

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ І ФУНКЦІОНУВАННЯ КЛАСТЕРІВ У ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

Туризм у багатьох країнах світу є ефективним інструментом соціально-економічного зростання регіонів і має позитивний вплив на сталий розвиток туристичної індустрії.

Туристична галузь у країнах Європейського Союзу (ЄС) є сектором регіональної економіки, що впливає на фінансові надходження до місцевих бюджетів територіальних громад, формування атрактивності туристських дестинацій, сприяє створенню нових робочих місць. Відповідно, відбувається соціально-економічний розвиток територій регіону за рахунок функціонування туристичного бізнесу. Впровадження кластерного підходу до регіональної туристичної галузі має велике соціально-економічне значення для розвитку економіки України та багатьох країн Європи.¹

Досвід країн ЄС свідчить про позитивну тенденцію використання інноваційного процесу кластеризації щодо організації соціально-економічного розвитку та управління територіальним простором регіонів².

В Україні соціально-економічний розвиток територіальних громад характеризується пошуком органами місцевого самоврядування шляхів наповнення бюджетів адміністративних територій. В умовах воєнного стану кластеризація є доцільною моделлю кооперації підприємств територіальних громад регіону, що сприяє розвитку місцевого туризму³.

¹ Cluster Policy Further 2020 / European Cluster Collaboration Platform. URL: <https://www.clustercollaboration.eu/event-calendar/european-cluster-policyfurther-2020>. 103 (дата звернення: 15.05.2024).

² Innovation Clusters in Europe: A Statistical Analysis and Overview of Current Policy Support. URL: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/e3faceb1-1796-44a9-908c-d9cec5ec338f/language-en/format-PDF/source113035836> (дата звернення: 18.05.2024).

³ Зігунов Р. В., Зігунов В. М. Механізм створення туристичних кластерів на території громад регіону. *Стан і перспективи сучасного туризму: матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених* (м. Суми, 29 – 30 листопада 2023 року). Суми: ФОП Цьома С. П., 2023. С. 26 – 29.

1. Туристичний кластер як модель конкурентоспроможності туристських DESTИНАЦІЙ

Термін «кластер» походить від англійського слова «cluster», у перекладі – «зростаючий разом», що означає географічно сконцентровану групу взаємопов'язаних компаній, організацій, постачальників спеціалізованих послуг, які конкурують, але спільно працюють у відповідній галузі.⁴

Виходячи із сутності даного терміну, до характерних ознак кластеру необхідно віднести:

- ❖ географічну близькість учасників кластеру, що створює умови довіри, ефективну комунікацію та якісну співпрацю між його учасниками;
- ❖ спільну регіональну економічну діяльність в межах певної галузі економіки;
- ❖ вертикальні та горизонтальні виробничі ланцюжки між суб'єктами кластеру;
- ❖ взаємопов'язаність суб'єктів кластеру (одночасна співпраця та конкуренція між собою);
- ❖ організаційна, господарська, виробнича та науково-освітня спеціалізація;
- ❖ якість наявної інфраструктури;
- ❖ зниження витрат суб'єктів;
- ❖ доступ до ресурсів та кваліфікованих кадрів тощо.

Модель кластерного розвитку туристичної галузі на сьогодні успішно реалізовується у багатьох країнах ЄС. Так, на Європейському туристичному ринку конкурують між собою не окремі туристичні компанії, а регіональні туристичні кластери. При цьому конкурентоспроможність окремої компанії в регіональному туристичному кластері, як правило, є похідною від високої конкурентоспроможності самого туристичного кластера.

У країнах ЄС регіональні туристичні кластери існують як

⁴ Porter M. E. Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 1998. № 76(6). P. 77 – 207.

єдині суб'єкти мережевої взаємодії у конкурентному середовищі, що дозволяє учасникам кластерних утворень діяти в рівних умовах і протистояти світовій конкуренції на туристичному ринку.

Основна причина успіху країн ЄС від упровадження кластерної моделі в галузь туризму полягає в тому, що створюється критична маса для конкурентного успіху в бізнесі кожної компанії-учасника кластеру. Спеціальні програми і стратегії кластеризації туристичної діяльності успішно реалізуються у багатьох європейських країнах, а саме: Німеччина, Франція, Італія, Іспанія, Австрія, Польща, Словаччина, Словенія, Хорватія та інших⁵. Крім цього, функціонує створений Європейський секретаріат кластерного аналізу для надання практичних консультацій організаціям, що займаються управлінням кластерами.⁶

Відтак, туристський кластер в туристичній політиці країн ЄС розглядається як соціально-економічний комплекс підприємств різних галузей господарювання, сконцентрованих на певній території регіону.

