

**I. ГЕОГРАФІЯ РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ПИТАННЯ**

**Світлій пам'яті проф. С.І. Іщука присвячується**

УДК 911.3: 338.48

*Гладкий Олександр Віталійович,*  
доктор географічних наук, професор

*Склярів Олександр Андрійович*

Київський національний торговельно-  
економічний університет, м. Київ, Україна,  
e-mail: alexander.gladkey@gmail.com

Київський національний університет імені  
Тараса Шевченка, м. Київ, Україна

**ПРОВІДНІ НАУКОВІ КОНЦЕПЦІЇ ФОРМУВАННЯ КЛАСТЕРНОЇ ТЕОРІЇ  
В ТУРИЗМІ**

*Мета.* Метою даної статті є теоретико-методологічне дослідження провідних наукових концепцій, що пов'язані із теорією кластерів у туристичній галузі.

*Методика.* Методологічною базою дослідження є основи наукової діалектики. Основними методами дослідження є літературний, описовий, аналітичний.

*Результати.* Визначено основні наукові концепції формування теорії кластерів в туристичних дослідженнях, проведено їхній аналіз в умовах сучасного туризмознавства, розкрито потенційні можливості застосування цих концепцій у туристичній діяльності, запропоновано подальші напрямки дослідження особливостей формування кластерної теорії в туризмі.

*Наукова новизна.* Наукова новизна полягає у систематизації особливостей застосування теоретико-методологічних досліджень кластерів в туристичних науках.

*Практична значимість.* Дане дослідження є основою для проведення масштабного та комплексного аналізу туристичної діяльності в Україні з використанням теорії кластерів. Його результати будуть базисом для подальших досліджень процесів кластеризації в межах локальних туристичних дестинацій, регіонів та територіально-рекреаційних комплексів.

*Ключові слова.* Концепція, конкурентоспроможність, кластер, територіально-рекреаційний комплекс, туризмознавство.

УДК 911.3: 338.48

*Гладкий Олександр Віталійович,*  
доктор географічних наук,  
професор

*Склярів Олександр Андрійович*

Киевский национальный торгово-  
экономический университет, г. Киев, Украина,  
e-mail: alexander.gladkey@gmail.com

Киевский национальный университет имени  
Тараса Шевченко, г. Киев, Украина

**ВЕДУЩИЕ НАУЧНЫЕ КОНЦЕПЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ КЛАСТЕРНОЙ  
ТЕОРИИ В ТУРИЗМЕ**

*Цель.* Целью данной статьи является теоретико-методологическое исследование ведущих научных концепций, связанных с теорией кластеров в туристической отрасли.

*Методика.* Методологической базой исследования является основы научной диалектики. Основными методами исследования является литературный, описательный, аналитический.

*Результаты.* Определены основные научные концепции формирования теории кластеров в туристических исследованиях, проведен их анализ в условиях современного туризмоведения, раскрыты потенциальные возможности применения этих концепций в туристической деятельности, предложены дальнейшие направления исследования особенностей формирования кластерной теории в туризме.

*Научная новизна.* Научная новизна заключается в систематизации особенностей использования теоретико-методологических исследований кластеров в туристических науках.

*Практическая значимость.* Данное исследование является основой для проведения масштабного и комплексного анализа туристической деятельности в Украине с использованием теории кластеров. Его результаты будут базисом для дальнейших исследований процессов кластеризации в рамках локальных туристических дестинаций, регионов и территориально-рекреационных комплексов.

*Ключевые слова.* Концепция, конкурентоспособность, кластер, территориально-рекреационный комплекс, туризмоведение.

UDC 911.3: 338.48

*Gladkey Oleksandr Vitaliyovych,*  
Doctor of Geography Sciences, Professor

Kyiv National University of Trade  
Economics, Kyiv, Ukraine, e-mail:  
alexander.gladkey@gmail.com

*Skliarov Oleksandr Andriyovych*

Taras Shevchenko National University of  
Kyiv, Kyiv, Ukraine

## *LEADING SCIENTIFIC CONCEPTS OF CLUSTER THEORY FORMATION IN TOURISM FIELD*

*Goal.* The purpose of this article is the theoretical and methodological investigation of the leading scientific concepts related to the theory of clusters in the tourism industry.

