

УДК 332.145

**ПОНЯТІЙНО-ТЕРМІНОЛОГІЧНА ІДЕНТИФІКАЦІЯ
РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРА****С.П. Гаврилюк, А.Г. Охріменко**

Київський національний торговельно-економічний університет

В статті розглянуто актуальність і необхідність формування туристичних кластерів як інноваційної форми розвитку регіональної економіки. На основі систематизації існуючих підходів сформульовано конкретний понятійний інструментарій в цій сфері. Ідентифіковано основні елементи та узагальнено особливості формування туристичних кластерів. Обґрунтовано мету, значення та переваги створення туристичних кластерів. Узагальнено ознаки, що дозволяють ідентифікувати наявність туристичного кластера на території регіону. Виявлені причини низького рівня розвитку кластерів в Україні. Звертається увага на необхідність формування державної і регіональної політики щодо розвитку туристичних кластерів як передумови більш повного використання туристсько-рекреаційного потенціалу регіону.

Ключові слова: кластер, туристичний кластер, кластерна політика.

Постановка проблеми. Останнім часом недооцінюється роль туризму в подоланні кризових явищ в економіці країни. Туризм є важливим фактором соціально-економічного розвитку регіонів та диверсифікації їх економіки. Розвиток туризму забезпечує зростання зайнятості, приток в регіон інвестицій, грошової маси, спричиняючи поповнення місцевих та державних бюджетів.

В умовах невизначеності ринкового середовища темпи і стійкість соціально-економічного розвитку регіону напряму залежать від ділової активності суб'єктів, що функціонують на його території. При цьому результати ділової активності визначаються переважно системою ек-

пліцитних та імпліцитних контрактів, які визначають доцільність формування туристичних кластерних утворень галузевого та міжгалузевого характеру і дозволяють учасникам такого утворення суттєво підвищувати ефективність використання всіх доступних їм туристсько-рекреаційних ресурсів регіону. Необхідність територіальної близькості різних підприємств для підтримання розвитку і активності економіки регіону приводить до розуміння кластерів як дестинацій зростання економіки регіону. В процесі розвитку кластера яскраво проявляється ефект синергії, що полягає у підвищенні ефективності різноманітних економічних процесів. Тому кластери перспективні для тих сфер економіки, що акумулюють в собі різні напрями діяльності, зокрема для туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Кластерні дослідження стали стандартним елементом інструментів регіональної економічної політики в США і європейських країнах. Відомо, що методологічною основою кластерного підходу є запропонований М. Портером аналіз при вивченні структури економіки США, хоча ідеї кластерів зародились більше 100 років назад в роботах А. Маршала, А. Вебера, П. Перру, І. Толенадо, Д. Солье та інших. В подальшому дана тема знайшла своє відображення в працях вітчизняних та зарубіжних авторів, зокрема: Войнаренко М., Соколенка С., Стеценка Д., Александрової А.Ю. та інших. Проте, зважаючи на інноваційність даної проблеми, особливо туристичного її аспекту, існує потреба у подальших дослідженнях.

Формулювання цілей статті. Актуальність та проблемність досліджень

пов'язаних із розвитком туристичних кластерів зумовлена певними обставинами: 1) можливою значною ефективністю кластерних утворень в туризмі; 2) недостатністю досліджень щодо формування та функціонування таких кластерів; 2) відсутністю єдиної методики ідентифікації регіональних туристичних кластерів; 3) недосконалістю механізму спільних дій бізнес-структур, органів влади та науково-дослідних організацій щодо розвитку туризму. Тому метою статті є дослідження сутності, місця та ролі туристичних кластерів на регіональному рівні і обґрунтування необхідності їх функціонування та розвитку в Україні.

Виклад основного матеріалу. Як зазначають провідні науковці і практики, застосування кластерного підходу найбільш актуально саме на регіональному рівні внаслідок необхідності тісного контакту між учасниками кластера, що припускає деяке територіальне обмеження. Розташування в одному регіоні співучасників дозволяє оперативно ставити цілі, задачі та приймати необхідні рішення щодо існуючих проблем.