Аналіз досвіду розвитку кластерної моделі в туристичній галузі країн ЄС свідчить про її ефективність, але ступінь ефективності туристичних кластерів залежить від їх територіальних розмірів. Відповідно, формуються наступні види кластерів:

- ❖ міжнародні;
- ❖ трансприкордонні;
- ❖ національні;
- ❖ регіональні;
- ❖ місцеві.

Туристичними кластерними спільнотами в країнах ЄС виступають виноробні і гастрономічні кластери Іспанії, Франції, Греції, Італії, які сформувались навколо унікальних туристських продуктів. В Італії діють такі туристичні кластери, як: «Салінунтінські терми» (Сицілія), «Тразименське озеро»

⁵ European Clusters Alliance: Home. URL: <https://clustersalliance.eu/>. (дата звернення: 29.04.2024).

⁶ ESCA. URL: <http://www.cluster-analysis.org> (дата звернення: 12.05.2024).

(Умбрія), «Адріатичне море та берег», «Міста мистецтв, культури і бізнесу» (Емілія-Романья).⁷

Навколо різних видів туристських ресурсів у країнах ЄС формуються різні за спрямуванням туристські кластери, які створюють неоднорідні туристичні продукти і послуги⁸. Прикладами таких кластерів є бізнес-туризм (Люксембург), конгрес-туризм (Ріміні), шопінг-туризм (Мілан, Андорра-ла-Велья), гірськолижний туризм (Альпійські країни) тощо.⁶

Прикладами регіональних туристських кластерів є кластер гірського туризму «Монтань» (Франція), який включає 172 підприємства, 10 навчально-освітніх закладів та дослідницьких центрів (наприклад, університет Гренобль Альпи), а також 25 різнопланових установ, які забезпечують ефективну діяльність кластеру в різних господарських сферах.⁹

Також вдалим прикладом є регіональний туристичний кластер «IDM Зюйдтирол» (Італія), метою якого є забезпечення сталого розвитку туризму регіону та підтримка діяльності компаній кластеру. Сама назва кластеру підтверджує інновації, маркетинг розвитку регіону Південний Тіроль, як туристичної дестинації.¹⁰

Регіональний туристично-інноваційний кластер «Турисфера» (Іспанія, о. Тенеріфе), метою якого є формування кластерної мережі, створення та реалізація інноваційних туристичних продуктів.¹¹

Позитивним фактором в ефективній діяльності туристичних кластерів країн ЄС виступає рівень соціально-економічного розвитку певного регіону країни.

⁷ Соколенко С. Кластери водного туризму та санаторно-рекреаційного відпочинку. URL: <http://ucluster.org/universitet/klastery-ukraina/2012-study/perspektivni-napryamki-klasterizacii-vodnikh-resursiv/klasteri-vodnogo-turizmu-ta-sanatorno-rekreacijnogo-vidpochinku>. (дата звернення: 29.04.2024).

⁸ Lade C. Developing tourism clusters and networks: Attitude to competition along Australia's Murray river Tourism Analysis, 15 (6). P. 649 – 661.

⁶ ESCA. URL: <http://www.cluster-analysis.org> (дата звернення: 12.05.2024).

⁹ Кластер Монтань. URL: <https://cluster-montagne.com/> (дата звернення: 15.05.2024).

¹⁰ IDM Зюйдтірол. URL: <https://www.idmsuedtirol.com/en/tourism-agricultural-marketing/tourism-marketing/-future-of-tourismproject.html> (дата звернення: 25.04.2024).

¹¹ Turisfera. URL: <http://www.turisfera.org> (дата звернення: 14.05.2024).

Досвід упровадження кластерної моделі розвитку регіонального туризму в країнах ЄС сформував новий погляд на розвиток туристичного потенціалу територіальних громад, який базується переважно на горизонтальних зв'язках між суб'єктами туристичного бізнесу, різними підприємствами, організаціями, інфраструктурними установами, науковими та іншими структурами на основі принципу синергії.