*Method.* The methodological basis of the research is the basis of scientific dialectics. The main methods of research are literary, descriptive, analytical.

*Results.* The basic scientific concepts of clusters theory formation in tourism investigation field are defined. Their analysis in the conditions of modern tourism studies is conducted. The potential possibilities of above mentioned concepts usage in the tourism activity are revealed. The further ways of cluster theory formation investigations in tourism science are offered.

*Scientific novelty.* Scientific novelty consists in systematization of usage pattern of cluster theoretical and methodological investigations in tourism sciences.

*Practical significance.* This study is the basis for a large-scale and comprehensive analysis of tourism activity in Ukraine using the cluster theory. These results will be the basis for further studies of clustering processes within local tourist destinations, regions and territorial-recreational complexes.

*Keywords.* Concept, competitiveness, cluster, territorial-recreational complex, tourism science.

*Постановка проблеми.* Розвиток просторових наукових досліджень в галузі туризму у вітчизняній та зарубіжній науці відбувався під впливом декількох панівних методичних підходів, зумовлених як соціально-історичними так і науково-пізнавальними чинниками. Серед першої групи чинників слід відмітити особливості розвитку суспільних відносин в різних країнах світу, а також логіку і характер перебігу соціально-економічних процесів, що спрямовували наукові дослідження відповідно

до практичних потреб певної суспільної формації. До другої групи чинників слід віднести загальний рівень наукового пізнання, що сформувався в конкретних умовах розвитку суспільства, особливості формування теоретико-методичного апарату та можливостей реалізації (теоретичних, інституціональних, технічних та ін.) різних методичних підходів в конкретно-наукових дослідженнях.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.* Просторові наукові дослідження в галузі туризму відбувались переважно в рамках трьох панівних методичних підходів: 1) концепції локальних територіально-рекреаційних комплексів (О.О. Любіцева, О.О. Бедик, І.Г. Смирнов, Г.В. Балабанов, Г.І. Денисик, С.І. Іщук), 2) концепції туристичних кластерів (М. Портер, М. Енрайт, Ф. Белуссі, Г. Кларк, М. Фельдмен, Р. Морено, Р. Пасі, С. Юсей) і 3) регіональної конкурентоспроможності (М. Фуджита, Ж.-Ф. Тісс, Е. Венайблес, Х. Маох, С. Канароглю). Розглянемо вплив кожного з них на особливості пізнання просторових туристичних утворень.

*Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.* Незважаючи на активізацію досліджень в галузі туризму в наш час, недостатньо розробленими залишаються питання досліджень закордонних вчених, що пов'язані із застосуванням теорії кластерів, що для України є досить актуальним, оскільки туристична діяльність не використовує увесь наявний потенціал для розвитку та отримання туристично привабливого середовища.

*Формулювання цілей статті (Постановка завдання).* Саме тому, метою даної статті є аналіз перспективності дослідження і подальшого впровадження теорії кластерів у туристичну галузь. Основними завданнями статті є висвітлення сутності теорії кластерів, аналіз їхніх особливостей у залежності від наявного потенціалу, а також формування подальших напрямків дослідження щодо формування кластерної теорії в туризмознавстві.

