість у дотриманні екологічних норм, що дозволяє розвивати природно-орієнтовані види туризму. Державна політика сприяє формуванню сприятливого припливу іноземних туристів соціально-економічного і політичного клімату. Однак деякі напрямки державного регулювання, зокрема міграційна політика, перевантажена формальностями щодо іноземних туристів.

Другий кластер багатий різними видами високоякісних матеріальних ресурсів туризму, які виступають явним факторним перевагою. Природні та культурні ресурси дозволяють сформувати диверсифікований турпродукт як з орієнтацією на пляжний відпочинок (Іспанія, Греція, Хорватія та ін.), Так і інші види туризму з вираженою культурно-історичної складової. Крім того, активний розвиток креативної індустрії і наявність конгресно-виставкових майданчиків формує ділової турпродукт. Державна політика сприяє пріоритетного розвитку туристичної галузі та максимально сприяє притоку іноземних туристів. Кластер об'єднує країни з розвиненою і високоякісної базою матеріальних ресурсів туризму, де явним конкурентною перевагою виступає інфраструктура наземного транспорту.

Країни третього кластера наділені різноманітними видами матеріальних ресурсів туризму, серед яких особливо виділяється авіатранспортна інфраструктура. Державна політика, особливо міграційні формальності, неолояльні до багатьох категорій іноземних туристів. Кластер представлений країнами, що не мають тривалих традицій у розвитку туризму в силу історичних обставин. Особливість кластера - то, що частина країн володіє великою кількістю природних ресурсів, що

відносяться до об'єктів всесвітньої спадщини (38 - в загальному по кластеру, вдвічі більше показника першого кластера) - Тайвань, Малайзія, Пуерто-Ріко. В інших представників кластера (Гонконг, ОАЕ) природні ресурси, здатні викликати туристський інтерес, практично відсутні. Культурні ресурси представлені в основному досягненнями сучасної архітектури і мистецтва. Однак для кластера характерна наявність висококласних матеріальних ресурсів, особливо транспортної інфраструктури. Державна політика формує найбільш високий рівень безпеки, що є конкурентною перевагою кластера, на відміну від цінової політики, яка представляє слабе місце туристичної індустрії даних країн.

У четвертому кластері культурні і природні ресурси дозволяють в деяких країнах виділити явний пріоритет розвитку пляжного відпочинку (Кіпр, Барбадос, Сейшели, Маврикій) або ділового напрямки туризму (Мальта, Люксембург, Естонія, Китай), завдяки вкрай високою клієнтоорієнтованості і зацікавленості місцевого населення в іноземних туристах. Державна політика спрямована на формування сприятливого іміджу країн кластера і пріоритетний розвиток туристичної галузі.

Країни п'ятого кластера характеризуються досить розвиненими матеріальними ресурсами, проте, в середньому, вдосконалення вимагає транспортна інфраструктура. При цьому країни мають культурними і природними ресурсами, що дозволяють пропонувати диверсифікований турпродукт за відносно низькими цінами, за винятком транспортної складової. Державна політика сприяє збереженню і підтримці навколишнього середовища, однак недостатньо націлена на просування і розвиток туристичної галузі.

Шостий кластер об'єднує країни, головною конкурентною перевагою яких служать природні і культурні ресурси. Однак матеріальна база туризму відрізняється ціновим та якісним розмаїттям тільки по об'єктах розміщення. Транспортна інфраструктура потребує розвитку і

модернізації, стандарти гігієни не завжди дотримуються, необхідно покращувати підготовку кадрів і підвищувати ступінь безпеки іноземних туристів.

Сьомий кластер представлений державами, для яких туристська галузь не є основним джерелом доходів і не знаходиться в пріоритеті для розвитку з переважною орієнтацією на створення умов для відпочинку. За цінової конкурентоспроможності даний кластер програє вищим, оскільки країни, що входять в нього, відчувають інфраструктурні проблеми в поєднанні з недостатньо високою якістю обслуговування і невідповідним ціноутворенням. Матеріальна база потребує інвестицій і подальший розвиток, особливо це стосується транспортної інфраструктури і об'єктів розміщення. Конкурентної слабкістю виступають також питання підготовки кадрів, медичного обслуговування, забезпечення безпеки.

Восьмий кластер включає в себе переважно країни Латинської Америки і Карибського басейну. Відрізняється недостатньо розвиненою матеріальною базою туризму і слабкими показниками забезпечення безпеки. Разом з тим, насичені природні ресурси поєднуються з достатньою кількістю об'єктів історико-культурної спадщини, що сприяє створенню диверсифікованого турпродукту. Однак туристський сектор слабо підтримується родинними галузями, що позначається на стані інфраструктури, питаннях просування, медичного обслуговування.

Дев'ятий кластер об'єднує країни Африканського континенту, які докладають значних зусиль для розвитку туристичного сектора. Держава визнає туризм пріоритетом, однак зроблених інвестицій недостатньо для повноцінного розвитку туризму. При цьому існує потреба у поліпшенні показників медичного обслуговування та гігієни, інфраструктурних умов, підготовки кадрів і забезпечення безпеки іноземних туристів.

Десятий кластер представлений країнами з різноманітним культурно-історичним і природним потенціалом для залучення туристів, ефективно

використання якого обмежується багатьма факторами. Конку rentної слабкістю визнаються практично всі фактори, особливо, стан матеріальної бази туризму, питання забезпечення безпеки, підготовки кадрів, пріоритетного розвитку туристичної галузі.

Низький рівень України обумовлено неефективністю державної політики в сфері туризму, недоліками інфраструктури туризму, політичною нестабільністю, та рядом інших факторів. На нашу думку, формування регіональних рекреаційно-туристичних факторів сприятиме подальшому розвитку цієї сфери та може забезпечити більш високий рівень конкурентоспроможності нашої країни на світовому ринку туристичних послуг.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА МОЖЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ В УКРАЇНСЬКОМУ ПРИЧОРНОМОР'І

3.1. Створення туристичних кластерів як основа сталого розвитку Українського Причорномор'я

На сьогоднішній день багатий туристично-рекреаційний потенціал українського Причорномор'я є цілком достатнім для залучення як іноземних так і українських туристів, проте поки використовується не в повній мірі. Саме він створює регіону імідж одного з найвідоміших і популярних в Україні, що мають глобальне національне і міжнародне значення. Однак, не дивлячись на це, Україна значно відстає від більшості європейських країн за рівнем розвитку туристичної галузі в цілому, а туристопоток не тільки в області, а й по всій країні зменшується з кожним роком. Нинішній стан інфраструктури та логістики в регіоні, як важливих складових туристичного потенціалу, знижують конкурентоспроможність і гальмують розвиток туризму, та як наслідок – результативність туристичної діяльності регіону.

Разом з природним туристичним потенціалом Азовського моря приморський регіон України може забезпечити одночасне перебування 3,5 млн. Рекреантів. Також одним з визначальних ресурсів є м'який, помірно-континентальний і субтропічний клімат (120-140 сонячних днів в році, середня температура в червні-серпні 22-23 ° С, температура морської води влітку 18-23 ° С). Приморський регіон володіє значними запасами мінеральних вод і лікувальних грязей. Запаси лікувальних грязей складають майже 28,8 млн. МЗ. Найбільша частка сульфідно-мулових грязей доводиться на Куяльницький, Шаболатський, Тилігульський

лимани. Мають високу аттрактивністю унікальні природні ландшафти Одеські лимани, піщані коси, а також природно-заповідні території та пам'ятники архітектури, історії і мистецтва, в тому числі унікальні диегредической поселення Ольвія, Херсонес, Тіра. [38]

Згідно актуалізовані Стратегії економічного і соціального розвитку Одеської області до 2020 року, протяжність морських і лиманних узбереж від гирла Дунаю до Тилігульського лиману перевищує 300 км і з'єднує п'ять портів - Одеса, Чорноморськ, Білгород-Дністровський, Ізмаїл та порт Рені. В пониззі великих річок регіону - Дунаю і Дністра, лиманів, на морському узбережжі і в шельфовій зоні розташовані високоцінні й унікальні природні комплекси, водно-болотні угіддя та екосистеми. На території області існують 123 території та об'єкти природно-заповідного фонду - Дунайський біосферний заповідник, Дунайські і Дністровські плавні, ландшафтний парк «Тилігульський», ботанічний сад Одеського національного університету ім. І.І. Мечникова, 22 парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва тощо. (рис 3.1)



Рис.3.1. Рекреаційно-туристичні ресурси Українського Причорномор'я

Обґрунтування стратегічних цілей і завдань розвитку туристичної індустрії вимагає з'ясувати конкурентні переваги та потенційні загрози, які поступатимуть із зовнішнього середовища, можливості та слабкі сторони. [39] (таблиця 3.1)

Таблиця 3.1.