Створення, розвиток і ефективна діяльність туристичних кластерів у країнах ЄС є одним з важливих факторів стійкої стратегії щодо розвитку туристичного бізнесу в регіоні. Головними умовами створення регіонального туристичного кластеру в країнах ЄС виступає: географічне розташування туристичних ресурсів, їх атрактивність і доступність, що сприяє формуванню конкурентоспроможного туристичного продукту в межах кластеру.

Туристичний кластер – це мережа незалежних суб'єктів туристичного бізнесу, виробничих і сервісних компаній (включаючи їх постачальників), різних організацій та установ (університети, науково-дослідні інститути, інжинірингові компанії), інституцій, що з'єднують ринки (брокери, консультанти), а також споживачів, які взаємодіють в єдиному ланцюжку створення і споживання туристичних продуктів та послуг.⁷

Загалом, для туристичного бізнесу кластер – це реальна можливість забезпечити собі конкурентоспроможність у майбутньому, тобто створювати довгострокову стратегію розвитку підприємств на п'ять–десять років і більше.¹²

Туристичні кластери як ефективна форма ведення бізнесу в регіоні характеризується такими чинниками, як:

- ❖ географічна концентрація і щільність суб'єктів туристичного бізнесу, підприємств, організацій та установ туристичного кластеру;

⁷ Соколенко С. Кластери водного туризму та санаторно-рекреаційного відпочинку. URL: <http://ucluster.org/universitet/klastery-ukraina/2012-study/perspektivni-napryamki-klasterizacii-vodnikh-resursiv/klasteri-vodnogo-turizmu-ta-sanatorno-rekreacijnogo-vidpochinku>.\ (дата звернення: 29.04.2024).

¹² Діденко Д. Ф., Войт Д. С. Кластерний підхід до регіонального розвитку сфери туризму. *Вісник ХНАУ ім. В. В. Докучасва. Серія «Економічні науки»*. 2018. № 4. С. 386 – 393.

- ❖ наявність конкурентних переваг у безпосередній близькості від місця розташування туристичних ресурсів;
- ❖ технологічна спорідненість та спільний туристичний потенціал;
- ❖ міцність організаційних зв'язків та ефективність взаємодії між учасниками кластеру, а також наявність інноваційних елементів;
- ❖ спільне управління активами (або частинами активів) кластеру;
- ❖ скоординована виробнича діяльність туристичних продуктів і послуг;
- ❖ конкурентоспроможність і високий експортний потенціал туристичних продуктів та послуг;
- ❖ об'єднання виробничих функцій (продажі, логістика, закупівлі, маркетинг тощо).

До структури сучасного туристичного кластеру необхідно віднести:

- ❖ туристичні компанії з надання різноманітних туристичних продуктів та послуг;
- ❖ постачальники спеціалізованих та сервісних послуг;
- ❖ фінансові інститути та підприємства допоміжних галузей;
- ❖ підприємства, що функціонують у галузях збуту або споживання продуктів і послуг;
- ❖ виробники супутніх послуг;
- ❖ спеціалізовані провайдери інфраструктури;
- ❖ організації, що забезпечують спеціальне навчання, збір інформації, проведення досліджень та надають технічну підтримку (університети, курси перепідготовки та підвищення кваліфікації тощо);
- ❖ інфраструктурні агентства, що впливають на функціонування кластеру.

Межі території регіонального туристичного кластеру можуть варіюватися від території однієї громади до декількох сусідніх громад регіону, оскільки постійно з'являються нові учасники кластеру, розвиваються нові напрямки

туристського бізнесу.

З технологічної точки зору варто зазначити, що регіональні туристські кластери ефективно сприяють темпам інновацій, визначають їх напрямок, тим самим створюючи основу для майбутнього економічного розвитку суб'єктів кластеру та його території.

У контексті розвитку туристичного бізнесу в регіоні перевагами для суб'єктів туристського кластеру є:

- ❖ чітке бачення і розуміння учасниками кластеру стану і розвитку регіонального та національного туристичного ринку;
- ❖ стимулювання підприємств малого та середнього бізнесу;
- ❖ поліпшення можливостей виходу на туристичні ринки;
- ❖ активізація інноваційної діяльності підприємств;
- ❖ вдосконалення та модернізація туристської інфраструктури;
- ❖ покращення внутрішніх зв'язків та взаємодія учасників кластеру при створенні й збуті туристичних продуктів і послуг;
- ❖ підвищення доступності фінансових ресурсів;
- ❖ скорочення певних видів витрат (на маркетинг, рекламу, підвищення кваліфікації кадрів, науково-дослідні розробки тощо);
- ❖ вільний обмін інформацією та знаннями;
- ❖ поява нових умов для конкуренції та диверсифікації;
- ❖ розширення меж кластеру та масштабів його функціонування.

