

Melnyk, T. M. "Eksportnyi potentsial Ukrainy: metodolohiia otsynky ta analiz" [The export potential of Ukraine: assessment methodology and analysis]. *Mizhnarodna ekonomichna polityka*, no. 8-9 (2008): 222-245.

"Metodolohiia planuvannya rehionalnoho rozvytku v Ukraini. Instrument dlia rozrobky stratehii rehionalnoho rozvytku i planiv ikh realizatsii. Proekt I Evropeiskoho Soiuzu «Pidtrymka polityky rehionalnoho rozvytku Ukrainy»" [The methodology of regional planning in Ukraine. Tools for developing regional development strategies and plans for their implementation. EU Project "Support to Regional Development Policy of Ukraine"]. http://surdp.eu/uploads/files/Methodology_of_RD_planning.pdf

Riazanova, N. O. "Faktory vplyvu na rozvytok i realizatsiiu eksportnoho potentsialu rehionu" [Factors influencing the development and implementation of export potential]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 2 (28) (2012): 312-315.

Sovetskiy entsiklopedicheskiy slovar [Soviet Encyclopedic Dictionary]. Moscow: Sovetskaia Entsiklopediia, 1988.

Sobkevych, O. V. et al. *Promyslova polityka iak chynnyk pisliakryzovoho vidnovlennia ekonomiky Ukrainy* [Industrial policy as a factor in the post-crisis economic recovery Ukraine]. Kyiv: NISD, 2012.

Shnytko, O. S. *Natsionalna konkurentospromozhnist: sutnist, mekhanizmy realizatsii* [National competitiveness: the nature and mechanisms of implementation]. Kyiv: Naukova dumka, 2003.

Tretiak, V. V. "Eksportnyi potentsial regiona pri otsenke vozmozhnostei regionalnogo vneshneekonomicheskogo razvitiia" [Export potential of the region in evaluating the potential for regional foreign trade development]. *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 12 (66) (2006): 110-117.

"The Global Competitiveness Report 2014-2015". <http://www3.weforum.org/docs/GCR2014-15/Ukraine.pdf>

"Zovnishnia torhivlia tovaramy za 9 misiatsiv 2014 roku" [Foreign trade for 9 months of 2014]. <http://www.ukrstat.gov.ua/>

УДК 359.09

ПІДВИЩЕННЯ ТУРИСТСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСТ НА ОСНОВІ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТСЬКОГО КЛАСТЕРА РЕГІОНУ (СВІТОВИЙ І НАЦІОНАЛЬНИЙ ДОСВІД)

© 2014 ПИСАРЕВСЬКИЙ І. М., ВОЙТЕНКО К. К.

УДК 359.09

Писаревський І. М., Войтенко К. К. Підвищення туристського потенціалу міст на основі формування туристського кластера регіону (світовий і національний досвід)

У даній статті доказано ефективність використання кластерного підходу для підвищення потенціалу міст завдяки вивченню національного і світового досвіду формування туристських кластерів. Для цього було детально розглянуто приклади формування та розвитку кластерів у ПАР, Австралії та США; оглядово вивчені приклади кластеризації в інших країнах світу (Італії, Шотландії, Ірландії, Франції, Індонезії, Туреччині, Єгипті, ОАЕ, Таїланді та ін.) та проведено аналіз найбільш успішних прикладів кластеризації в Україні (кластер зеленого туризму «Оберіг»; туристський кластер «Кам'янець»; кластер «ЕКОТУР»; туристсько-рекреаційний кластер «Гоголівські місця Полтавщини»; Славутичка міська громадська організація «Туристський кластер – Славутич»; «Туристський кластер «Південне туристичне кільце»). Виходячи з цього, на основі проведеного SWOT-аналізу запропоновано створення туристського кластера в Харківській області з включенням до його складу малих міст з їх «великою» історією та багатою культурно-історичною спадщиною.

Ключові слова: туристський кластер, національний та світовий досвід, малі міста.

Табл.: 2. **Бібл.:** 14.