Конкурентні переваги та недоліки туристичного потенціалу
Українського Причорномор'я

Конкурентні переваги	Конкурентні недоліки
<p>наявність великої кількості об'єктів туристичного показу;</p> <p>зручність положення Миколаївської, Херсонської та Одеської областей відносно Чорного та Азовського морів;</p> <ul style="list-style-type: none"> - зручність геополітичного положення; - сприятлива середня температура липня місяці; - високий рівень забезпеченості цінними природними лікувальними ресурсами, що справляють великий інтерес у вітчизняних та іноземних туристів; - висока рекреаційна придатність природних та антропологічних ландшафтів для пішогохідного туризму, пляжно-купального відпочинку, оздоровчо-естетичних прогулянок, альпінізму, риболовля, бальнеолікування тощо; - унікальні пейзажно-естетичні властивості ландшафту (ареали ландшафту – лісові, лукові, степові, скельні, болотні, озерна) та їх сполучення – лісо-лукові, озерно-болотні, рідколісся тощо; - традиція проведення фестивалів, ярмарків, розвиток спринту, що сприяють формуванню привабливого іміджу регіону; - багатство баштанних культур, овочів, винограду і ін. 	<ul style="list-style-type: none"> - відсутність функціонального зонування на заповідних територіях; - недостатньо розвинута туристська інфраструктура, низька забезпеченість готелями з високою вартістю проживання в них; - недостатня тривалість туристичного сезону, зумовлена відсутністю необхідної інфраструктури; - невідповідність переважної більшості туристичних закладів міжнародним стандартам; - відсутність системи управління та регулювання процесом розвитку сфери галузі туризму; - повільні темпи зростання обсягів інвестицій у розвиток матеріальної бази туризму в регіоні; - недостатня забезпеченість туристичної галузі висококваліфікованими кадрами; - впевненість туристів у низькій якості туристичних послуг; - висока залежність туристичної діяльності від погодних умов; - неготовність місцевих жителів до прийому туристів і відпочивальників; - пасивність місцевої влади щодо сприяння розвитку туризму на місцях; - погіршення стану довкілля, що ускладнює діяльність; - незадовільний транспортний зв'язок; - відсутність співпраці держави, бізнесу і суспільства; - брак бюджетного фінансування сфери туризму.

На нашу думку, формування туристичного кластера сприятиме створенню сучасного конкурентоспроможного туристичного комплексу. Його функціонування забезпечить широкі можливості для забезпечення зайнятості місцевого населення і задоволення потреб громадян в туристських послугах. Внесення значного внеску в розвиток економіки здійснюється за рахунок податкових надходжень до бюджету, припливу іноземної валюти, збільшення кількості робочих місць, збереження та раціонального використання культурного та природного потенціалу.

За допомогою кластерів органи влади можуть ефективніше використовувати нові ринкові тенденції для соціально-економічного розвитку регіону, поєднуючи оцінки всередині кластера (як учасник кластера) і розуміння зовнішніх макроекономічних факторів, соціально-політичних тенденцій і реалій.

Кластерний підхід надає органам влади інструментарій ефективної взаємодії з бізнесом, більш глибокого розуміння його характерних показників і тактичних завдань, дає можливість цілеспрямованого, реального і мотивованого стратегічного планування ресурсів регіону, розвитку територій.

Успіх кластерів зміцнює і розвиває економічну ситуацію в регіоні, сприяє економічному зростанню регіону, тому кластери мають політичну значимість для органів влади, в першу чергу, в зв'язку з виконанням соціальних зобов'язань перед населенням.

В рамках кластера органи влади можуть підвищити ефективність ініціатив зі стимулювання активізації приватного сектора економіки.

Наприклад, субсидування програм підготовки і перепідготовки кадрів відкриває нові можливості перед підприємцями, робітниками і фахівцями; для бізнесу - можливість реального забезпечення конкурентоспроможності бізнесу в майбутньому (поліпшується кадрова інфраструктура, з'являється інфраструктура для досліджень і розробок,

знижуються витрати, з'являються можливості для більш успішного виходу на міжнародні ринки), можливість ділитися позитивним досвідом і знижувати витрати, спільно використовуючи аналогічні послуги і постачальників .

Зниження витрат відбувається внаслідок ефекту масштабу, який проявляється при кооперації виробників і споживачів. Цей ефект використовується і поза кластерних утворень, однак глибина координації, тісні партнерські зв'язки учасників кластера дозволяють отримати значно більше вигоди в аналогічні тимчасові періоди. Кластери стимулюють значне підвищення продуктивності праці і впровадження інновацій. Постійна взаємодія сприяє формальному і неформальному обміну знаннями, співпраці між організаціями з взаємодоповнюючими активами і професійними навичками. Для малих і середніх підприємств кластер може істотно знижувати бар'єр виходу на ринки збуту продукції і поставок сировини і матеріалів, робочої сили. Використовуючи репутацію кластера, підприємства малого і середнього бізнесу отримують нові можливості доступу до фінансових ресурсів. Імідж кластера переноситься зовнішніми по відношенню до кластеру партнерами і на окремі підприємства.

3.2. Туристичний кластер "Соляна дорога" (Херсонська область)

Цього літа дев'ять територіальних громад на Херсонщині підписали Меморандум про співпрацю в рамках проекту «Туристичний кластер «Соляна дорога». Це комплексний інфраструктурний проект зеленого туризму, заснований на історії та культурному надбанні Таврії. Маршрут, яким кілька століть тому чумаки возили сіль із Криму.

Мета кластеру - утворити мережу садиб зеленого туризму та запропонувати туристам унікальні розваги у степах, якими колись чумаки ходили за сіллю. На сьогодні цей туристичний коридор протяжністю в 250 кілометрів об'єднує більше 15 населених пунктів та має 38 локацій і 15 інвестиційних пропозицій. [40]

Ідея спільної ініціативи зародилася у голів громад Асканія-Нова та Присиваської ще в 2016 році. Кожна з громад має туристично-привабливі об'єкти, своїх туристів, які щороку приїздять прогулятися дендропарком та заповідником, помилуватися красою Лемурійського озера. Проте зазвичай вони залишаються лише на 1-2 дні. «Соляна дорога» - це свого роду Greenways, що за визначенням означає багатофункціональний туристичний коридор для пересування безмоторним транспортом чи пішохідним способом, який пролягає вздовж природних об'єктів, історичних торгових шляхів тощо. Greenways є основою для сталого туризму, популяризації здорового способу життя, а також місцевих ініціатив соціального характеру і реалізації інвестиційних проектів.

На 2019 рік було заплановано залучення туристів на частину туристичного коридору, другим етапом буде пропрацювання відгалужень на шляху, можливе додавання туристичних локацій та закільцювання туристичного коридору через західну частину Херсонщини.

За даними, зібраними за допомогою оператора мобільного зв'язку Київстар, в травні-серпні 2019 року на території Генічеського, Голопристанського, Каланчацького та Скадовського районів, побували 1,7 туристів. Усього за 9 місяців поточного року Херсонщину відвідали близько 3,9 млн туристів. Найбільше гостей приїздить до Херсонщини із Запорізької, Дніпровської, Миколаївської, Київської і м. Київ, Хмельницької областей. [41]

Портрет туриста, що відвідує Херсонщину: люди молодого віку, 58% з яких подорожують з сім'ями, 68% із них приїхали на Херсонщину

повторно. У середньому турист проводить на території області 4-10 днів, одна людина витрачає на відпустку близько 4-5 тисяч гривень. Чим більш тривалішим є відпочинок, тим менше коштів у середньому рекреант витрачає на нього. 80% гостей приїжджають на пасивний пляжний відпочинок.

У туристичній географії Херсонської області практично відсутня диференціація в залежності від категорій рекреантів. Немає курортів, які б спеціалізувалися на молоді чи старших людях, любителях природи чи поціновувачах активного чи пасивного відпочинку. Через це часто відбуваються нарікання на «перевантаженість», «шашликовий смог», «шумове забруднення». Загалом співвідношення ціни та якості відпочинку отримує впевнену оцінку «добре», досить позитивне ставлення туристів до свого відпочинку за більшістю аспектів найчастіше обумовлено не стільки високими стандартами відпочинку й обслуговування, який пропонується на курортах Херсонщини, скільки відповідністю цього відпочинку очікування та відсутністю завищених вимог. Сфера послуг на курортах Херсонщини впоралася з задоволенням базових потреб туристів в проживанні та харчуванні, проте є необхідність працювати над задоволення потреб вищого рівня – благоустрій, культурне життя.