Досліджуючи структуру туристичного кластеру необхідно зазначити, що вона має чотири головних сектори¹³:

- ❖ сектор з виробництва туристичних послуг;
- ❖ сервісний сектор;
- ❖ допоміжний сектор;
- ❖ сектор із забезпечення життєдіяльності кластеру,

¹³ Ковальова Ю. М. Практичні приклади функціонування кластерів у світі. *Механізм регулювання економіки*. 2008. № 3(2). Т. 1. С. 92 – 100.

аудиторські та логістичні компанії.

Сектор виробництва туристичних продуктів і послуг об'єднує, в першу чергу, суб'єктів кластеру, які створюють тур продукти й послуги. Цей сектор також включає такі організації та підприємства, як: заклади розміщення, харчування, дозвілля, транспортні компанії, природоохоронні установи тощо.

Сектор сервісу туркластеру включає страхові компанії, освітні та науково-дослідні заклади, фінансові установи та інші підприємства й організації.

Допоміжний сектор кластеру складається з органів державної та місцевої влади, картографічних, поліграфічних, туристських громадських організацій, підприємств з виробництва товарів туристичного призначення, сувенірів тощо.

Сектор забезпечення життєдіяльності кластеру включає підприємства з маркетингу та реклами, інформаційні установи, юридичні й телерадіокомпанії тощо.

Вище визначена структура туристичного кластеру може змінюватись у процесі його розвитку. Головною ознакою якісної діяльності секторів туристського кластеру є координація спільних зусиль щодо підвищення рівня якості виробництва туристських продуктів і послуг, а також в ефективному використанні туристичних ресурсів.

Отже, регіональний туристичний кластер – це не тільки сукупність територіальних взаємопов'язаних суб'єктів, які займаються створенням і реалізацією туристичних продуктів та послуг, а мережева взаємодія всіх складових кластеру і процесів, з метою отримання прибутку, а також загальний вплив на соціально-економічний розвиток регіону.

Також туристичний кластер є інструментом управління регіональним розвитком туризму та інтегративними процесами господарювання на певній території. Основними інтегруючими компонентами кластеру є комунікаційні мережі та інновації, які здатні підтримувати конкурентоспроможність створеного інтегративного туристичного продукту. Створення інтегративних туристичних продуктів і послуг кластеру

базується на туристичному потенціалі регіону.¹⁴

Економічною основою ефективної діяльності регіонального туристичного кластеру є зниження витрат на створення туристичних продуктів і послуг у суб'єктів кластеру та збільшення їх обсягів, а також покращення показників соціально-економічного розвитку регіону.

Головною умовою ефективної діяльності туристичного кластеру виступає подолання серед суб'єктів кластеру взаємної недовіри і надмірної конкуренції, а також вирішення соціальних проблем спільними зусиллями на території кластеру на основі ефективної взаємодії між собою.

Цінність регіональних туристичних кластерів полягає не в їх складності, а в наявності внутрішнього конкурентного середовища та в їх сильній конкурентній позиції, яка забезпечує конкурентоспроможність регіонального туристичного продукту на ринку.

Досвід упровадження кластерної моделі розвитку туристичної галузі в країнах ЄС свідчить, що туристичні кластери розвиваються при певних сприятливих умовах – політичних, нормативно-правових, економічних, природних, соціокультурних, які знаходять відображення у таких аспектах:

- ❖ ефективна туристична політика державної та місцевої влади;
- ❖ атрактивність туристичних ресурсів;
- ❖ унікальність туристичних продуктів та послуг;
- ❖ стан інвестиційного клімату на конкретній території;
- ❖ характер конкуренції;
- ❖ наявність сфер економіки, пов'язаних із туристичною діяльністю;
- ❖ науково-дослідний потенціал;
- ❖ туристська кваліфікація фахівців;
- ❖ потреби місцевого населення тощо.

¹⁴ Черчик Л. М., Милько І. П. Інтеграційні моделі розвитку міжгалузевих рекреаційних комплексів регіонів України. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту «Економічні науки»*. Випуск 2 (42). Ч. 2. Т.1. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2011. С. 151 – 158.