*Виклад основного матеріалу. Концепція локальних територіально-рекреаційних комплексів (ТРК).* Дослідження ТРК різного рівня були детально розроблені радянською науковою школою [1]. Під ТРК розумілось таке поєднання взаємопов'язаних і взаємообумовлених компонентів туристичного комплексу певної території, за якого забезпечувалось формування певного народногосподарського ефекту [3]. Цей ефект виникав на основі: 1) формування стійких економічних інших зв'язків між окремими підприємствами комплексу; 2) розвитку кооперування; 3) широкої спеціалізації підприємств туристичної галузі, за якої досягається значний економічний ефект; 4) багатогалузевої диверсифікації туристичної діяльності, що була пов'язана із неоднорідністю природних, трудових, інфраструктурних ресурсів та місць прикладання праці; 5) концентрації різних видів туристичної діяльності, що сприяли посиленню їх функціональної взаємопов'язаності; 6) комплексного використання рекреаційно-туристичних ресурсів території; 7) оптимізації системи природокористування.

В результаті діяльності ТРК виникала значна економія суспільної праці, економія на масштабах виробництва, на інфраструктурному, науково-конструкторському та інженерно-технічному обслуговуванні, на зв'язках і комунікаціях, на централізації і єдності цілепокладання функцій управління тощо [6]. Практична реалізація концепції ТРК на різних рівнях підтвердила її економічну ефективність в умовах планового господарювання і усупільнення господарських процесів. Вона ефективно працювала в межах комплексів локального та ареального рівня [4].

Дослідження туристичних дестинацій в рамках концепції ТРК спиралось на цілий ряд важливих властивостей цих утворень, які в умовах планової економіки були основними засобами формування додаткового економічного ефекту. Серед них слід виділити: 1) наявність тісних багатофункціональних зв'язків між окремими підприємствами туристичної галузі, які сприяли комплексному використанню природних, трудових та інших ресурсів, економії на масштабах, розвитку спеціалізації і кооперування та функціональної єдності і взаємоузгодженості господарювання; 2) спільність матеріально-технічної, транспортної та будівельно-інфраструктурної бази туристичних підприємств, що давала можливість суттєво економити на інфраструктурних затратах; 3) єдність і централізованість НДДКР, яка сприяла розвитку фундаментальних досліджень, розробці нових зразків техніки та технологій; 4) формування механізмів охорони середовища та природокористування [5].

В концепції ТРК, економічна ефективність туристичної діяльності теоретично ґрунтувалась на об'єктивних процесах комплексоутворення, а практично забезпечувалась всебічною підпорядкованістю і супідрядністю окремих підприємств єдиним директивним плановим органам управління. В ній повною мірою не враховувалась дія ринкових механізмів формування прибутку та вплив ряду соціальних факторів соціально-розвиненого середовища, що наклало цілий ряд обмежень на процеси підвищення ефективності господарювання в галузі туризму. Поряд із безсумнівними позитивними моментами реалізації концепції ТРК вона мала і певні негативні наслідки, зумовлені недосконалістю самої системи господарських відносин при соціалізмі, відсутністю економічних стимулів до підвищення якості обслуговування, зростання інноваційності та інформатизації, а також до зменшення собівартості кінцевого туристичного продукту [8].

*Етап кластерного аналізу.* Паралельно із вітчизняним вченням про ТРК, в зарубіжній науці виникло вчення про туристичні кластери. Його засновником вважається відомий економіст М. Портер (Porter, M). Його вчення органічно впливало із загальної теорії штандортів А. Вебера та досліджень з питань просторової конкуренції Хікса, Купманса, Арроу, Дебрю, Ітона, Ліпсі та ін. Портер стверджував, що найбільші конкурентні переваги розвитку туристичних підприємств формуються у географічно «сконцентрованій невеликій кількості штандартів». Переваги кластерів над іншими формами розміщення господарства полягають у формуванні

специфічного ринкового середовища, в якому відкриваються широкі можливості до зростання рентабельності і продуктивності праці. В умовах кластерів підвищується мотивація праці, збільшується рівень її інтелектуалізації та інформатизації [12;13;14]. Щільна зосередженість комунікаційних мереж сприяє поширенню інновацій, впровадженню передового досвіду господарювання, повному залученню інформаційних ресурсів, всебічному розвитку ринкових сил на основі тісної взаємодії виробників і споживачів [2;10].