М. Портер сформулював класичне визначення поняття «кластер» як сконцентровану за географічною ознакою групу взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, фінансових організацій, фірм відповідних галузей, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій (освітні установи, органи держуправління, інфраструктурні компанії), що діють в певній сфері і взаємодоповнюють один одного [11]. Варто відмітити, що при вивченні М. Портером структури економіки США, серед дев'яти сервісних кластерів виділено таку категорію як «гостинність і туризм, таксі, сервіс, розваги». Отже, на думку дослідника їх доцільно використовувати і в туризмі. В Україні у 2008 р. було зроблено перші кроки в напрямі розробки нормативно-правового регулювання даного напрямку – запропоновано проект розпорядження Кабінету Міні-

стрів України «Про схвалення Концепції створення кластерів в Україні», але він не був затвердженим. Відсутність уніфікації понятійного апарату регіонального кластера в сфері туризму визначає актуальність теоретичних досліджень у цьому напрямку.

В сучасному науковому співтоваристві існують різні думки і підходи щодо визначення сутності туристичних кластерів, узагальнюючи їх, зазначимо такі трактування:

- система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг із приводу створення спільного туристичного продукту [3];

- соціально-економічна система, що складається з виробників, постачальників, споживачів та інших елементів інфраструктури, взаємозалежних між собою в процесі створення додаткової вартості [2];

- група географічно межуючих взаємодіючих компаній, громадських організацій і пов'язаних з ними органів державного управління, що формують і обслуговують туристичні потоки і використовують рекреаційний потенціал території [1];

- оптимальна форма соціального діалогу, що дає змогу об'єднати зусилля всіх учасників управління туристичної галузі, підвищуючи таким чином ефективність територіальної організації продуктивних сил суспільства [6];

- комплекс територіально локалізованих і взаємопов'язаних підприємницьких структур різних галузей господарства великого міста, діяльність яких направлена на створення умов для духовних та емоційних переживань споживача туристичних послуг, і підвищення конкурентоспроможності міста на вітчизняному та міжнародному туристичних ринках [5].

Таким чином, можна констатувати, що туристичний кластер являє собою

територіально локалізовану та галузеву форму об'єднання певних суб'єктів (підприємств, установ та ін.), що характеризуються спільністю туристичної діяльності, використанням спеціалізованої туристичної інфраструктури та ресурсів, взаємодоповненням один одного та підсиленням конкурентних переваг.

Вивчення та узагальнення пропонувані зарубіжними і вітчизняними вченими підходів до характеристики сутності туристичних кластерів дозволяє зробити висновок, що вони розглядаються з трьох основних точок зору:

- як регіонально обмежені форми економічної активності в певному секторі економіки;
- як вертикально інтегровані виробничі ланцюжки (наприклад, «постачальник - виробник - продавець - споживач»);
- як високо агрегована галузь або сектор економіки.

Пропонується наступне визначення «регіонального туристичного кластера» – це сукупність підприємств регіону (підприємства-посередники в туризмі, освітні заклади, органи державного управління, інфраструктурні компанії), що взаємодіють при створенні регіонального туристичного продукту в певних географічних межах, діяльність яких спрямована на розвиток внутрішнього і в'їзного туризму в регіоні. На думку авторів, запропоноване визначення дозволяє обґрунтувати комплексну, інтегральну природу туристичної сфери регіону, що свідчить про наявність умов для формування регіонального туристичного кластера.

У процесі визначення сутності туристичного кластера необхідно, на нашу думку, враховувати наступні обставини. Основна причина формування кластера на будь-якому територіальному рівні полягає в підвищенні конкурентоспроможності на всіх ієрархічних рівнях – країни, регіону, міста, галузі, підприємства. Крім того, слід мати на увазі, що рівень

конкурентоспроможності в туризмі залежить від ступеню задоволення кінцевого споживача - туриста. При цьому турпродукт являє собою не просто набір туристичних послуг (розміщення, транспортування, екскурсійного обслуговування, харчування), а реалізацію з боку споживачів духовних, емоційних потреб, досвіду перебування в незвичних умовах шляхом споглядання привабливого для туриста оточуючого середовища. В якості об'єктів туристичної привабливості можуть виступати різноманітні природні об'єкти, фестивалі і святкові заходи, спортивні заходи, музеї і виставки, ярмарки, і т.д. — атрактори, які розташовані в регіоні. Недостатній рівень розвитку тої чи іншої складової туристичної інфраструктури може негативно позначитись на загальному враженні від відвідування туристсько-рекреаційного регіону.