Херсонщина має невизначений імідж – для значної частини рекреантів вона асоціюється насамперед із морем і сезонними овочами та фруктами. Також для частини опитаних Херсонщина – це унікальні природні об'єкти, а саме – степові пейзажі, Олешківські піски, Асканія-Нова, острів Джарилгач. Простежується попит на ландшафти, що не зазнали антропогенної перетвореності, екологічний туризм. Однак, простежується майже нульова обізнаність щодо історичної спадщини, природних об'єктів, знакових постатей, особливостей регіональної культури. При чому це спостерігається і при в'їзді до області, й після перебування на відпочинку. [42]

Існує проблема з медичним обслуговуванням на курортах, на пляжах часто відсутні рятувальники та пункти надання допомоги, багатьох туристів відштовхує транспортна ситуація в області (відсутність комфортабельних перевезень, автотранспортних інтернет-сервісів, а в самих автобусах розрахунок часто йде без касового апарату). Не вистачає інфраструктури на пляжах, часто курорти виглядають недоглянутими в очах туристів через недостатність дотримання санітарно-гігієнічних вимог.

Однак, більшість рекреантів, які цього літа відпочивали на Херсонщині, планують приїхати на відпочинок сюди знову. Бажання повернутися тим більше, чим більше разів відпочивальники бували у Херсонській області до цієї поїздки. Серед тих, хто відвідав Херсонщину вперше цього літа, 84% розглядають можливість приїхати знов, більше половини каже впевнено, що повернуться.

Проект «Соляна дорога» не потребує бюджетних «вливань», адже до його реалізації будуть залучатися місцеві підприємці. Також утворення кластеру розраховано на багато років, упродовж яких послуги та пропозиції для туристів вдосконалюватимуться. Якщо такий туристичний бізнес виявиться успішним і з комерційної точки зору, до нього запрошуватимуть приєднатися й інші громади.

Очікується, що за умови запланованої реалізації проекту greenways «Соляна дорога» до 2025 року туристопоток буде збільшуватися щорічно на 30% від попереднього року, і до 2025 року регіон відвідають мінімум 100 000 додаткових туристів. Це, в свою чергу, дозволить збільшити надходження до місцевих бюджетів. [43]

Херсонщина славиться курортним відпочинком, оскільки має вихід до морів. А вже від цього літа тут розвиватиметься відпочинок активний, або, так званий, сільський туризм. Протягом наступних п'яти років у Таврії будуть відкриватися еко-ферми та «зелені» садиби, будуватимуться готелі і дороги. Сюди запрошуватимуть на фестивалі, форуми і конференції.

Громади, яке це придумали, підраховали: щороку кількість відвідувачів буде збільшуватися на 30 відсотків і вже до 2025 року регіон відвідають 100 тисяч додаткових туристів.

Проект відповідає одній із Цілей сталого розвитку, оскільки сприятиме постійному економічному зростанню Херсонської області, дозволить створити нові робочі місця та забезпечить людей продуктивною зайнятістю.

«Соляна дорога» створена за європейською моделлю Greenways. Це багатофункціональний туристичний коридор для пересування безмоторним транспортом чи пішохідним способом, який пролягає вздовж природних об'єктів та історичних торгових шляхів. Greenways є основою для сталого туризму, популяризації здорового способу життя і місцевих ініціатив соціального характеру, а також реалізації інвестиційних проектів.

Новоутворений туристичний маршрут привабливий не лише локаціями. Його унікальність – в організації господарювання. «Соляна дорога» є кластерною структурою. Тобто об'єднує окремі локації в один туристичний продукт [43].

Херсонщини, проходить через острів Козацький, Каховку і Нову Каховку та прямує до моря через три територіальні громади. Відтворили його Тавричанська, Асканійська та Присиваська об'єднані громади. Кожна має свої родзинки – від Лемурийського озера та відомого на весь світ заповідника Асканія-Нова до локацій гастрономічного туризму з крафтовими смаколиками та в'яленим мармуровим м'ясом.

Містам-учасникам проекту також є чим вразити туристів. У Новій Каховці можна зайти на дегустацію марочних коньяків «Таврія» та зробити селфі біля кам'яних вишиванок – витворів Григорія Довженка. Бериславський район красивий водоспадами і плавнями дельти Дніпра. А ще тут є унікальна Введенська церква і Кам'янська Січ. Поціновувачам

старовинної архітектури буде цікаво відвідати руїни міста-фортеці Кизикермен і палацу князя Трубецького [41].

«Соляна дорога» обіцяє привести до успіху і місцевих підприємців. Адже чим більше туристів завітають на Херсонщину, тим більше грошей вони там залишать. Можна підвищити ціни на туристичні продукти та послуги. Покращити їх якість і розширити асортимент. У селі, наприклад, можна організувати еко-садибу чи пасіку і продавати мед, чайні збори, авторські солодощі. Це дозволить сотням українців бути корисними вдома, а не на полях Польщі.

Українська асоціація активного та екологічного туризму вже розробила план створення Стратегії розвитку елементів та інфраструктури у межах «Соляної дороги». Лишається затвердити її та знайти гроші на виконання. Це можуть бути кошти приватних інвесторів або гранти від Державного фонду регіонального розвитку.

Тим часом люди бізнесу, які розцінили «Соляну дорогу» як шлях до особистого розвитку, вже реалізують на маршруті власні ініціативи.

Тут будують технологічну еко-ферму GOWLAND. Туристи зможуть придбати якісну молочну продукцію або навіть виготовити її власноруч. А ще побувати на екскурсії з можливістю поспілкуватися із тваринами

У Шато імені князя Трубецького готується до відкриття готель для гурманів, де можна буде спробувати класичні сухі та купажні вина, зазирнути за лаштунки виробництва, сходити у ресторан, басейн, парк чи навіть організувати робочу конференцію.

Цьогорічна новинка екопарку «Тайван» — оленяча ферма. Тож тепер на півострові можна не лише рибу ловити чи полювати на фазанів.

Підприємці та громадські активісти, зацікавлені у партнерстві, можуть пропонувати свої бізнес-ідеї Агенції регіонального розвитку Таврійського об'єднання територіальних громад. А туристи, готові до вражень і активного відпочинку, — замовляти квитки у Таврію. Адже

подорожі своєю країною – то не лише емоції. Це можливість відчувати себе вдома і пишатися цим.

Одним із партнерів, підписавши перший в області договір міжмуніципального співробітництва в регіональному туристично-інвестиційному проєкті «Greenways Соляна Дорога», стала Асканія-Нова.

Асканія-Нова селищна об'єднана територіальна громада (ОТГ) — одна з найяскравіших та багатогранних на Херсонщині. І не лише завдяки всесвітньовідомому Біосферному заповіднику ім. Ф. Фальц-Фейна — родзинці, яка приваблює сюди тисячі туристів та робить саму географічну назву адмінцентру ОТГ поширеним брендом. Створивши наприкінці 2016-го об'єднану громаду, Асканія пройшла непростий шлях становлення та розвитку, збагатилася досвідом, зміцніла як спроможна ОТГ, розширила фінансові можливості, сфери впливу, здобула нові повноваження та колосальну відповідальність за долю 5,5-тисячного населення, яке проживає на цій благодатній території посеред спраглих степів Херсонщини.

Дендропарк та зоопарк всесвітньовідомого Біосферного заповідника «Асканія-Нова» ім. Ф. Фальц-Фейна, якому виповнилося 100 років та який визнано одним із Семи чудес України, приваблюють до селища неймовірні масштаби ту-ристичних потоків. На сьогодні це природо-охоронна науково-дослідна установа міжнародного значення, природно-територіальний ком-плекс якої включає найбільшу в Європі та найдавнішу заповідну степову ділянку. Відтак, селище має стати логістичним центром, здатним збіль-шити привабливість краю, розвинути внутрішній та в'їзний туризм, налагодити міжнародні й міжрегіональні партнерські відносини між учасниками туристичного ринку. Затребуваним є розвиток зеленого, активного та екологічного туризму. [44]

Якщо говорити про інфраструктурний розвиток, соціально-культурну і спортивну сфери, то в громаді оновили та розбудували 3

стадіони. З нагоди річниці утворення ОТГ гідним подарунком став урочисто відкритий стадіон «Асканія-Арена» з футбольним полем 106 на 64 метри, який розбудували на місці колишнього пустиря. У селищах Питомнику та Молочному відновили знищені часом спортивні майданчики, де тепер проводяться змагання районного та обласного рівнів. Є у громади й власний футбольний клуб, який має безліч нагород за перемоги в престижних турнірах. Загалом територія поблизу дендрологічного парку ідеально підходить для розвитку спортивних баз, оскільки збагачена киснем, зауважує селищний голова. Тож тут збираються попрацювати над відповідними проектами.