Туристичні кластери за Портером формуються переважно в межах висококомунікативних, староосвоєних районах, що володіють специфічними земельними, природними, культурно-історичними ресурсами [8]. Портер зазначав, що кластери формуються під максимальним впливом соціальних, а не природно-ресурсних чинників. Тому, вони характеризуються посиленням інформаційних потоків, що включають в себе обмін ідеями, знаннями і «ноу-хау» між окремими фірмами. Таким чином, вчений заклав основи вчення про туристичні кластери, як елементи постіндустріального суспільства.

*Концепція туристичних кластерів.* Концепція туристичних кластерів активно розвивалась та розповсюджувалась західними вченими на противагу радянським теоретичним викладкам моделей територіально-рекреаційних комплексів. В її основу покладено ідеї М. Портера (Porter, M.) про своєрідну природу формування конкурентоздатності фірми, яка відтворена в «Ромбі конкурентних переваг» (Diamond of competitive advantage) [8]. Чотири детермінанти ромбу (специфічні умови для факторів виробництва, стан споживання продукції, наявність додаткових і доповнюючих галузей та стійка стратегія, структура і суперництво), в результаті їх оптимального поєднання та взаємообумовленого розвитку, сформували найбільшу ефективність господарювання в так званих туристичних кластерах – групі географічно сусідніх взаємопов'язаних компаній та супідрядних організацій, які зайняті переважно в одній сфері господарювання і характеризуються спільністю та взаємодоповнюваністю своєї діяльності [9;14].

Туристичні кластери можуть формуватись як в межах великих міст (на основі історичних і культурних ресурсів), так і в низькоурбанізованій місцевості, або в межах природних ландшафтів (на основі унікальних об'єктів природи, властивостей рельєфу і клімату). Сам Портер наголошував на тому, що ідея кластерів перш за все пристосована до поведінки окремих фірм, а не регіонів чи територій і має цілий ряд обмежень для застосування на макроекономічному чи регіональному рівні. «Конкурують не регіони, а фірми» – стверджував Портер [9].

Туристичний кластер характеризується: 1) наявністю певної території, в межах якої концентруються малі і середні туристичні підприємства (здебільшого, однієї чи декількох споріднених галузей, що традиційно йде від концепції Портера); 2) пріоритетністю розвитку високотехнологічних фірм, пов'язаних між собою через розвиток і спільне

використання певних технологій; 3) формуванням модульних виробництв, які виокремились від централізованих підприємств, доповнюючи та підтримуючи основний технологічний процес і при цьому зберігаючи організаційну і фінансову самостійність. Головна компанія при цьому мінімізує свої витрати.

Реалізація конкурентних переваг в межах кластера суттєво сприяє підвищенню економічної ефективності виробництва, зростанню продуктивності праці та рентабельності, оскільки для його підприємств полегшується доступ до кваліфікованої робочої сили, послуг комерційних фінансово-кредитних та посередницьких торговельних організацій, інфраструктурних та науково-освітніх ресурсів [7]. Також, регіональні кластери стимулюють поширення інновацій і ноу-хау, оскільки фірми мають доступ до сучасної інформації та нових знань, що істотно підвищує дифузію останніх [14]. Кластери полегшують комерціалізацію знань та виробництва, створюючи сприятливі умови для розвитку нових вузькоспеціалізованих фірм (на основі аутсорсингу) та виробництва нових товарів і послуг.