Писаревський Ілля Матвійович – доктор економічних наук, професор, Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова (вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002, Україна)

Войтенко Кристина Юстинівна – аспірантка, Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова (вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002, Україна)

E-mail: tina-1991@yandex.ua

УДК 359.09

Писаревский И. М., Войтенко К. К. Повышение туристского потенциала городов на основе формирования туристского кластера региона (мировой и национальный опыт)

В данной статье доказана эффективность использования кластерного подхода для повышения потенциала городов благодаря изучению национального и мирового опыта формирования туристских кластеров. Для этого подробно были рассмотрены примеры формирования и развития кластеров в ЮАР, Австралии и США; обзорно изучены примеры кластеризации в других странах мира (Италии, Шотландии, Ирландии, Франции, Индонезии, Турции, Египте, ОАЭ, Таиланде и др.) и проведен анализ наиболее успешных примеров кластеризации в Украине (кластер зеленого туризма «Обериг»; туристский кластер «Камеянец»; кластер «Экотур»; туристско-рекреационный кластер «Гоголевские места Полтавщины»; Славутичская городская общественная организация «Туристский кластер – Славутич», «Туристский кластер «Южное туристическое кольцо»). Исходя из этого, на основе проведенного SWOT-анализа предложено создание туристского кластера в Харьковской области с включением в его состав малых городов с их «большой» историей и богатым культурно-историческим наследием.

Ключевые слова: туристский кластер, национальный и мировой опыт, малые города.

Табл.: 2. **Библ.:** 14.

Писаревский Илья Матвеевич – доктор экономических наук, профессор, Харьковский национальный университет городского хозяйства им. А. Н. Бекетова (ул. Маршала Бажанова, 17, Харьков, 61002, Украина)

Войтенко Кристина Юстиниовна – аспирантка, Харьковский национальный университет городского хозяйства им. А. Н. Бекетова (ул. Маршала Бажанова, 17, Харьков, 61002, Украина)

E-mail: tina-1991@yandex.ua

UDC 359.09

Pisarevsky I. M., Voitenko K. K. Increase of the Tourism Potential of Cities through Formation of the Region's Tourism Cluster (on the Basis of Worldwide and National Experience)

In this article the efficiency of the cluster approach to increase of the tourism potential of cities through the study of national and worldwide experience, related to the tourism clusters, was proved. With this objective, examples of cluster formation and development in South Africa, Australia and the United States were considered in details; examples of clustering in other countries were explored (Italy, Scotland, Ireland, France, Indonesia, Turkey, Egypt, U.A.E., Thailand, etc.) and analysis of the most successful examples of clustering in Ukraine was carried out (green tourism cluster «Oberig»; tourism cluster «Kamianets»; cluster «EKOTUR»; tourism and recreational cluster «Gogolivski mistsia Poltavshchiny»; Slavutich city public organization «Tourism cluster – Slavutich», tourism cluster «Pivdenne turistichne kiltse»). On the basis of the carried out SWOT-analysis creating of a tourism cluster in Kharkov region with inclusion of small cities with their «big» history and rich cultural and historical heritage has been proposed.

Key words: tourism cluster, national and worldwide experience, small cities.

Tabl.: 2. **Bibl.:** 14.

Pisarevsky Ilya M. – Doctor of Science (Economics), Professor, Kharkiv National University of Urban Economy named after O. M. Beketov (vul. Marshala Bazhanova, 17, Kharkiv, 61002, Ukraine)

Voitenko Krystyna K. – Postgraduate Student, Kharkiv National University of Urban Economy named after O. M. Beketov (vul. Marshala Bazhanova, 17, Kharkiv, 61002, Ukraine)

E-mail: tina-1991@yandex.ua

Глобалізація світової економіки, збільшення міжнародної конкуренції привели до зростання популярності нової виробничої інноваційної моделі, у рамках якої всі учасники виробництва прагнуть об'єднатися в кластери. Кластерний розвиток як фактор збільшення національної, регіональної та локальної конкурентоспроможності є характерною ознакою сучасної інноваційної економіки. Світова практика показала, що кластеризація економіки обумовлює і справляє вирішальний вплив на процеси посилення конкурентоспроможності та прискорення інноваційної діяльності.

Доведено, що перехід від галузевої до кластерної моделі розвитку регіональної економіки дає можливість покращити управління туристською сферою, підвищити її конкурентоспроможність та дати новий поштовх до збалансованого розвитку. Зарубіжний і національний досвід засвідчує, що застосування кластерного підходу в сучасній економічній науці визначає кластери як стратегічні інститути підвищення конкурентоспроможності території.

Проблемами створення, функціонування та розвитку кластерів займалися такі зарубіжні й українські вчені, як Є. Безвушко, М. Войнарченко, С. Куніцин, А. Маршалл [1], Л. Романюк, В. Прайс, С. Соколенко [2], І. Таленадо, С. Ткачова, М. Портер [3], Х. Шреплер та ін.