Перший внесок громади Асканія-Нова у спільний проект «Соляна дорога» становив 10 тисяч гривень, та це лише початок. За попередніми підрахунками, інвестовані кошти окупляться за 5 років. Тим паче, що на території громади знаходиться масштабна туристична локація – зоопарк та дендрологічний парк, куди уже знають дорогу туристи. Тут на 2,5 тисячах гектарів випасають стада диких копитних тварин, цілинний степ прикрашають 600 видів рослин, в орнітологічному парку мешкають 100 видів птахів та 4 види нелітаючих - страусів. Заповідником «Асканія-Нова» можна гуляти не один день[44].

У рамках проекту «Соляна дорога» у Асканії-Новій планують відкрити бальнеологічний центр і хостел загальною вартістю 50 мільйонів гривень, а також збудувати готель за 100 мільйонів гривень. Громада, відома своїми спортивними досягненням, хоче збудувати ще кілька футбольних полів зі штучним покриттям, щоб сюди приїздили спортсмени з усієї України.

На території ОТГ функціонують НВК Асканія-Нова-гімназія та Маркеєвська ЗОШ I—III ступенів, дві школи-садки — Питомницька та Молочнянська, Асканійський дитячий ясла-садок загального розвитку та Маркеєвський дитсадок. Працюють лікарська амбулаторія в Асканія-Нова

та 4 ФАПів — в Іллінці, Молочному, Питомнику та Маркєєвому, а ще пункт постійного базування «швидкої»[44].

Широкий спектр туристичних послуг готові запропонувати й інші міста-учасники проекту. Так, у Новій Каховці туристи можуть відвідати дім українських марочних коньяків «Таврія» та спробувати їх, помилуватися витворами Григорія Довженка - кам'яними вишиванками. У Бериславському районі на них чекають водоспади, плавні Дельти Дніпра, унікальна Введенська церква, Кам'янська Січ. А поціновувачам старовинної архітектури буде цікаво відвідати руїни міста-фортеці Кизикермен (колишня назва Газі-Кермен) та палацу князя Трубецького.

Тавричанська громада орієнтована на гастро- та зелений туризм. До проекту «Соляна дорога» громада долучилася наприкінці минулого року, оскільки Тавричанська громада об'єдналася пізніше, ніж Асканія-Нова та Присиваська [43].

Наразі громада може запропонувати туристам дегустацію делікатесу - мармурового м'яса. На території підприємства «Асканійське» розводять зебувидний скот. Завдяки внутрішньом'язовому жиру, рівномірно розподіленому в вигляді жирових прошарків між м'язовими волокнами, його м'ясо має особливі смакові якості. Під час теплової обробки продуктів із такого м'яса жирові прошарки тануть, наповнюючи м'ясо соком - від цього воно стає м'яким та ніжним. Окрім дегустації, можна відвідати дизайнерський парк імені Віри Найдьонової, який налічує більше 160 видів рослин, покататись на конях, порибалити на ставку, а потім поласувати юшкою.

Ще одна атракція, яку пропонує Тавричанська громада, дегустація козячого сиру на фермі-галереї у селі Мар'янівка. Козина ферма-галерея розрахована на 200 голів, і тут можна побачити весь процес створення сиру та наприкінці екскурсії скуштувати його. Після дегустації туристи можуть відвідати гастро-бар «Agrofood», зіграти в футбол чи баскетбол на

сучасних майданчиках. Зараз тут працюють над розробкою велотуру з маршрутом «Тавричанка - Аска-нія-Нова» через заповідний степ, де пасуться дикі тварини. Окрім того, голови двох громад - Тавричанської та Асканійської - розмірковують над тим, аби прокласти окремих шлях для мандрівки на волах. До послуг туристів, які віддають перевагу більш комфортному відпочинку, створили два невеличких готелі. Для поціновувачів відпочинку на природі біля ставка облаштували наметове містечко.

Закінчується маршрут «Соляної дороги» в Присиваській об'єднаній громаді. «Родзинкою» мандрівки буде Лемурийське озеро в одній з бухт затоки Сиваша біля села Григорівка. Водойма не тільки вражає красою, а й має цілющі властивості, про які вже знають у всій країні та за її межами. Його вода має яскраво-рожевий колір, берега вкриті білосніжними соляними кристалами, які мають лікувальні властивості. Далі - екскурсія по Сивашу біля сіл Нововолодимирівка, Строганівка та Іванівка. У рамках проекту «Соляна дорога» Присиваська громада розроблятиме туристичний маршрут та покращуватиме інфраструктуру. Окрім садиб «зеленого туризму», тут планують збудувати кемпінг, центр сімейного відпочинку та відкрити грязе-бальнеологічний лікувальний заклад.

На заплановані проекти Присиваська громада готова виділяти фінансові ресурси та залучати спеціалістів. Адже після старту проекту «Соляна дорога» громада матиме додаткову можливість розвивати туристичний потенціал, активізувати місцеве населення та збільшуватиме надходження до місцевого бюджету.

Першим кроком співробітництва трьох громад була розробка та презентація спільного інвестиційного паспорту (українською та англійською мовами). Наразі громади шукають додаткове фінансування з Державного фонду регіонального розвитку та міжнародних програм підтримки проектів міжмуніципального співробітництва.

Попереду в учасників проек-ту ще довгий шлях, де треба буде залучати до співпраці представників бізнесу, влади, громадськості, розвивати інфраструктуру, створювати комунальні підприємства, шукати додаткові інвестиції, щоб проект дав максимальний результат. Та, об'єднавшись заради розвитку, громади вже зробили перший важливий крок.

3.3. Перспективи формування рекреаційно-туристичного кластеру м.Одеса та Одеської області

За своїм курортно-рекреаційним і туристичним потенціалом Одеська область, займає одне з провідних місць в Україні. В цьому регіоні туристично-рекреаційна галузь є стратегічним сектором економіки. Одеська область є лідером в Україні за кількістю суб'єктів туристичної діяльності, хоча у 2015 р. відбулося її зниження у порівнянні з 2014 р. – 164 проти 172. У 2015 році Одесу відвідали понад 1,5 млн. туристів, що на 500 тисяч осіб більше, ніж у 2014 році і на 200 тисяч – ніж у 2013-му. Передусім це внутрішні туристи – 57 % [45]. Всього в сезоні 2015 року Одеський морський порт прийняв 5 суднозаходів круїзних лайнерів, що є історичним мінімумом. Обслуговано більш 1230 пасажирів. У 2017 році Одеську область відвідало 5,7 млн. туристів. У 2018 рік у приблизно 6,3 млн.

Популярність набувають гастрономічний та екотуризм. Окремий напрямок – лікувально-оздоровчий туризм. Питома вага туристичного збору по Одеській області у 2017 році склала 26% загального збору по Україні, досягнувши 9,3 млн. грн. У структурі туризму в Одеській області переважає внутрішній туризм. Найбільше туристів приїжджає з Києва і

Львова, тоді як зовнішній туризм представлений гостями з Молдови, Румунії, Білорусі, Ізраїлю, Туреччини, Німеччини, Грузії та Філіппін.

В Одеському регіоні зосереджена найбільша кількість колективних засобів розміщування – 289 юридичних осіб, чи 12,2 % від загальної кількості у 2015 р. та 358 фізичних осіб-підприємців, чи 18,2 % від загальної кількості у 2015 р. При цьому відмічається низький коефіцієнт використання місткості колективних засобів розміщування для юридичних осіб – 0,15 при середньому в країні 0,23. Для фізичних осіб-підприємців характерне більш високе значення – 0,21 при середньому 0,18.

Тому одним з показників результативності функціонування туристичного кластеру можна запропонувати темп зростання коефіцієнту використання місткості колективних засобів розміщування.

Слід зазначити, що й досі єдиної науково обґрунтованої моделі формування туристичних кластерів в Одеській області не існує, тому туристичні ресурси Одеського регіону використовуються недостатньо ефективно. Потік туристів, доходи й зайнятість у туристичній індустрії не відповідають потенціалу, що пояснюється відсутністю дотепер системної організованої роботи з формування конкурентоспроможної туристичної індустрії й туристичного кластеру в Одесі.

У туризмі, як і в інших секторах економіки, спостерігається стійка тенденція до створення концернів, картелів, угод і союзів туристичних підприємств. У туристичні концерни з єдиним керівництвом об'єднуються численні туристичні підприємства, які зберігають організаційно-правову самостійність. Як правило, керуючий орган концерну має форму холдингу – товариства з відповідною часткою участі. Ці структури виникають у результаті згоди партнерів по концерну, які для досягнення загальної мети – спільного управління концерном – вносять свої капітали і створюють організаційно і юридично самостійний орган керівництва.