*Концепція регіональної конкурентоспроможності.* Подальший розвиток ідеї регіональних туристичних кластерів, вперше представлений у працях Портера, сприяв формуванню вчення про регіональну конкурентоспроможність, яке на даний момент активно поширюється серед вчених Західної Європи та Північної Америки. Під цим терміном здебільшого розуміється просторова форма розвитку внутрішніх і зовнішніх конкурентних процесів, що виникли на рівні окремих країн та їх регіонів і посилюються за умов глобалізації [7]. Отже, регіональна конкурентоспроможність розглядається більшістю прихильників цієї теорії на міжнародному та національному рівнях, майже не спускаючись до локальних утворень, якими виступають окремі туристичні дестинації. Викладений вище наднаціональний аспект регіональної конкурентоспроможності широко аналізується в працях таких вчених економістів, як Дж. Данінг (Dunning, J.), Дж. Хампфрі та Х. Шмітц (Humphrey, J., Schmitz, H.), К. Фрімен (Freeman, K), Б.-В. Лундваль та Б. Йонсен (Lundvall, B.-V., Johnson, B.), Б. Асгайм та А. Ізаксен (Asheim, B., Isaksen, A.), Е. Рейнерт (Reinert, E.) та ін.

Застосування ідей формування конкурентоспроможності на локальному рівні стає можливим, виходячи з самої природи конкуренції, як такої системи економічних відносин, при якій кожен її суб'єкт змушений доводити своє право на частку суспільного багатства економічними результатами своєї діяльності в умовах жорсткого обмеження ресурсів розвитку і факторів виробництва, перетину інтересів і цілей, наявності значної кількості конкуруючих фірм та загострення майнових суперечок [10;11]. Туристичні дестинації, як локальні утворення, цілком відповідають викладеним вище характеристикам конкурентного середовища, оскільки створюють для суб'єктів економічних відносин відповідні конкурентним вимогам умови [11]. В цілому, специфічні умови

території туристичних дестинацій зводяться до відсутності соціальної та комунікативної гомогенності простору, в якому суб'єкти господарювання можуть вільно обирати місце свого розміщення. Такий порядок речей унеможливорює рівноважну конкуренцію та деградацію виробничого комплексу до відокремлених замкнених груп. Тобто він стимулює суспільний динамізм в процесі досягнення найбільших конкурентних переваг виробництва, що і складає основу просторової конкуренції [13].

Наявність висококонцентрованого глибокодиверсифікованого простору в межах туристичних дестинацій стимулює полікомпонентність їх конкурентних переваг та багатоваріантність конкурентних стратегій підприємства, а лімітуючі обмежуючі властивості простору – призводять до зростання динамізму та загострення конкурентної боротьби за економічні переваги та фактори виробництва [14]. Як вже зазначалось, до специфічних умов туристичного кластеру пристосовується лише обмежена кількість фірм в умовах недосконалої конкуренції. Якщо в межах локальних територіальних комплексів можна знехтувати загальнодержавним і наднаціональним рівнем конкуренції, то обмежене число підприємств поєднується у специфічне кластерне утворення, замкнене на найближчому оточенні, яке зумовлене тим, що споживачі намагаються виробляти/купувати товари і послуги за якомога нижчою ціною при мінімальних затратах на транспортування та обслуговування. Така фірма, в межах локального утворення, конкурує лише з найближчим оточенням, яке в просторі має чітко виражений кластерний характер [15]. Таким чином, туристичні кластери розвиваються на основі нерівноважної конкуренції, оскільки досконала конкуренція порушується викладеними вище особливостями простору.

Важливе значення для конкурентоспроможності туристичних підприємств відіграє також формування специфічного середовища, в межах якого відбувається перетин і реалізація економічних інтересів господарюючих суб'єктів.

З одного боку, таке середовище надає туристичним підприємствам значні економічні переваги, оскільки підвищує доступність ринково-комерційних, фінансово-кредитних, інформаційних, науково-інтелектуальних, інфраструктурних та інших соціальних ресурсів. З іншого боку, воно загострює конкуренцію між туристичними підприємствами за володіння мобільними факторами виробництва, посилює боротьбу за майнові інтереси і земельні ресурси, і, як наслідок, підвищує якість та інноваційність продукції і послуг, зменшує їх собівартість. В результаті, в межах кластеру (за умови зведення до мінімуму інтересів монополістичних підприємств) залишаються лише ті підприємства, які відповідають високим критеріям конкурентоспроможності в ринкових умовах. Вони здатні максимально адаптуватися до особливостей кластерного розміщення і найбільш повноцінно користуються перевагами синергетичного ефекту. З економічним суперництвом господарюючих суб'єктів безпосередньо пов'язана жорстка конкуренція в сфері володіння