Серед зарубіжних і вітчизняних науковців, які у своїх дослідженнях приділяли увагу розвитку туристського кластера, слід виділити М. Войнарченко [4], Ю. В. Алексеєву, К. А. Андрющенко, Дж. Суорбрук [5], Р. Браймера, Дж. Боуена, Н. М. Внукову, О. О. Теребух [6], А. І. Гонтаржевську, П. Ебергартта, Ф. Котлера, Е. Мейкенза, Н. Лейпер [7], В. Мідлтона, Р. Оскена, В. Ф. Савченко, М. Солловза, Д. М. Стеченко, С. К. Харчікову, А. М. Черчик, В. Шекеда, І. М. Дишловий [8], К. Шумана, Е. В. Щепанського та ін.

Тур – це первинна одиниця туристського продукту, яка реалізується споживачу як єдине ціле, на визначений маршрут і конкретний термін.

Відомо, що туристська подорож складається з вільного часу туристів та екскурсійного обслуговування, яке ґрунтується на туристському потенціалі території.

Під туристським потенціалом території розуміється сукупність природних, культурно-історичних та соціально-економічних передумов для організації туристської діяльності на даній території [9].

Для підвищення туристського потенціалу Харківського регіону пропонується створити туристський кластер, який буде включати малі історичні міста.

Зупинимося докладніше на понятті «кластер». Уперше в наукову літературу поняття «туристський кластер» було введено М. Портером, який визначив чинники кластерної моделі, що створюють реальну можливість поліпшення загального рекреаційно-туристського стану території [10].

Згідно з визначенням О. Крайник, під «туристським кластером» слід розуміти специфічні організаційні форми об'єднання державних, приватних, освітніх, наукових і громадських структур, що здійснюють свою діяльність у туристській сфері та розташовані на суміжних територіях [11]. У такому визначенні не врахований характер діяльності кластера та не зазначено, що він є

добровільним утворенням, і успіх визначається соціальним партнерством між учасниками об'єднання.

А. Прочан трактує туристський кластер як одну із форм організації продуктивних сил усіх учасників даної моделі, яка передбачає створення нового туристського продукту на основі маркетингових комунікацій у туризмі, що дозволить їм успішно конкурувати на туристських ринках різних рівнів [12].

На основі аналізу численних визначень цього терміна ми пропонуємо власне: *туристський кластер* – форма підприємницької діяльності у вигляді добровільного об'єднання пов'язаних спільними цілями підприємств та інституцій, яке має спрямованість, насамперед, на виробництво взаємопов'язаних і доповнюючих товарів і послуг спільними зусиллями з метою отримання синергетичного ефекту завдяки міжфірмовому поділу праці та поглибленню спеціалізації при обов'язковій організації довготривалих відносин на плановій основі й використанні досягнень науково-технічного прогресу.

Основні характеристики кластера: підприємства, що входять до кластера, розташовуються на компактній території; підприємства повинні взаємодіяти один з одним, формуючи єдині ланцюжки доданої вартості; резиденти орієнтовані на виробництво конкретної групи товарів; орієнтація на інноваційний продукт.

Кластерний підхід являє собою форму територіально-галузевої організації виробництва, що сприяє реалізації інноваційних підприємницьких проєктів економічного розвитку, обумовлює синергетичний ефект взаємодії з науковими, проєктними інститутами при зацікавленій участі регіональних і муніципальних органів управління.

Звернемося до світового досвіду формування туристських кластерів.

Приклад кластеризації туризму в ПАР. Індустрія туризму в ПАР почала розвиватися з падінням режиму апартеїду. Саме тоді туристський притік у країну почав стрімко зростати. За даними ЮНВТО, з 1993 по 1998 рр. їх кількість збільшилася майже в 2 рази, з 3,1 до 5,9 млн осіб. ПАР об'єктивно володіє видатним туристським потенціалом – комфортними кліматичними умовами, протяжними пляжами, природними та культурними пам'ятками, атрактивними ландшафтами. Усе це, однак, до недавнього часу не забезпечувало помітного притоку туристів. Завдяки демократичним змінам у країні, на початку 1990-х рр. ПАР перетворилася на перспективний туристський напрям. Однак наприкінці 1990-х рр. зростання міжнародних туристських прибуттів припинилося. Тоді держава і приватний сектор перейшли до стратегії партнерства і виступили зі спільною ініціативою створення туристських кластерів, які розглядалися як один з інструментів підвищення конкурентоспроможності країни на світовому туристському ринку. Було вирішено піти шляхом кластеризації туризму і утворити групу туристських кластерів: одного – на національному рівні, двох – тематичних і чотирьох – локальних.