Питанням теоретичного характеру, що є достатньо дискусійним і не знаходить свого однозначного вирішення є структура туристичного кластера. Сучасний економічний розвиток суспільства в умовах глобалізації приводить до того, що більш доцільним є функціонування різноманітних міжгалузевих комплексів, а не відосблених галузей. На відміну від виробничої сфери (стосовно якої було сформульовано вищенаведене визначення М. Портера), процес формування туристичного продукту являє собою процес взаємодії підприємницьких структур різних галузей економіки. Тому багато вчених визначають туризм як складний міжгалузевий комплекс. Туристична діяльність потребує інтеграції зусиль підприємств багатьох видів економічної діяльності певного регіону, сприяючи тим самим формуванню комплексного туристичного продукту, конкурентоспроможного на міжнародному ринку туристичних послуг. Учасниками туристичного кластера крім підприємств, що забезпечують виробництво, комплектацію і реалізацію туристичних послуг, можуть бути професійні об'єднання, представники ад-

міністрації, науково-дослідні інститути, освітні установи, представники громадськості і т. д.

Особливістю виникнення туристичного кластера є формування мережових зв'язків між підприємствами, задіяними як у виробництві, так і реалізації туристичного продукту, що створює умови більш повного використання туристсько-рекреаційного потенціалу регіону. Туристичний кластер може включати в себе безпосередньо туристичні підприємства (туроператори, турагенти), підприємства готельного господарства (готелі, мотелі, кемпінги тощо), музеї, виставки, окремі заклади ресторанного господарства, транспорту, розваг, спортивної інфраструктури, реклами та інші організації, пов'язані із туристичною та супутньою інфраструктурою. Практично всі підприємницькі структури, що беруть участь у формуванні, просуванні і реалізації туристичного продукту, географічно зосереджені на території регіону. Територіальна роз'єднаність тут може спостерігатися відносно обслуговуючих підприємницьких структур - постачальників меблів та іншого інвентарю для готелів, продуктів і обладнання для ресторанів, різної техніки і комплектуючих для транспортних підприємств і т. д., а також деяких організацій, відповідальних за рекламу і просування тупродукту (наприклад, реклама міста і турів ЗМІ) [14].

В роботах російського дослідника даної проблеми О. Коля мова йде про те, що найважливішими елементами туристичного кластера виступають:

1. Ядро (корінь) кластера – атрактори, що забезпечують високий рівень конкурентоспроможності великого міста як туристичної дестинації. Це можуть бути як підприємницькі структури, так і державні та недержавні установи та підприємства (наприклад, музеї, театри, аквапарки, центри різних концесій, торговельні та торгово-розважальні центри, конгрес-центри і т.д.);

2. Постачальники туристичних послуг – ті, що надають послуги відповідного рівня якості (колективні та індивідуальні засоби розміщення, підприємства ресторанного бізнесу, екскурсійні бюро і т.д.);

3. Бізнес-середовище - сукупність зовнішніх факторів, що впливають на діяльність постачальників туристичних послуг і забезпечують рівень конкурентоспроможності на вітчизняному та зарубіжному туристичних ринках [5].

Тому можна стверджувати, що туристичний кластер - це комплекс територіально локалізованих і взаємопов'язаних підприємницьких структур різних видів економічної діяльності регіону, діяльність яких спрямована на створення умов для емоційних вражень туриста і підвищення конкурентоспроможності регіону на вітчизняному і міжнародному ринках туристичних послуг.