економічними факторами розвитку виробництва в межах кластеру. Його гіперконцентроване середовище накладає істотні обмеження на використання земельних, фінансових, інформаційних ресурсів тощо. Обмеженість ресурсів та боротьба за них призводить до підвищення конкурентоздатності інноваційних, високорентабельних туристичних підприємств, а також до швидкої плинності життєвого циклу підприємств-аутсайдерів.

Важливим фактором формування конкурентного середовища в кластері виступає інтенсифікація процесів суспільного відтворення. Вона призводить до стимулювання підприємницької діяльності та ринкової активності господарюючих суб'єктів, поштовху процесів економічного кругообігу, зростання темпів НТП. Це впливає і на рівень конкурентоспроможності підприємств кластеру.

Наведені вище фактори конкурентоспроможності підприємств в умовах туристичного кластеру стимулюють формування і розвиток модульних, інноваційних високорентабельних галузей туристичної діяльності. Також, в межах туристичних кластерів відбувається просторова диференціація окремих видів економічної діяльності в залежності від перерозподілу конкурентних переваг, формується полігалузева ефективність господарювання через налагодження системи взаємодії підприємств як між собою, так і з іншими учасниками економічного процесу (аутсорсинговими, допоміжними та обслуговуючими фірмами, комерційними посередниками та іншими елементами ринкової інфраструктури, наукової, освітньої, інформаційної, комунікаційної та комунальної сфери). Отже, середовище кластерів надає значні переваги для розвитку конкурентоспроможних підприємств, що мають високий рівень економічної ефективності виробництва. Це підтверджує ряд досліджень, проведених вітчизняними вченими у розрізі окремих регіонів України [3;4;8].

*Висновки і перспективи подальших розвідок.* Таким чином, основним методичним підходом до вивчення туристичних кластерів має бути суттєво переосмислена і доповнена модель ТРК, наповнена ринковим змістом та ідеями формування конкурентоспроможності виробництва. Її реалізація на практиці має істотні переваги порівняно з моделями регіональних кластерів та регіональної конкурентоспроможності. Подальша розробка цього підходу сприятиме комплексному дослідженню туристичних кластерів, більш широкому осмисленню сутності синергетичного ефекту території та розробці шляхів підвищення конкурентоспроможності і ефективності функціонування туристичних підприємств.

*Список використаних джерел:*

1. Алаев Э.Б. Социально-экономическая география: понятийно-терминологический словарь. / Алаев Э.Б. - М.: Мысль, 1983. 348 с.
2. Ішук С.І. Географія промислових комплексів. / Ішук С.І.- К.: ВІПОЛ, 1993. - 135 с.
3. Ішук С.І. Територіально-виробничі комплекси і економічне районування. / Ішук С.І. - К.: ЄУФІМБ, 1996. - 242 с.