Оцінити доцільність формування туристичного кластеру можливо за допомогою SWOT-аналізу. SWOT-аналіз є важливим елементом дослідження та передумовою для будь-якого рівня стратегічного та маркетингових планів. Методологія SWOT передбачає спочатку виявлення сильних і слабких сторін, а також загроз і можливостей, потім налагодження ланцюгів і зв'язків між ними, які можуть бути використані для формування подальшої стратегії. Узагальнені результати оцінки сфери туризму Одеського регіону та передумов формування туристичного кластеру представлені у вигляді матриці SWOT-аналізу (табл. 3.2).

Таблиця 3.2.

SWOT-аналіз формування туристичного кластеру в Одеському регіоні

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>вигідне геополітичне розміщення сприятливі природно-кліматичні умови багатий курортно-рекреаційний комплекс;</p> <ul style="list-style-type: none"> – розвинена транспортна система; – всесвітньовідомі історичні пам'ятки; – розгалужена мережа закладів культури і розваг; – наявність сильних міських брендів; – наявність ВНЗ, які готують за спеціальностями «Туризм», «Готельно-ресторанна справа» 	<p>незадовільний стан санаторіїв, пансіонатів і баз відпочинку;</p> <ul style="list-style-type: none"> – високий рівень забрудненості атмосферного повітря; – низький рівень конкурентоспроможності курортних та туристичних послуг, їх невідповідність світовим стандартам; – недостатнє фінансування розвитку туристичного сектору; – нестача висококваліфікованих спеціалістів у сфері туризму; – слабе просування туристських продуктів на внутрішньому та світовому ринках.
Можливості	Загрози
<p>підвищення ефективності діяльності підприємств та організацій, що входять до кластеру;</p> <ul style="list-style-type: none"> – проведення постійних культурних заходів національного і світового рівня; – розширення міжнародних контрактів, у т.ч. шляхом створення міжнародних кластерів; – мобілізація існуючого природноресурсного і курортно-рекреаційного потенціалу; – покращення інвестиційного клімату; – реконструкція та модернізація туристичної інфраструктури; – збільшення кількості відпочиваючих та туристів за рахунок систем інтернет-бронювання 	<p>зміни в законодавстві;</p> <ul style="list-style-type: none"> – відсутність підтримки держави; – скорочення фінансування розвитку туристичного сектору; – спад в економіці, політична криза; – відставання в підготовці управлінських кадрів та професіоналів до роботи в нових економічних умовах; – підвищення рівня небезпеки.

Результати SWOT-аналізу є основою для визначення стратегічних напрямків розвитку туристичного кластеру в Одеському регіоні.

Проаналізовані передумови створення туристичного кластеру на території Одеської області вказують на доцільність і необхідність організації його діяльності. Формування туристичного кластеру спричинить створення сучасного конкурентоспроможного туристичного ринку на території регіону. Впровадження кластерної концепції дозволить поліпшити рівень життя за рахунок збільшення зайнятості, компанії будуть забезпечені висококваліфікованими спеціалістами, а випускники вишів – роботою. Завдяки взаємодії бізнесу та науки відбуватиметься обмін інформацією, передачею знань і досвіду наукового, технічного, виробничого, адміністративного чи іншого характеру. Об'єднання спільних фінансових можливостей підприємств дозволить більше коштів вкладати в інноваційну діяльність. Саме інновації забезпечують зростання конкурентоспроможності продукції, виробленої в рамках кластерів, збільшуючи прибуток підприємства, а з іншого боку – підвищують економічний потенціал і конкурентоспроможність регіону в цілому. Залучення нових інвестицій через спільну участь в інвестиційних програмах, забезпечить додаткові надходження до бюджету. Крім того, функціонування кластеру дозволить зберегти культурно-історичні, природні парки та заповідники, оздоровити екологічну обстановку, розвинути сферу послуг, удосконалити інфраструктуру територій

Формування туристичних кластерів за певною кінцевою метою, певним місцем реалізації або для певного виду туризму може бути спрямоване для об'єднання зусиль щодо створення преференцій в отриманні туристом комплексну послуг в єдиному пакеті за сприятливою ціною. Прикладом можуть слугувати дві акції, проведені в Одесі:

1. Проект "Odessa City card" був впроваджений і здійснювався за підтримки Управління культури і туризму, національностей та релігій облдержадміністрації та КП "Облконцертсервіс.

Головна мета проекту - можливість для туристів і гостей області заздалегідь спланувати свій відпочинок і отримати при цьому якісні послуги за цінами нижче ринкових. Крім того, даний проект - своєрідний інструмент реклами для всіх учасників проекту і насамперед, для музейних установ області, які, як правило, відчують брак коштів на проведення рекламних компаній. Аналогічні програми успішно працюють в усіх столицях і великих містах Європи, Азії, США. Подорожуючи з "City card" турист отримує якісний туристичний сервіс, широку систему бонусів і привілеїв.

Перші два пакети "Odessa City card" включали в себе: відвідування 8-ми музеїв і філій обласного підпорядкування; годинну оглядову екскурсію по історичному центру Одеси на електромобілі; буклет-путівник з головними пам'ятками області, важливою інформацією і рекламою партнерів проекту, а також інші послуги. З часом туристична картка гостя буде доступна в двох варіантах. Залежно від терміну перебування в регіоні гості зможуть обрати програму на 3 або 6 діб. При цьому картка (знижки, бонуси та привілеї) залишається дійсною протягом року. Для активізації міжрегіонального обміну туристичними потоками проводяться робочі зустрічі workshop "Новації туристичного сезону 2015" і promo-тур "Одеська гостинність".

2. Акція «Одеса за півціни».

Учасники акції:

- готелі: знижка 50% за умови бронювання на 2 і більше діб з 26 по 29 вересня (тільки за умови попереднього бронювання без посередників);

- ресторани: знижка 50% на кухню або бар для гостей міста з браслетами учасників;

- екскурсійні бюро: знижка 50% на всі екскурсії для тих туристів, хто забронював місця в готелях або отримав браслет гостя в одному з готелів, що беруть участь в акції;

- музеї: 50% знижки для тих туристів, хто забронював місця в готелях або отримав браслет гостя в одному з готелів, що беруть участь в акції;

- кінотеатри: 50% для тих туристів, хто забронював місця в готелях або отримав браслет гостя в одному з готелів, що беруть участь в акції; - магазини: можуть робити спеціальну знижку для туристів з браслетами гостя;

- нічні клуби: 50% знижки на вхід для гостей міста, що мають браслети учасника;

- прокат велосипедів: знижка 50% для гостей міста з браслетами учасників.

Перелік учасників подібних проектів може постійно розширюватися, що і буде результатом кластеризації туристичної діяльності в Одеській області.

Основними перевагами кластерної моделі організації туристичного бізнесу є: застосування ефекту масштабу, коли економічна ефективність спільної діяльності об'єднаних у туристичний кластер підприємств є вищою порівняно з відокремленою діяльністю; розширення доступу до інновацій, що досягається внаслідок зустрічних міжфірмових потоків ідей та інформації; формування локального галузевого ринку праці, що дає змогу здійснювати обмін співробітниками, їхнє стажування, підвищення кваліфікації; зменшення собівартості послуг внаслідок спільного використання туристичних ресурсів і туристичної інфраструктури. Підприємства туристичного бізнесу, об'єднавшись в туристичний кластер у межах регіону, отримують змогу ефективніше відстоювати свої інтереси на рівні місцевих органів влади, а також брати участь у великих

інвестиційних програмах. Важливим аспектами є розроблення і вдосконалення законодавчої бази організації туристичних кластерів в Україні, становлення системи навчання і підготовки фахівців зі створення і запровадження кластерної моделі у сфері туризму з урахуванням потреб і перспектив розвитку регіонів. Стратегічним орієнтиром подальшого розвитку оздоровчої сфери області має стати модернізація діючої матеріально-технічної бази, вихід на нові сегменти споживчого ринку і залучення додаткових клієнтів шляхом запровадження таких тенденцій сучасного ринку, як поліфункціональність послуг та диверсифікація власного продукту.