Процес кластеризації туризму йшов під контролем держави, бізнесу і трудових колективів, що увійшли до складу Міжнародного консорціума (ТСС), який об'єднав

декілька спеціалізованих фірм з Південної Африки, Нової Зеландії та Америки. Він фінансувався з коштів державного бюджету. Мета проекту полягала в тому, щоб створити в ПАР сім великих дестинацій і, тим самим, задати вектор розвитку індустрії туризму як мультиплікатора інвестицій і робочих місць на основі узгоджених дій усіх зацікавлених сторін держави, бізнесу і регіонів.

На регіональному рівні, де найбільш відчутні соціально-економічні наслідки туризму, створення туристських кластерів особливо важливо. Як показує міжнародний досвід, на місцях індустрія туризму зазвичай обростає широкими, формальними і неформальними зв'язками, більшою чи меншою мірою заснованими на довірі та діалозі. Однак у ПАР наприкінці 1990-х рр. тільки в деяких місцевих спільнотах сформувався соціальні відносини, сприятливі для розвитку індустрії туризму.

Одна з найбільших локальних дестинацій організована в районі Кейліча (*Khayelitsha*), недалеко від Кейптауна на базі найстарішого міста ПАР і великого міжнародного туристського центру. Ініціатором її створення виступила адміністрація Капської провінції. Першим кроком стало утворення в Кейліче Керуючої групи, яка провела серію семінарів і консультацій з місцевими жителями, працівниками туріндустрії, міністерства туризму ПАР, політичними діячами країни, місцевими чиновниками. Консорціумом ТСС був запропонований план дій по чотирьох стратегічних напрямках – підготовка кадрів, маркетинг, розвиток турпродукту та забезпечення безпеки. Процес йшов знизу – усі учасники спільно на місці виробляли стратегію розвитку при всебічній підтримці процесу прийняття рішень зверху.

Процес кластеризації в регіоні був завершений до початку століття. Зростання туризму виявився нижче очікуваного, але прийшло загальне усвідомлення його соціально-економічної значущості.

Туристські кластери підтримують дестинації, які стають невід'ємною частиною ринкової економіки, оскільки вони утворюються відповідно до законів ринку. Держава разом з іншими зацікавленими силами може виступати одним з ініціаторів процесу кластеризації території та надавати підтримку кластерам, але вона не відіграє вирішальної ролі в їх формуванні та роботі.

Інший приклад туристської кластеризації в **Австралії** – «Тропічний північний Квінсленд» (штат Квінсленд). У цьому штаті Австралії туризм дає близько чверті валового регіонального продукту. Головними рекреаційними ресурсами дестинації виступають Великий бар'єрний риф, вологі тропічні ліси (об'єкти Всесвітньої природної та культурної спадщини), а також культура аборигенів, комфортні кліматичні умови і пляжі.

Місто Кернс – міжнародні ворота в регіон. Тут розташований великий аеропорт, розрахований на прийом більше мільйона пасажирів на рік. Це третій за значущістю туристський центр Австралії після столиці Сідней та м. Брісбен – адміністративного центру штату Квінсленд.

Популярність Тропічного північного Квінсленда як місця відпочинку стала зростати ще швидше з початку

1980-х рр. завдяки реалізації тут кластерної програми, розпочатої в результаті спільних зусиль представників місцевої індустрії туризму, а також регіонального бюро з просування внутрішнього і міжнародного туризму. На цій ранній стадії розвитку нечисленні туристські компанії тісно співпрацювали одна з одною при дуже низьких трансакційних витратах, що і сприяло зростанню туризму і конкурентоспроможності дестинації.

Наприкінці 1980-х рр. рівень кластерного співробітництва знизився. Прийшли нові туристські компанії, і це призвело до зростання конкуренції за рахунок просування власних туристських продуктів, а не дестинації. Тоді регіональна влада разом з авіакомпаніями провели спеціальні кампанії з просування Тропічного Квінсленда як туристської дестинації. Розпочався новий етап зростання внутрішнього і в'їзного туризму в Тропічному Квінсленді. Відомо, що розвиток дестинації призводить до загасання співробітництва. Однак відбулося скорочення попиту на туристські поїздки, що змусило туристський бізнес знову кооперуватися в межах дестинації Тропічного Квінсленда.

Туристські компанії співпрацюють в багатьох областях: маркетинг туристської дестинації; захист навколишнього середовища; державно-приватне партнерство по створенню привабливого образу туристської дестинації; підготовка кадрів та ін.

Особливою формою кластерів у туризмі є тематичні туристські кластери – спортивні, пригодницькі, культурно-пізнавальні, які розвиваються на однорідному сегменті туристського ринку та ін.