4. Олифир Д. И., Гладкий А. В. Методика оценки экономической эффективности месторасположения туристических фирм // Сервису и туризму – инновационное развитие: материалы IX междунар. науч.-практ. конф., 24 марта 2017 г. / отв. ред. проф. Т. С. Комиссарова. – СПб.: ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2017. – С. 102-105.
5. Паламарчук М.М. Економічна і соціальна географія України з основами теорії. / Паламарчук М.М., Паламарчук О.М. - К.: Знання, 1998. - 415 с.
6. Пилипенко И. В. Конкуренентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы. / Пилипенко И. В. – Смоленск: Ойкумена, 2005. – 496 с.
7. Пістун М.Д. Основи теорії суспільної географії. / Пістун М.Д. - К.: Вища школа, 1996. -231с.
8. Портер М. Е. Стратегія конкуренції: Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / Портер М. Е. [пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський]. — К.: Основи, 1998. — 390 с.
9. Belussi F. In search of a useful theory of spatial clustering / F. Belussi // Industrial dynamic, innovation and development : Papers of DRUID summer conference (Elsinore, June 14-16 2004). – Denmark: DRUID, 2004. – P. 15-21.
10. Clark G. L. The Oxford Handbook of Economic Geography. / Clark G. L., Feldman M. P., Gertler M. S. – New York, Oxford University Press, 2003. – 742 p.
11. Маох Н. Geographic clustering of firms and urban form: a multivariate analysis / H. Maoh, C. Kanaroglou // Journal of geographic systems. – 2007. – Vol. 9. – P. 29-52.
12. Moreno R. Innovation clusters in the European region / R. Moreno, R. Paci, S. Usai // European Planning Studies. – October 2006. – Vol. 4. – No. 9. – P. 1235-1263.
13. Promoting competitiveness in practice an assessment of cluster-based approaches / [Prepared by the U.S. agency for international development and the Mitchell Group Inc.]. – Washington: The Mitchell Group Inc., 2003. – 112 p.
14. Fujita M. Economics of Agglomeration: cities, industrial location and regional growth. / M. Fujita, J.-F. Thisse. – Cambridge: Cambridge University Press, 2004. – 466 p.

*References:*

1. Alaev Э.В. Sotsyal'no-ekonomicheskaya heohrafiya: ponyatyyno-termynolohycheskyy slovar'. / Alaev Э.В. - М.: Мысль, 1983. 348 с.
2. Ishuk S.I. Heohrafiya promyslovykh kompleksiv. / Ishuk S.I.- К.: VIPOL, 1993. - 135 s.
3. Ishuk S.I. Terytorial'no-vyrobnychi komplekсы i ekonomichne rayonuvannya. / Ishuk S.I. - К.: YeUFIMB, 1996. - 242 s.
4. Olyfyr D. Y., Hladkyy A. V. Metodyka otsenky ekonomicheskoy efektyvnosti mestoraspolyzhenyya turystycheskykh fyrm // Servysu y turyzmu – ynnovatsyonnoe razvytye: materyaly IX mezhdunar. nauch.-prakt. konf., 24 marta 2017 h. / otv. red. prof. T. S. Komyssarova. – SPb.: LHU ym. A.S. Pushkyna, 2017. – С. 102-105.
5. Palamarchuk M.M. Ekonomichna i sotsial'na heohrafiya Ukrayiny z osnovamy teoriyi. / Palamarchuk M.M., Palamarchuk O.M. - К.: Znannya, 1998. - 415 s.
6. Pylypenko Y. V. Konkurentosposobnost' stran y rehyonov v myrovom khozyaystve: teoryya, opyt malykh stran Zapadnoy y Severnoy Evropy. / Pylypenko Y. V. – Smolensk: Oykumena, 2005. – 496 s.
7. Pistun M.D. Osnovy teoriyi suspil'noyi heohrafiyi. / Pistun M.D. - К.: Vyshcha shkola, 1996. -231s.
8. Porter M. E. Stratehiya konkurentsiyi: Metodyka analizu haluzey i diyal'nosti konkurentiv / Porter M. E. [per. z anhl. A. Oliynyk, R. Skil's'kyy]. — К.: Osnovy, 1998. — 390 s.
9. Belussi F. In search of a useful theory of spatial clustering / F. Belussi // Industrial dynamic, innovation and development : Papers of DRUID summer conference (Elsinore, June 14-16 2004). – Denmark: DRUID, 2004. – P. 15-21.
10. Clark G. L. The Oxford Handbook of Economic Geography. / Clark G. L., Feldman M. P., Gertler M. S. – New York, Oxford University Press, 2003. – 742 p.
11. Maoh H. Geographic clustering of firms and urban form: a multivariate analysis / H. Maoh, C. Kanaroglou // Journal of geographic systems. – 2007. – Vol. 9. – P. 29-52.
12. Moreno R. Innovation clusters in the European region / R. Moreno, R. Paci, S. Usai // European Planning Studies. – October 2006. – Vol. 4. – No. 9. – P. 1235-1263.
13. Promoting competitiveness in practice an assessment of cluster-based approaches / [Prepared by the U.S. agency for international development and the Mitchell Group Inc.]. – Washington: The Mitchell Group Inc., 2003. – 112 p.
14. Fujita M. Economics of Agglomeration: cities, industrial location and regional growth. / M. Fujita, J.-F. Thisse. – Cambridge: Cambridge University Press, 2004. – 466 p.