Оскільки термін дії існуючої Програми розвитку туристично-рекреаційної галузі Одеської області закінчився, потрібна розробка єдиної довгострокової Програми розвитку усіх видів туризму (в тому числі і оздоровчого) на тривалий період (до 2020-2030 рр.), в якій необхідно відобразити наступні проблеми і розробити наступні шляхи їх вирішення: - розробити і запропонувати для ухвали Верховною Радою України законодавчі механізми створення туристичних кластерів за різними принципами: за видами туризму, за місцем формування, за певними цілями; - упорядкувати стандарти понять про місця розміщення на об'єктах оздоровчого туризму; - упорядкувати стандарти характеристики оздоровчих закладів; - встановити єдині стандарти пільг для дітей різного віку в оздоровчих закладах; - розробити механізми залучення до оздоровчих туристичних кластерів транспортних послуг, організації культурних заходів, фестивалів, виставок, впровадження «туристичних карток гостя» як в межах окремих курортних районів (одним з яких є приморські курорти Татарбунарського і Кілійського районів), так і для туристів Одеської агломерації.

Об'єднання підприємств у формі кластера є вигідним та має багато переваг, але відсутність спеціального закону щодо кластерів не дає

можливості повноцінно регулювати їхню діяльність. В Україні створюються і функціонують багато кластерів, така ініціатива щодо їх створення виходить від самих суб'єктів господарювання, які об'єднуються у формальні або неформальні об'єднання з певною метою. Такі кластери створюються за концепцією «ініціатива знизу» та не мають ніяких додаткових пільг і гарантій. Одночасно набуває актуальності концепція кластеризації на державному рівні. І хоча досі не прийнята (але розроблений проект) Концепція створення кластерів в Україні, у низці державних програм розвитку окремих галузей та секторів економіки, а також у відповідних програмах розвитку регіонів, кластер визнається як дієвий ефективний механізм розвитку економіки та підвищення конкурентоспроможності певної галузі, регіону.

Створення об'єднання підприємств у формі кластера є сучасним напрямом регулювання туристичної діяльності в Україні і може створювати певні конкурентні переваги, але відсутність спеціальних нормативно-правових актів щодо діяльності кластерних об'єднань не дає можливості повноцінно регулювати їхню діяльність на даному етапі. Тому є актуальним оновлення нормативно-правової бази стосовно розвитку кластерів. Така нормативно-правова база включає закони Верховної Ради України, а також концепції та стратегії Кабінету Міністрів України.

Стадії практичної реалізації досягла лише відносно невелика частина проектів розвитку кластерів. При цьому: – не створені механізми методичної, інформаційно-консультаційної та освітньої підтримки розвитку кластерів; – відсутня необхідна координація діяльності органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, об'єднань підприємців щодо реалізації кластерної політики; – обмежений набір інструментів фінансової підтримки кластерних проектів з бюджетних джерел.

Експерти у сфері туризму запропонували низку рекомендацій, які можуть на порядок поліпшити відпочинок як для громадян країни, так і для іноземців. Зокрема, пропонується:

- розробити програму "Все включено" у готелях на півдні України;
- створити програму лояльності "Турист України" (подорожуючи, відвідуючи різні туристичні місця, українці зможуть накопичувати бали і отримувати різні знижки);
- скасувати ПДВ для внутрішніх чартерних рейсів, наприклад, за маршрутами Львів-Одеса, Харків-Одеса.

Обласній державній адміністрації варто виявити існуючі кластерні утворення та акцентувати увагу на стимулюванні їх розвитку. Регіональну економічну політику варто розробляти, передусім, згідно з потребами кластерних утворень. При цьому базовою необхідною умовою кластеризації є створення сприятливого бізнес-середовища у регіоні, тоді як форми діяльності суб'єкти господарювання повинні обирати собі самі. Для розв'язання проблеми щодо створення кластерів необхідно здійснити комплекс заходів щодо: – внесення змін до законодавства щодо визначення поняття «кластер»:

- проведення інформаційної компанії серед потенційних учасників та зацікавлених організацій щодо роз'яснення конкурентних переваг кластерів в умовах ринкової економіки; – гармонізація національних стандартів у сфері туризму та курортів з міжнародними стандартами, що сприятиме підвищенню якості національного туристичного продукту.

У туристичній сфері Одеської області стихійно діє декілька форм кластеризації: – територіальні кластери: туристичний кластер Одеси, агро-рекреаційно-туристичний кластер Фрумушика-Нова, туристичний кластер Одеської області тощо; у перспективі створення туристичного кластера м. Вілкове; – функціональні туристичні кластери за видами туризму: кластер сільського (зеленого) туризму, кластер рекреаційного туризму, кластер

винного туризму, ODESSACARD, кластер медичного туризму та інші; – ситуаційні (подієві) туристичні кластери які створюються під певну подію: фестиваль, конференцію, виставку, конгрес, свято тощо; – галузеві кластери, пов’язані з туристичною діяльністю: Асоціація «Туризм Одеси», Українська туристична Асоціація, Одеська Асоціація Туристичних агенцій, Асоціація розвитку туризму «Велика Одеса», музеї Одесита тощо. На сьогодні туристичний кластер міста Одеси сформувався сам по собі та незважаючи на солідний перелік потенційних органів управління і координації, управляється виключно ринковими умовами. Його складові: (рис. 3.2)

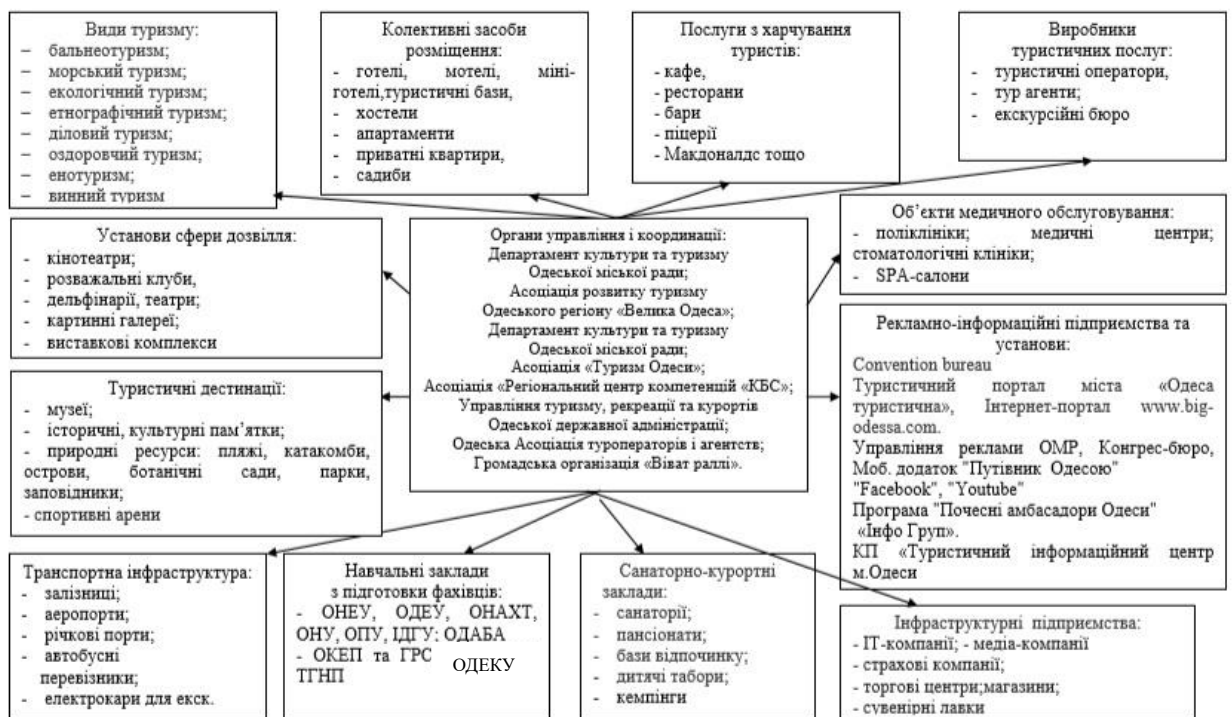


Рис. 3.2. Склад рекреаційно-туристичного кластеру міста Одеса

– органи управління і координації: Департамент культури та туризму Одеської міської ради, Асоціація розвитку туризму Одеського регіону «Велика Одеса»; КП «ТІЦ м. Одеси», Асоціація «Туризм Одеси», Одеська Асоціація туроператорів і агентств тощо;

- підприємства-виробники туристичних послуг (тур фірми, туроператори);
- підприємства та установи сфери дозвілля (кінотеатри, театри, виставкові комплекси тощо);
- колективні засоби розміщення (готелі, хостели, приватні садиби, кемпінги тощо); – санаторно-курортні організації;
- підприємства, що надають послуги з харчування туристів (ресторани, бари, кафе, піцерії тощо);
- об'єкти туристичних відвідувань: музеї; історичні, культурні пам'ятки; природні ресурси; – рекламно-інформаційні підприємства та установи; – підприємства транспорту; – навчальні заклади з підготовки фахівців (ОНЕУ, ОНАХТ, ОНУ тощо); – інфраструктурні підприємства (водопостачання, енергопостачання, санстанція, вивіз сміття, медичне обслуговування тощо).