Прикладом тематичного туристського кластера є **Долина Напа (штат Каліфорнія, США)** – район виноробства, куди щорічно їдуть близько 5 млн туристів для відвідування виноградників і дегустації вин. Основу кластеризації складають узгоджені дії виноробів з формування брэнда Каліфорнійського кластера як головного виноробного району США, де виробляються найкращі американські вина.

Кластер взаємопов'язує роботу місцевих виноградарів і винних заводів, Каліфорнійського університету в Дейвісі, комітетів каліфорнійського сенату та асамблеї з підприємств готельного, ресторанного господарства і власне індустрії туризму.

Кластер розвивається за стратегічним планом диверсифікації за чотирма напрямками:

- ✦ створення позитивного образу території та її просування на американському ринку одночасно в двох якість – як центру виноробства і як району туризму (державно-приватне підприємство (конференц-бюро Долини Напа));
- ✦ підготовка та перепідготовка кадрів на базі Каліфорнійського університету в Дейвісі;
- ✦ удосконалення транспортної інфраструктури;
- ✦ спрощення порядку ліцензування виноробної та готельної діяльності.

Особливу значимість у кластері набувають питання підготовки кваліфікованих кадрів. Ця проблема вирішувалася поетапно і комплексно: був складений перелік посадових компетенцій; визначено рівень знань і нави-

чок, необхідних для виконання компетенцій; проведено атестацію працівників галузі; розроблено навчальний план професійної підготовки та перепідготовки кадрів. У результаті, у 2001 р. у Долині Напа відкрилася школа готельної справи, яка встановила міцні зв'язки з підприємствами індустрії туризму. Це стало найважливішим фактором зростання туристського тематичного кластера в Каліфорнії.

Розвиток індустрії туризму в Долині Напа йшов настільки швидкими темпами, що незабаром вона відтіснила виноробство і перетворилася на головну галузь місцевої економіки.

В Італії завдяки державній підтримці було створено дієвий кластер – місцева туристська система «Тразименське озеро» в Умбрії, яка об'єднує поряд із туристськими підприємствами, закладами розміщення та харчування також торговельні організації, підприємства з виробництва товарів широкого вжитку, товарів, специфічних для даної місцевості (вино, оливкова олія). З інших діючих кластерів слід згадати «Салінунтінські терми» (Сицилія), «Адритатичне море і берег», «Міста мистецтв, культури та бізнесу» (Емілія-Романія) тощо.

Завпровадження кластерної моделі в туризмі здійснюється і в інших країнах Західної Європи. Функціонують ряд туристських кластерів у Шотландії, кластер туризму і відпочинку у Північній Ірландії (Велика Британія), численні кластери з організація дозвілля у Франції [13].

У Мексиці туристським кластером є курорт Канкун, а в Індонезії – курорт на о. Балі. Хорватія і Словенія домовилися про створення транскордонного туристського кластера.

Відомо досить багато туристських кластерів – нових курортів, районів рекреації та туризму, яких ще зовсім недавно не було на туристському ринку. Українські туристи успішно освоюють подібні кластери – у Туреччині (Анталія), в Єгипті (Шарм-аль-Шейх і Хургада), у Таїланді (Пукхет), в Об'єднаних Арабських Еміратах (Абу Дабі, Дубаї) та ін.

Що стосується України, то аналіз, зроблений в табл. 1, показує, що кластеризація туристської сфери діяльності, як перспективного напрямку економіки України, відбувається повільними темпами, хоча спостерігається її позитивна динаміка. Найбільш успішні-

ми прикладами стали: кластер зеленого туризму «Оберіг» – зараз він об'єднує 6 тисяч працівників, це перший кластер сільського туризму в Україні; туристський кластер «Кам'янець»; кластер «ЕКОТУР»; туристсько-рекреаційний кластер «Гоголівські місця Полтавщини»; Славутицька міська громадська організація «Туристський кластер – Славутич»; «Туристський кластер «Південне туристичне кільце» – у 2004 р. спочатку було створено Вознесенську міську громадську організацію туристський кластер «Вознесенськ», яка згодом разом із 12 містами Одеської, Миколаївської, Херсонської областей та АР Крим утворили спільний туристський кластер «Південне туристичне кільце», до складу якого увійшли туристські підприємства, заклади туристської інфраструктури, місцеві адміністрації, а також промислові підприємства з виробництва продуктів харчування.