УДК: 911.3:338.48-б (477.85)

*Костащук Іван Іванович*,  
кандидат географічних наук, доцент

Чернівецький національний університет  
імені Юрія Федьковича, м. Чернівці,  
Україна, e-mail: ivan\_kostaschuk@ukr.net

### *МЕТОДИКА БАЛЬНОЇ ОЦІНКИ РЕЛІГІЙНО-ТУРИСТИЧНИХ ОБ'ЄКТІВ*

*Метою* даного дослідження була передбачена розробка методики бальної оцінки релігійно-туристичних (культових) об'єктів за різними критеріями з метою виявлення туристичної привабливості регіонів та їх частин та вивчення перспектив розвитку релігійного туризму.

*Методика.* Бальна оцінка релігійно-туристичних (культових) об'єктів полягає в оцінці обраного об'єкту за критеріями, які дозволяють оцінити його певною кількістю балів. Основними критеріями (всього їх 10), які ми пропонуємо використовувати при такій оцінці є: географічне розташування об'єкту (тип населеного пункту та його чисельність, транспортна доступність тощо), композиційна цінність об'єкту, наявність святинь, архітектурний вигляд та цінність, інфраструктура самого об'єкту, історичне значення, церковне (конфесійне) значення, атракційна привабливість та доступність до відвідування, наявність інформаційних ресурсів та сучасний стан об'єкту. По кожному критерію можна присудити від 1 до 5 балів. Таким чином кожен об'єкт може максимально бути оцінений в 50 балів. Так як кожному критерію присуджується відповідний ваговий коефіцієнт, то після математичних переведень об'єкт отримує від 1 до 10 балів. Релігійно-туристичний потенціал території оцінюється як сума балів усіх об'єктів, що є на цій території.

*Наукова новизна* полягає в тому, що запропонована бальна методика дозволить виявити найбільш цінні та унікальні для розвитку релігійного туризму об'єкти, врахувати їх особливості за різними вимогами.

*Практичне значення* полягає в тому, що після оцінки релігійно-туристичних об'єктів ми зможемо вибрати найбільш унікальні із них і скласти туристичний маршрут. Також пропонована методика дозволяє виділяти регіони та окремі їх райони, які мають найбільші перспективи для розвитку туристичної галузі.

*Ключові слова:* релігійно-туристичні об'єкти, релігійний туризм, туристичний маршрут, релігійно-туристичний потенціал території.

УДК: 911.3:338.48-б (477.85)

*Костащук Іван Іванович*,  
кандидат географических наук, доцент

Черновицкий национальный университет  
имени Юрия Федьковича, г. Черновцы,  
Украина, e-mail: ivan\_kostaschuk@ukr.net

### *МЕТОДИКА БАЛЛЬНОЙ ОЦЕНКИ РЕЛИГИОЗНО-ТУРИСТИЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ*

*Целью* данного исследования была предусмотрена разработка методики бальной оценки религиозно-туристических (культовых) объектов по различным критериям с целью выявления туристической привлекательности регионов и их частей и изучения перспектив развития религиозного туризма.

*Методика.* Балльная оценка религиозно-туристических (культовых) объектов заключается в оценке избранного объекта по критериям, которые позволяют оценить его определенным количеством баллов. Основными критериями (всего их 10), которые мы предлагаем использовать при такой оценке являются: географическое положение