ВИСНОВКИ

В сучасних умовах перманентного соціально-економічної кризи, що охопила практично всі сфери господарської діяльності в Україні, актуальності набувають проблеми залучення недовикористовуваних потенціалу регіональної економіки та вдосконалення її регіональної структури як важливого резерву підвищення ефективності соціально-економічного розвитку держави. Таким резервом, з одного боку, є досить великий і досить різноманітний рекреаційно-туристичний потенціал українських регіонів, а з іншого, - недостатньо ефективно експлуатований їх організаційно-структурний потенціал.

У зв'язку з цим особливої уваги заслуговують питання розробки і реалізації стратегії раціонального використання цих резервів відповідно до вимог внутрішньої і зовнішньої конкуренції і з застосуванням сучасних методів синергетичних об'єднань виробничих, обслуговуючих, наукових та інших організацій, фірм, компаній та інших підрозділів, що мають відношення до туристичному бізнесу, перш за все, кластерів.

В регіонах України сформувалися об'єктивні умови для позитивних трансформацій в їх соціально-економічному розвитку. Кластеризація рекреаційно-туристичних систем регіонів України сприятиме як підвищенню їх конкурентоспроможності, так і економіко-екологічно ефективним трансформацій в господарюванні цих регіонів. Застосування механізму кластерної моделі, в тому числі завдяки участі України в розвитку єврорегіонів, дасть можливість поліпшити інвестиційний клімат, сприятиме об'єднанню природно-курортних, технологічних та інтелектуальних ресурсів, а також оптимізації співпраці влади, бізнесу, громадських організацій в напрямку подолання кризи і забезпечення стійкого соціально-економічного розвитку українських регіонів.

Рекреаційно-туристичний кластер є територіальним об'єднанням підприємств, організацій, фірм відповідного сектора економіки і суміжних з ним галузей і організацій, які взаємодоповнюють один одного, зберігаючи право на самостійну тактичну і стратегічну господарську політику. Формування кластера доцільно в тому випадку, коли знову створювана структура буде приносити більшу прибуток її учасникам, ніж та, яку вони отримували до входження в кластер.

Об'єднання туристичних комплексів у створенні різностороннього інноваційного туристичного продукту закладає підґрунтя для залучення інвестицій, розширення сфери своєї діяльності та інфраструктурного вдосконалення галузі.

Ураховуючи синергетичний ефект туристичного кластера, також варто відзначити його міжгалузеву спорідненість. Конкурентні ресурси регіону можна ефективно поєднувати в туризмі та сільському господарстві, у зеленому й науковому туризмі, у промисловому та діловому туризмі.

Причини створення кластера в туризмі відрізняються від причин створення промислових кластерів. Основними факторами створення кластерних формувань в туризмі є наступні:

1. Специфіка формування і реалізації туристичного продукту, пов'язані з технічними особливостями виробництва туристичного продукту;
2. Географічне розташування туристичного продукту;
3. Доступ до використання унікальних туристсько-рекреаційних ресурсів;
4. При створенні туристичного продукту беруть участь значна частка малого та середнього бізнесу.

Для реалізації кластерної моделі в туристичній галузі, на нашу думку, необхідно мати наступні елементи:

- туристичні ресурси – природні, біосоціальні, історико-архітектурні, антропогенні, подійні, тощо

–виробників туристичних послуг;

–достатній розвиток транспортної та комунальної інфраструктури;

–освітні, культурні, та науково-дослідні установи;

–фахівців відповідної кваліфікації;

–систему менеджменту.

Відповідно до специфіки цілей кластерного об'єднання в туризмі, вважаємо, що основою структури туристичного кластеру можуть бути комерційні підприємства, що надають характерні туристичні послуги і займають лідируючі позиції на ринку – тобто туристичні оператори та заклади розміщення, які зацікавлені у підвищенні конкурентоспроможності власного продукту та можуть фінансово та інституційно підтримати діяльність кластеру.

На сьогоднішній день багатий туристично-рекреаційний потенціал українського Причорномор'я є цілком достатнім для залучення як іноземних так і українських туристів, проте поки використовується не в повній мірі. Саме він створює регіону імідж одного з найвідоміших і популярних в Україні, що мають глобальне національне і міжнародне значення. Однак, не дивлячись на це, Україна значно відстає від більшості європейських країн за рівнем розвитку туристичної галузі в цілому, а туристопоток не тільки в області, а й по всій країні зменшується з кожним роком. Нинішній стан інфраструктури та логістики в регіоні, як важливих складових туристичного потенціалу, знижують конкурентоспроможність і гальмують розвиток туризму, та як наслідок – результативність туристичної діяльності регіону.

На нашу думку, формування туристичного кластера сприятиме створенню сучасного конкурентоспроможного туристичного комплексу. Його функціонування забезпечить широкі можливості для забезпечення

зайнятості місцевого населення і задоволення потреб громадян в туристських послугах. Внесення значного внеску в розвиток економіки здійснюється за рахунок податкових надходжень до бюджету, припливу іноземної валюти, збільшення кількості робочих місць, збереження та раціонального використання культурного та природного потенціалу.

За допомогою кластерів органи влади можуть ефективніше використовувати нові ринкові тенденції для соціально-економічного розвитку регіону, поєднуючи оцінки всередині кластера (як учасник кластера) і розуміння зовнішніх макроекономічних факторів, соціально-політичних тенденцій і реалій.

Кластерний підхід надає органам влади інструментарій ефективної взаємодії з бізнесом, більш глибокого розуміння його характерних показників і тактичних завдань, дає можливість цілеспрямованого, реального і мотивованого стратегічного планування ресурсів регіону, розвитку територій.

Успіх кластерів зміцнює і розвиває економічну ситуацію в регіоні, сприяє економічному зростанню регіону, тому кластери мають політичну значимість для органів влади, в першу чергу, в зв'язку з виконанням соціальних зобов'язань перед населенням.

Цього літа дев'ять територіальних громад на Херсонщині підписали Меморандум про співпрацю в рамках проекту «Туристичний кластер «Соляна дорога». Це комплексний інфраструктурний проект зеленого туризму, заснований на історії та культурному надбанні Таврії. Маршрут, яким кілька століть тому чумаки возили сіль із Криму.

Мета кластеру - утворити мережу садиб зеленого туризму та запропонувати туристам унікальні розваги у степах, якими колись чумаки ходили за сіллю. На сьогодні цей туристичний коридор протяжністю в 250 кілометрів об'єднує більше 15 населених пунктів та має 38 локацій і 15 інвестиційних пропозицій

Слід зазначити, що й досі єдиної науково обґрунтованої моделі формування туристичних кластерів в Одеській області не існує, тому туристичні ресурси Одеського регіону використовуються недостатньо ефективно. Потік туристів, доходи й зайнятість у туристичній індустрії не відповідають потенціалу, що пояснюється відсутністю дотепер системної організованої роботи з формування конкурентоспроможної туристичної індустрії й туристичного кластеру в Одесі.

Проаналізовані передумови створення туристичного кластеру на території Одеської області вказують на доцільність і необхідність організації його діяльності. Формування туристичного кластеру спричинить створення сучасного конкурентоспроможного туристичного ринку на території регіону. Впровадження кластерної концепції дозволить поліпшити рівень життя за рахунок збільшення зайнятості, компанії будуть забезпечені висококваліфікованими спеціалістами, а випускники вишів – роботою. Завдяки взаємодії бізнесу та науки відбуватиметься обмін інформацією, передачею знань і досвіду наукового, технічного, виробничого, адміністративного чи іншого характеру. Об'єднання спільних фінансових можливостей підприємств дозволить більше коштів вкладати в інноваційну діяльність. Саме інновації забезпечують зростання конкурентоспроможності продукції, виробленої в рамках кластерів, збільшуючи прибуток підприємства, а з іншого боку – підвищують економічний потенціал і конкурентоспроможність регіону в цілому. Залучення нових інвестицій через спільну участь в інвестиційних програмах, забезпечить додаткові надходження до бюджету. Крім того, функціонування кластеру дозволить зберегти культурно-історичні, природні парки та заповідники, оздоровити екологічну обстановку, розвинути сферу послуг, удосконалити інфраструктуру територій