Дані табл. 1 засвідчують, що Закарпатська область, як і сусідня Львівська, Чернівецька (окрім Івано-Франківської), які входять до складу Карпатського регіону, не мають сформованих кластерних структур. Зокрема, Львівська область, на рівні з АР Крим і містом Києвом, позиціонується як туристський регіон, привабливий для іноземних і внутрішніх туристів через давню історію, природні ресурси, унікальну культуру і побут та близькість до європейського кордону. Тому в 2010 р. було ініційовано розробку «Спільної стратегії розвитку українсько-польського транскордонного регіону (Волинська, Львівська, Закарпатська області та Люблінське і Підкарпатське воеводства) на період до 2015 року», де передбачено створення транскордонного туристського кластера через визначення туристсько-рекреаційної діяльності однією з основних пріоритетів його розвитку. У Чернівецькій області також розглядається можливість утворення туристського транскордонного кластера на основі мережі регіонів – переможців Всеукраїнського конкурсу «Сім чудес України».

Отже, найбільш пріоритетними при створенні туристського кластера є території, на яких туристська діяльність ведеться найактивніше. У цілому, однією з особливостей кластерів у туристському бізнесі України стала зосередженість їхнього розташування в західних та центральних регіонах країни. Водночас, східні області також бажають привернути увагу туристів до себе та отримати імідж туристської тери-

Таблиця 1

Кластери в туристській сфері України

Регіон	Назва кластера
Івано-Франківська обл.	Туристський кластер, народних художніх промислів «Сузір'я»
Хмельницька обл.	Туристський кластер «Оберіг»
Полтавська обл.	Туристично-рекреаційний кластер «Гоголівські місця Полтавщини»
Київська обл.	Туристський кластер «Славутич»
Чернігівська обл.	Туристський кластер «Кам'янець»
АР Крим (м. Алушка), Миколаївська обл. (м. Вознесенськ), Херсонська обл. (м. Гола Пристань, м. Цюрупинськ), Одеська обл. (м. Южний, м. Ізмаїл, м. Белгород-Дністровський, м. Іллічівськ)	Туристський кластер «Південне туристичне кільце»

торії. Так, наприклад, Донецька область, незважаючи на наявність унікальних природних ресурсів – Азовського моря, крейдових гір у м. Святогорськ, соляних шахт і двох національних парків, асоціюється з промисловістю, машинобудуванням та вугледобуванням і позиціонується як промисловий центр України, хоча всі умови для розвитку туризму на основі створення високоякісного туристського кластера під назвою «Святі гори» є.

Так само і Харківський регіон має значний туристський потенціал.

Загалом мережа закладів культури Харківської області станом на 01.01.2013 р. включає:

- ✦ 1293 бібліотеки всіх систем і відомств (846 бібліотек системи Міністерства культури України);
- ✦ 698 клубних установ;
- ✦ 78 шкіл естетичного виховання;
- ✦ 120 музейних установ (34 – Міністерство культури України, 86 – при підприємствах, установах і організаціях), два з яких мають статус Національних – Національний літературно-меморіальний музей Г. С. Сковороди та Національний меморіальний комплекс «Висота І. С. Конєва»;
- ✦ 6 театрів;
- ✦ Харківський обласний організаційно-методичний центр культури і мистецтва;
- ✦ Харківський обласний науково-методичний центр охорони культурної спадщини;

- ✦ Обласний Навчально-методичний центр підвищення кваліфікації працівників культосвітніх установ;
- ✦ Обласний організаційно-методичний центр туризму;
- ✦ Харківська обласна філармонія;
- ✦ Великий Слобожанський ансамбль пісні і танцю;
- ✦ Молодіжний академічний симфонічний оркестр «Слобожанський».

Кіномережа складається з 10 кінотеатрів, 94 стаціонарних кіноустановок, 18 мобільних відеокomплексів [14].

Як бачимо, сприятливими передумовами для розвитку туризму в Харківській області є значний історико-культурний та природно-рекреаційний потенціали. У табл. 2 проведено SWOT-аналіз Харківського регіону.

Отже, Харківський регіон має значний природно-екологічний, історико-культурний і рекреаційний потенціал для створення кластеру на його території з включенням малих історичних міст, метою створення якого є забезпечення конкурентоздатності туристської індустрії в регіоні, що забезпечить податкові надходження до бюджету, поліпшення рівня життя населення за рахунок росту зайнятості й середньої зарплати в туристській індустрії; якість життя за рахунок підвищення культурного рівня й патріотичного виховання населення міста, збереження для майбутніх поколінь історико-культурної спадщини й екології.