Регіональні туристичні кластери в країнах ЄС є запорукою ефективного соціально-економічного розвитку територій.¹⁵ Свідченням такої ефективності щодо соціально-економічного розвитку є покращення відносин між державною, місцевою владою та різними підприємствами й неурядовими організаціями при створенні якісних регіональних туристських продуктів і послуг.

З точки зору чинного законодавства України, туристичні кластери в нашій державі до періоду введення воєнного стану фактично діяли як добровільні об'єднання суб'єктів господарювання, при цьому не маючи державної підтримки, яка б сприяла їх розвитку. Яскравими прикладами створення і розвитку туристичних кластерів в Україні були туркластери «Гоголівські місця Полтавщини», «Слобожанщина» (Харківська обл.), «Світязь» (Волинська обл.) та інші.

В Україні також існують приклади туристичних кластерів, ефективність яких залишається досить спірною через недовіру партнерських відносин, зосередженості певних суб'єктів туристичного бізнесу на окремих туристичних продуктах і декларативності своєї діяльності.

2. Нормативно-правова основа функціонування туристських кластерів

Досліджуючи процес створення та розвитку туристичних кластерів в Україні, варто зазначити, що він знаходиться на початковому етапі формування нормативно-правової основи їх діяльності. Так, у 2008 році Міністерство економіки України підготувало Постанову Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції утворення кластерів в Україні», але вона не була затверджена. Також у 2010 році Міністерством регіонального розвитку і будівництва України та Національною академією наук України було підготовлено проєкт Національної стратегії створення і розвитку транскордонних кластерів, який

¹⁵ Eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat> (дата звернення: 14.05.2024).

також не отримав статусу офіційного документу.

Формування та просування різних за тематикою регіональних туристських продуктів потребує об'єднання зусиль та координації діяльності всіх учасників ринку на загально-національному, регіональному та місцевому (локальному) рівнях. Досвід країн Європейського Союзу свідчить, що локальні туристичні кластери є ефективними тоді, коли вони створені на принципах «державно-приватного партнерства».¹⁶

У державній стратегії регіонального розвитку України на 2021–2027 рік щодо напрямку «розвиток внутрішнього туризму», у пункті 15 визначено удосконалення рекреаційних територій шляхом використання можливостей кластерних моделей, але методики та інструментарію використання зазначених можливостей кластерних моделей так не і не було створено.¹⁷

Проблеми щодо діяльності туристичних кластерів в Україні вбачаються у наявності таких факторів. На державному рівні це:

- ❖ відсутність цільових нормативно-законодавчих актів з приводу створення та функціонування туристських кластерів;
- ❖ невизначеність органів державної влади щодо формування і розвитку туристських кластерів;
- ❖ недосконалість теоретично-методичних основ створення і розвитку туристських кластерів;
- ❖ недостатнє інформаційне забезпечення щодо формування та функціонування туристських кластерів;
- ❖ низький рівень державної підтримки щодо інвестиційної привабливості туристських дестинацій країни;
- ❖ відсутність економічної мотивації у суб'єктів господарювання до створення туристських кластерів.

На регіональному рівні це:

¹⁶ Зігунова І. Стратегічні засади розвитку регіонального туризму в повоєнний період. *Туризм і гостинність: шляхи сталого розвитку*: монографія / за ред. І. С. Зігунової. Суми: ФОП Цьома С. П., 2023. С. 111 – 142.

¹⁷ Державна стратегія регіонального розвитку України на 2021–2027 рік. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення: 29.04.2024).

- ❖ відсутність цільових фондів, міжрегіональних, регіональних та місцевих програм співпраці суб'єктів господарювання у туристській галузі;
- ❖ недостатня інформованість територіальних суб'єктів господарювання про доцільність створення туристських кластерів та ведення бізнесу в сфері туризму;
- ❖ відсутність на регіональному рівні нормативно-правової бази щодо створення та функціонування туристських кластерів.

На місцевому (локальному) рівні це:

- ❖ відсутність взаємозв'язків між різними територіальними суб'єктами господарювання з приводу розвитку туристського бізнесу на основі кластерної моделі господарювання;
- ❖ відсутність чіткого алгоритму дій з боку органів місцевого самоврядування щодо створення і розвитку туристських кластерів;
- ❖ відсутність чітких критеріїв відбору учасників до складу суб'єктів територіального туристського кластеру;
- ❖ відсутність системи ведення спільної господарської діяльності суб'єктами господарювання у сфері місцевого туризму.