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Геєць В. «Кластери і мережеві структури в економіці – тема досить цікава, але на сьогодні ще до кінця не вивчена...» / Геєць В. // Економіст, № 10, 2008. – С. 10-11.
2. Региональная экономика: Учебник для вузов / Т.Г. Морозова // - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 519 с.
3. Porter M.E. The Competitive Advantage of Nations / Porter M.E. // Macmillan Press Ltd/ London, 1990. – P. 17-103.
4. Погодина Т.В., Задорова Т.В. Стратегические приоритеты кластеризации экономики Чувашской Республики / Погодина Т.В., Задорова Т.В. // Региональная экономика: теория и практика, № 26, 2008. – С. 2-8.
5. Соколенко С. Проблеми і перспективи посилення конкурентоспроможності економіки України на основі кластерів. / Соколенко С. // Економіст, № 10, 2008. – С. 31-35
6. Лебедева Е.А. Инновационный бизнес в США / Лебедева Е.А. // - М.: 1994.
7. World Tourism Organization UNWTO: [Электронный ресурс] URL: <http://media.unwto.org>
8. Коль О. Д. Концептуальные основы формирование кластера туристических предпринимательских структур по въездному туризму в крупном городе / О. Д. Коль // Проблемы современной экономики. – 2010. – № 1(33). – С. 379–393.
9. Стеченко Д. М. Наукова сутність процесу кластеризації в сфері туризму / Д. М. Стеченко // Вісник Хмельницького інституту регіонального управління та права. – 2004. – №1–2. – С. 376–380.
10. Обґрунтування доцільності реалізації кластерної моделі розвитку

україно-польського транскордонного співробітництва у сфері туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://touvlip.net>; . Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму : теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко. – 2-ге вид. випр. та доп. – Київ : КНТЕУ, 2009. – 463 с. 14

11. Обґрунтування доцільності реалізації кластерної моделі розвитку україно-польського транскордонного співробітництва у сфері туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://touvlip.net>

12. Бунаков О. О. Кластерний підхід до позиціонування в туризмі / О. О. Бунаков // РМАТ. – 2011. – С. 124–138.

13. Ніколаєв Ю. О. Туристичні кластери в Україні / Ю. О. Ніколаєв // Вісник соціально-економічних досліджень. – Вип. 4 (47). – 2012. – С. 336–341. 6, с. 337

14. Охріменко А. Г. Туристичні кластери як перспективні напрями регіонального розвитку / А. Г. Охріменко // Університетські наукові записки. – 2013. – №1(45). – С. 495–500.

15. Михайліченко Т. І. Формування інноваційних туристичних кластерів, як конкурентної переваги розвитку регіону : зб. наук. праць / Т. І. Михайліченко // Менеджмент та проблеми розвитку. – 2012. – С. 341–349.

16. Войнаренко М.П. Механізми адаптації кластерних моделей до політико-економічних реалій України / М.П. Войнаренко // Світовий та вітчизняний досвід запровадження нових виробничих систем кластерів) для забезпечення економічного розвитку територій:– К.: Спілка економістів України, 2001. – С. 25–33.

17. Гайворонская И.В. Перспективы развития морского рекреационно-туристического бизнеса в Украине / Гайворонская И.В. // Сучасні наукові досягнення. – Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції. В 3 т. – Т. 1. – Миколаїв: НУК, 2008. – С. 67-71.

18. Степанова Е.В. Экономико-экологические проблемы освоения

курортно-рекреаційного потенціала Українського Приазов'я / Степанова Е.В. // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Рекреаційна індустрія: досвід, проблеми і перспективи розвитку (Щорічник наукових праць). Вип.. XXI / Ін-т регіональних досліджень НАН України. – Львів, 2000. – С. 48-51.

19. Захаров В. Промышленные кластеры и экономический рост / Захаров В. // Проблемы теории и практики управления. 2006, № 12. – С. 19-23.

20. Закон України „Про туризм” № 324 від 15.09.1995 р. // Законодавство України, КБД „Юрист-плюс”, 2002.

21. Закон Украины «О курортах» № 2026-III от 5 октября 2000 г. № 209 (2456) – С. 8-9.

22. Указ Президента України „Положення про Міністерство культури й туризму України № 680 від 20.04.2005. – <http://www.tourserver.com.ua>.

23. Постанова Кабінету Міністрів України „Про утворення Наукового центру розвитку туризму” № 1132 від 17.08.02 р. // www.tourism.gov.ua/catalog/docs/0000244

24. Цьохла С.Ю. Трансформація рекреаційної діяльності та розвиток ринку курортно-рекреаційних послуг (методологія, аналіз і шляхи вдосконалення). – Сімферополь: Таврія, 2008 – 352 с.

25. Музиченко-Козловська О.В. Переваги кластерної моделі розвитку туризму над іншими формами об'єднань / Музиченко-Козловська О.В. // Проблеми науки, № 3, 2009. – С. 21-26.

26. Кузьмін О.Е., Горбаль Н.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : Підручник / Кузьмін О.Е., Горбаль Н.І. // Львів: Компакт – Львів, 2005. – 304 с.

27. Гайворонская И.В. Анализ рынка гостиничных услуг г. Одессы. / Гайворонская И.В. // Матеріали Другої міжнародної науково-практичної

конференції «Конкурентні стратегії: теорія, практика, перспективи» – Одеса, 3-5 вересня 200 р.- С. 25-26.

28. Гайворонская И.В. Предпосылки и условия эффективного развития рекреационно-туристической деятельности в Одесской области / Гайворонская И.В. // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції „Україна наукова 2003”. – Т. 22. Економіка. – Дніпропетровськ, Наука і освіта, 2003. – С. 6-8.

29. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма / Кабушкин Н.И. // Минск: БГЭУ, 1999. – 644 с.

30. Кальченко О.М. Кластеризація в туристичній галузі [Електронний ресурс] / О.М. Кальченко. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vcndtu/2009_39/22.htm

31. Competitive regional clusters: national policy approaches / OECD reviews of regional innovation 2007 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.unescap.org/tid/artnet/mtg/gmscb_regionalclusters.pdf

32. Эстония планирует к 2020 году стать одним из лучших лечебных СПА-курортов мира [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vtallinn.blogspot.com/2011/11/2020.html>

33. Адамова К.З. Тематические туристские кластеры. URL: <http://www.sgu.ru/>

34. Полянских Е.А. Развитие туристической отрасли на основе кластерного подхода [Электронный ресурс] / Е.А. Полянских. – Режим доступа: <http://www.sibac.info23802012-04-27-14-55-33>.

35. Ковальва Ю. М. Практичні приклади функціонування кластерів у світі / Ю. М. Ковальова, Н. В. Алишева // Механізм регулювання економіки. – 2008. – № 3 (2). – Т. 1. – С. 92–100

36. Вязовская В.В., Изакова Н.Б., Капустина Л.М. Оценка конкурентоспособности России на мировом рынке туристских услуг // Известия Уральского государственного экономического университета.

2014. № 4 (54). 2014. С. 35-43.:

37. Конкурентоспособность стран на мировом рынке туристских услуг [Текст] : [монография] / Л. М. Капустина, В. В. Вязовская ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2017. – 166 с.

38. Степанов В.Н., Волошин Д.В. Новые факторы активизации развития туристической индустрии на побережье Черного и Азовского морей // Управління економікою рекламацій територій галузей і підприємств: Зб. Наук. праць / НАН України. Іт-т економіко-правових досліджень. –Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, ЛТД», 2008. –С. 127-137.

39. А.В. Богославська РЕГІОНАЛЬНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ КЛАСТЕР – КЛЮЧОВИЙ ПРІОРИТЕТ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНОТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ПІВДЕННОГО РЕГІОНУ / Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2013. – Т. 1, Вип. 4. <http://visnyk.mnau.edu.ua/>

40. <https://impactlab.media/2019/06/06/marshrut-solyana-doroga/>

41. Соціологія туризму Херсонщини. Хто наші гості? <https://visitkherson.gov.ua/novyny-tourizm/sociologija-turizmu-hersonshhinito-nashi-gosti/>

42. <https://www.arr.ks.ua/greenways/>

43. <http://oleshki.ks.ua/index.php/liudy2/21-vazhlyvi-novyny/1781-spirobotnitstvo-zaradi-rozvitku-turistichnij-marshrut-solyana-doroga>

44. <https://newday.kherson.ua/askaniya-nova-otg-mistectvo-zminjuvatisya-ta-vrazhati-kreativom/>

45. Итоги туристического сезона-2015 и перспективы развития туризма в Одессе и Одесской области / Topor.od.ua [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://topor.od.ua/itogi-turisticheskogo-sezona-2015-iperspektiv-razvitiya-turizma-v-odesse-i-odesskoj-oblasti>