Таблиця 2

SWOT-аналіз Харківського регіону

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>1. Харківська область – це багатогілляний край багатопрофільноголітнього та зимового туризму, бальнеологічнолікування та масового пізнавального відпочинку. Перлинами області є Краснокутський дендропарк, Натальївський і Шарівський парки, Пархомівський художній музей. Селище Гайдари і Коробови Хутори, що на правому березі річки Сіверський Донець, по праву називають «Харківською Швейцарією». Саме в цьому куточку Харківщини створено Гомільшанський національний парк.</p> <p>2. Харківська область має значні рекреаційні ресурси, основою яких є сприятливі кліматичні умови, мальовничі ландшафти. Наявність джерел мінеральних вод є базою для розвитку курортів, серед яких – Березівські мінеральні води і Рай-Оленівка.</p> <p>3. Найбільшповне і оптимальне задоволення туристських потреб здійснюється через досить розвинену систему засобів розміщення. Усього станом на 01.01.2013 р. у Харківській області налічується 49 закладів розміщення, 17 садиб сільського туризму, 35 санаторно-курортних установ.</p> <p>4. В області спостерігається модернізація розваг і відпочинку (реконструкція Парку відпочинку, створення дельфінарію), виникнення нових спеціалізованих музеїв (Церковно-історичний музей, Музей історії Південної залізниці, Музей сексуальних культур світу і т. ін.)</p>	<p>1. Відсутність поширеного іміджу Харківщини як туристського регіону.</p> <p>2. Не сформовано туристський простір.</p> <p>3. Застаріліформи, методи і зміст екскурсійного обслуговування.</p> <p>4. Відсутність мережевих розважальних центрів.</p> <p>5. Відсутність чітких програм по завантаженню підприємств розміщення та установ санаторно-курортної сфери в період міжсезоння.</p> <p>6. Нерозвинена супутня туристська інфраструктура.</p> <p>7. Витіснення з туристського ринку соціального туризму як неконкурентоспроможного порівняно з комерційними видами туризму.</p> <p>8. Не використовуються переваги прикордонного розташування Харківської області.</p> <p>9. Харківщина має окремі туристські об'єкти показу та інфраструктури, які не пов'язані між собою в єдиний туристський продукт.</p> <p>10. Недостатньо використовуються сучасні технології та форми роботи з відвідувачами.</p> <p>11. Пам'ятники та пам'ятні місця розташовані в основному в самому Харкові (причому переважно в центрі міста), у той час як деякі райони міста, тим більше райони області, майже повністю позбавлені таких</p>
Можливості	Загрози
<p>1. Поновлення і розвиток умов для туризму.</p> <p>2. Відновленняпам'ятників та історичних місць.</p> <p>3. Розвиток і поліпшення культурного співробітництва і зв'язків.</p>	<p>1. Недостатній рівень інвестування туристського сектора, а також інфраструктури спорту та дозвілля.</p> <p>2. Відсутністьзагальної стратегіїрозвитку туризму.</p> <p>3. Відсутність некомерційного регіонального сприяння туризму.</p> <p>4. Несталий розвиток туризму</p>

Можливості	Загрози
<p>4. Розробка культурно-історичної продукції, заходів та ініціатив, включаючи ті, що носять транскордонний і міжнародний характер.</p> <p>5. Розвиток агро- та екотуризму.</p> <p>6. Створення інформаційних туристських центрів.</p> <p>7. Впровадження загальних туристських стандартів</p>	

ВИСНОВКИ

Аналіз світових і національних процесів кластеризації в туристській сфері в цілому доводить високу ефективність діяльності кластерних об'єднань та їх визначальний вплив на прискорення економічного розвитку. Отже, для підвищення туристського потенціалу Харківського регіону є цілком доцільним створення туристського кластера, а саме: кластера, в який до цього часу не включалися малі міста з їх «великою» історією та багатою культурно-історичною спадщиною. Об'єднавшись, ці міста можуть ефективніше діяти на українському, європейському та світовому туристських ринках, проводити спільні промоційно-маркетингові акції, брати участь у міжнародних туристських виставках та ярмарках тощо, і, у такий спосіб, успішніше розвивати туристську галузь і в цілому соціально-економічний комплекс цих міст і регіону, де вони знаходяться. ■