Отже, основними проблеми щодо функціонування туристських кластерів є:

- ❖ відсутність сучасної чіткої нормативно-правової та теоретико-методичної бази щодо створення і розвитку туристських кластерів на державному, регіональному та місцевому рівнях;
- ❖ недостатність професійних туристських кадрів, які спроможні розуміти переваги та доцільність кластерної форми розвитку туризму в громадах;
- ❖ нерозуміння керівниками багатьох територіальних громад і новостворених районів переваг кластерного підходу щодо ведення туристського бізнесу в територіальних громадах;
- ❖ відсутність самостійних організаційно-управлінських

органів (структур) в адміністраціях територіальних громад щодо управління розвитком туризму на основі кластерного підходу;

- ❖ відсутність практичного досвіду у працівників адміністрації територіальних громад щодо стратегії і тактики розвитку суб'єктами господарювання туристського бізнесу на базі державно-приватного партнерства;
- ❖ проблеми щодо удосконалення регіональної та локальної туристської інфраструктури;
- ❖ проблеми транспортної важкодоступності до туристських об'єктів територіальних громад тощо.

Перспективами подальшого розвитку туристичних кластерів в Україні є розробка ефективної нормативно-правової, організаційно-управлінської та методичної бази щодо формування туристичних кластерів на території регіонів, а також організації процесу паспортизації туристських ресурсів та пошук механізмів відновлення й удосконалення туристської інфраструктури регіонів, які постраждали від бойових дій.

Висновки. Отже, регіональний туристичний кластер – це насамперед об'єднання суб'єктів туристичної галузі, індустрії гостинності та інших підприємств суміжних сфер економіки з метою створення конкурентоспроможного туристичного продукту та залучення інвестицій.

Вивчення досвіду створення, розвитку і діяльності туристичних кластерів різного рівня в країнах ЄС демонструє нові ролі туристичних підприємств, організацій, державних установ, наукових та освітніх закладів, вимагає по-новому розглядати програми державного регулювання й управління сталим розвитком туристичної галузі в регіонах, територіальних громадах.

Соціальний вимір впливу туристичного кластеру на розвиток туризму в регіонах країн Європейського Союзу базується на згуртованості та співпраці всіх суб'єктів туристичного кластеру з метою розвитку туристичного простору певної території та отримання прибутку.

На даному етапі розвитку вітчизняної туристичної галузі

створення і діяльність туристичних кластерів знаходиться на початковій стадії та поки що є самодіяльним процесом, оскільки в українському законодавстві відсутні спеціальні закони, державні програми, стандарти, організаційно-методичні засади та інші нормативно-правові умови щодо їх функціонування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Cluster Policy Further 2020 / European Cluster Collaboration Platform. URL: <https://www.clustercollaboration.eu/event-calendar/european-cluster-policyfurther-2020>. 103 (дата звернення: 15.05.2024).
2. Innovation Clusters in Europe: A Statistical Analysis and Overview of Current Policy Support. URL: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/e3faceb1-1796-44a9-908c-d9cec5ec338f/language-en/format-PDF/source113035836> (дата звернення: 18.05.2024).
3. Зігунов Р. В., Зігунов В. М. Механізм створення туристичних кластерів на території громад регіону. *Стан і перспективи сучасного туризму: матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених (м. Суми, 29–30 листопада 2023 року)*. Суми: ФОП Цьома С. П., 2023. С. 26–29.
4. Porter M. E. Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 1998. № 76(6). Р. 77 – 207.
5. European Clusters Alliance: Home. URL: <https://clustersalliance.eu/>. (дата звернення: 29.04.2024).
6. ESCA. URL: <http://www.cluster-analysis.org> (дата звернення: 12.05.2024).
7. Соколенко С. Кластери водного туризму та санаторно-рекреаційного відпочинку. URL: <http://ucluster.org/universitet/klastery-ukraina/2012-study/perspektivnina pryamki-klasterizacii-vodnikh-resursiv/klasteri-vodnogo-turizmu-ta-sanatorno-rekreacijnogo-vidpochinku> (дата звернення: 29.04.2024).
8. Lade C. Developing tourism clusters and networks: Attitudes to competition along Australia's Murrayriver Tourism Analysis, 15 (6) Р. 649 – 661.
9. Кластер Монтань. URL: <https://cluster-montagne.com/> (дата звернення: 15.05.2024).
10. IDM Зюйдтірол. URL: <https://www.idmsuedtirol.com/en/tourism-agriculturalmarketing/tourism-marketing/-future-of-tourismproject.html> (дата звернення: 25.04.2024).