ЛІТЕРАТУРА

- Marshall A.** Principles of Economic: An Introductory Volume / A. Marshall. – 9th Edition. – London : Macmillan, 1961. – P. 27 – 41.
- Соколенко С. І.** Кластери в глобальній економіці / С. І. Соколенко. – К. : Логос, 2004. – 848 с.
- Портер М.** Международная конкуренция / М. Портер. / Пер. с англ. ; под ред. В. Д. Щетинина. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.
- Войнаренко М.** Кластери як полюси зростання конкурентоспроможності регіонів / М. Войнаренко // Економіст. – 2008. – № 10. – С. 27 – 30.
- Суорбрук Дж.** Маркетинг туристских дестинаций / Дж. Суорбрук [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.amazon.com/Sustainable-Tourism-Management-J-Swarbrooke/dp/0851993141>
- Теребух А. А.** Туристський кластер як форма посилення конкурентних переваг регіону / А. А. Теребух, Н. Б. Бандура // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.12 – С. 265 – 271.
- Leiper N.** The framework of tourism / N. Leiper // Annals of Tourism Research. – 1979. – № 6. – P. 390 – 407.
- Дишловий І. М.** Особливості функціонування регіонального рекреаційно-туристичного кластера та його регулювання / І. М. Дишловий // Економіка і управління. – 2010. – № 6. – С. 69 – 76.
- Николаенко Т. В.** Рекреационная география / Т. В. Николаенко. – М. : ВЛАДОС, 2001. – 288 с.
- Портер М.** Конкуренция / М. Портер / Пер. с англ. ; под ред. Я. В. Заблоцкого. – М. : Вильямс, 2001. – 495 с.
- Крайник О.** Туристський кластер регіону як форма соціального діалогу: управлінський аспект / О. Крайник, М. Біль // Науковий вісник «Демократичне врядування»: електронне фахове видання. – 2009. – Вип. 4 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/e-journals/DeVr/2009_4/zmist.html
- Прочан А. О.** Використання кластерних технологій в туризмі / А. О. Почан [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rusnauka.com
- Гонтаржевська Л. І.** Зовнішньоекономічна діяльність туристських підприємств України / Л. І. Гонтаржевська [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.disser.com.ua/contents/34711.html>
- Іщенко Т. В.** Стратегія розвитку кластера культури і туризму / Т. В. Іщенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://culture.kharkov.ua/node/3555>

REFERENCES

- Dyshlovyi, I. M. "Osoblyvosti funktsionuvannia rehionalnoho rekreatsiino-turystychnoho klastera ta ioho rehuliuвання" [Features of operation of the regional recreation and tourism cluster and its regulation]. *Ekonomika i upravlinnia*, no. 6 (2010): 69-76.
- Hontarzhavska, L. I. "Zovnishnyoeconomichna diialnist turystykykh pidpriemstv Ukrainy" [Foreign Economic Activity of tourist enterprises in Ukraine]. <http://www.disser.com.ua/contents/34711.html>
- Ishchenko, T. V. "Stratehiia razvitiia klastera kultury i turizma" [The development strategy of the cluster of Culture and Tourism]. <http://culture.kharkov.ua/node/3555>
- Krainyk, O., and Bil, M. "Turystskyi klaster rehionu iak forma sotsialnoho dialohu: upravlinskyi aspekt" [Tourist cluster region as a form of social dialogue: administrative aspect]. http://www.nbu.gov.ua/e-journals/DeVr/2009_4/zmist.html
- Leiper, N. "The framework of tourism". *Annals of Tourism Research*, no. 6 (1979): 390-407.
- Marshall, A. *Principles of Economic: An Introductory Volume*. London: Macmillan, 1961.
- Nikolaenko, T. V. *Rekreatsiionnaia geografiia* [Recreational geography]. Moscow: VLADOS, 2001.
- Porter, M. *Konkurentsiiia* [Competition]. Moscow: Viliams, 2001.
- Prochan, A. O. "Vykorystannia klasternykh tekhnolohii v turyzmi" [The use of cluster technology in tourism]. www.rusnauka.com
- Porter, M. *Mezhdunarodnaia konkurentsiiia* [International competition]. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniia, 1993.
- Suorbruk, Dzh. "Marketing turistyskikh destinatsiy" [Marketing of tourist destinations]. <http://www.amazon.com/Sustainable-Tourism-Management-J-Swarbrooke/dp/0851993141>
- Sokolenko, S. I. *Klastery v hlobalnii ekonomitsi* [Clusters in the global economy]. Kyiv: Lohos, 2004.
- Terebukh, A. A., and Bandura, N. B. "Turystskyi klaster iak forma posylennia konkurentnykh perevah rehionu" [Tourist cluster as a form of increasing the competitiveness of the region]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, no. 20.12 (2010): 265-271.
- Voinarenko, M. "Klastery iak poliusy zrostannia konkurentospromozhnosti rehioniv" [Clusters as growth poles of regional competitiveness]. *Ekonomist*, no. 10 (2008): 27-30.