11. Turisfera. URL: <http://www.turisfera.org> (дата звернення: 14.05.2024).
12. Діденко Д. Ф., Войт Д. С. Кластерний підхід до регіонального розвитку сфери туризму. *Вісник ХНАУ ім. В. В. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*. 2018. № 4. С. 386 – 393.
13. Ковальова Ю. М. Практичні приклади функціонування кластерів у світі. *Механізм регулювання економіки*. 2008. № 3(2). Т. 1. С. 92 – 100.
14. Черчик Л. М., Милько І. П. Інтеграційні моделі розвитку міжгалузевих рекреаційних комплексів регіонів України. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту «Економічні науки»*. Випуск 2 (42). Ч. 2. Т.1. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2011. С. 151 – 158.
15. Eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat> (дата звернення: 14.05.2024).
16. Зігунова І. Стратегічні засади розвитку регіонального туризму в повоєнний період. *Туризм і гостинність: шляхи сталого розвитку*: монографія / За ред. І. С. Зігунової. Суми: ФОП Цьома С. П., 2023. С. 111 – 142.
17. Державна стратегія регіонального розвитку України на 2021–2027 рік. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення: 29.04.2024).

Василь Зігунов, Роман Зігунов
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ І ФУНКЦІОНУВАННЯ КЛАСТЕРІВ У ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

У сучасному світі туризм став ефективним інструментом соціально-економічного розвитку регіонів. Упровадження кластерної моделі в туристичну галузь має позитивний вплив на сталий розвиток туристичних дестинацій регіонів світу.

Досвід країн Європейського Союзу щодо використання кластерного підходу в туристичній галузі є одним із ефективних шляхів розвитку громад, розширення туристичних можливостей та інтенсифікації функціонування туристичного бізнесу в регіонах. Туристична політика ЄС спрямована на підтримку та координування дій щодо створення і розвитку туристичних кластерів у регіонах.

На сьогодні в ЄС створені та ефективно діють організаційно-управлінські установи, нормативно-правова та теоретико-методична база щодо створення й ефективної діяльності туристичних кластерів для сталого розвитку регіонального туризму.

Стаття висвітлює теоретико-методичні засади ефективного функціонування туристичних кластерів як важливої складової стратегії сталого розвитку регіональної економіки. Розглянуто актуальні питання зі створення та особливостей діяльності туристичних кластерів територіальних громад для забезпечення сталого розвитку туристичної галузі регіону.

У роботі розкриті історичні аспекти впровадження кластерної моделі в туристичну галузь України, а також проблеми щодо функціонування туристичних кластерів на державному, регіональному і місцевому рівнях. Визначено перспективні напрями подальшого розвитку туристичних кластерів, створення ефективної нормативно-правової, організаційно-управлінської та теоретично-методичної бази.

Ключові слова: туристичний кластер, туристична галузь, регіональна економіка, територіальна громада.

Vasyl Zihunov, Roman Zihunov

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS FOR THE CREATION AND FUNCTIONING OF CLUSTERS IN THE TOURISM INDUSTRY.

In the modern world, tourism has become an effective tool for socio-economic development of regions. The introduction of the cluster model in the tourism industry has a positive impact on the sustainable development of tourist destinations in the world's regions.

The experience of the European Union countries in using the cluster approach in the tourism industry is one of the most effective ways to develop communities, expand tourism opportunities and intensify the functioning of the tourism business in the regions. The EU's tourism policy is aimed at supporting and coordinating actions to create and develop tourism clusters in the regions.

Today, the EU has created and effectively operates organizational and managerial institutions, regulatory, legal, theoretical and methodological framework for the creation and effective operation of tourism clusters for the sustainable development of regional tourism.

The article highlights the theoretical and methodological principles of the effective functioning of tourism clusters as an important component of the strategy for sustainable development of the regional economy. It considers current issues of the creation and features of the activities of tourism clusters of territorial communities to ensure the sustainable development of the tourism industry of the region.

The article reveals the historical aspects of the introduction of the cluster model in the tourism industry of Ukraine, as well as the problems of the functioning of tourism clusters at the state, regional and local levels. Promising directions for further development of tourism clusters, creation of an effective regulatory, organizational, managerial, theoretical and methodological framework are identified.

Keywords: *tourism cluster, tourism industry, regional economy, territorial community.*