В організації туристичних подорожей і обслуговуванні туристів приймає участь значна кількість підприємств і організацій, що займаються різними видами діяльності. Важливе значення має визначення всіх основних видів діяльності підприємств та організацій, функціонуючих як складова туристичної індустрії. Перелік типових послуг туризму відображений в документі по статистиці Європейського Союзу – «Допоміжний рахунок туризму: рекомендована методологічна основа», який містить перелік послуг, що надаються туристам: послуги розміщення, надання харчування і напоїв; залізничного, автомобільного, водного, повітряного пасажирського транспорту, послуги по оренді транспортних засобів, послуги туристичних агентств та інші послуги по бронюванню, послуги в культурній сфері, спортивні та рекреаційні послуги, характерні для певної країни типові послуги в сфері туризму [15, с. 31]. Слід відмітити, що вказаний перелік не містить повного комплексу, які можуть надаватися в сучасних умовах туристичними підприємствами, відповідно, він

не відображує всіх видів діяльності підприємств туристичного сектору, таких як страхування, подієва, розважальна, оздоровча, координаційна діяльність.

Метою функціонування туристичного кластера є об'єднання ресурсів, ідей, можливостей різних структур у єдиний комплекс щодо найефективнішого представлення ресурсів регіону, формування та реалізації туристичних продуктів на різних ринках. До важливих рис кластерів варто віднести провідну роль в них малих та середніх підприємств, що вказує на значення регіональних ресурсів для функціонування кластера. Кластери можуть стати основою ефективного економічного розвитку регіонів, будучи інноваційними системами. Як зазначає проф. Д. Стеченко, «кластерний підхід у сфері туризму активізує підприємництво через концентрацію ділової активності, тому сприяє створенню робочих місць, доходів, поліпшенню якості туристичних послуг, життя населення на території його запровадження. Досягається це завдяки зростанню конкурентоспроможності, можливості інтеграції інтелектуальних, природно-рекреаційних, трудових, фінансових, матеріальних ресурсів у забезпеченні якості виробництва та надання послуг» [12].

Значення розвитку та функціонування туристичних кластерів для регіональної економіки може полягати у наступному: створення сприятливого середовища для залучення туристів, що передбачає зростання грошових, в тому числі валютних надходжень; зміцнення конкурентних переваг та доходності підприємств і організацій, що сприятиме збільшенню ними податкових виплат; покращення загального рівня розвитку та галузевої структури економіки регіону; стимулювання залучення інвестицій; сприяння розвитку малого і середнього бізнесу та розвитку підприємницької ініціативи; стимулювання інноваційної активності підприємницьких структур в тому числі щодо розвитку туризму (розробка про-

позицій нових туристичних маршрутів, послуг); створення умов для підвищення професійного рівня трудових ресурсів; зростання рівня зайнятості та, відповідно, зниження соціальної напруженості на ринку праці; зменшення дотаційної залежності одних регіонів та покращення фінансової незалежності інших; забезпечення об'єднання зусиль підприємницьких структур та органів влади для вирішення соціально-економічних завдань, що є найефективнішим механізмом приватно-державного партнерства; посилення ролі економічних факторів в управлінні кластерами і, відповідно, зменшення адміністративних.

До переваг розвитку туристичних кластерів для його безпосередніх учасників слід віднести: підвищення конкурентоспроможності підприємницьких структур; скорочення поточних витрат (на підготовку та навчання персоналу, на спільні маркетингові дослідження і т.д.); більш широкі можливості проведення маркетингових досліджень, рекламних компаній, PR-акцій, розширення ринків збуту; можливості ефективного обміну ідеями між фахівцями, а отже, формування конкурентного середовища.

У процесі формування туристичного кластера природне середовище відіграє головну роль. Однак рекреаційні райони можуть бути сформовані і на основі природних ресурсів, не сприятливих для розвитку туризму. Прикладом є Лас-Вегас - один із крупних центрів розваг, розташований на заході США, в пустелі Невада. Основний дохід місту приносять казино і готелі [9]. Отже, туристів при виборі регіону для подорожування можуть приваблювати не тільки туристсько-рекреаційні ресурси, але й інші умови регіону: історико-культурні ресурси, кількісні та якісні характеристики матеріально-технічної бази засобів тимчасового розміщування, доступність туристичних об'єктів, кваліфікація персоналу туристичних підприємств, рівень цін на послуги, особиста безпека, інфра-

структура регіону, стабільне політичне і соціальне становище.

До факторів, що посилюють необхідність створення та функціонування кластерних утворень в туризмі можна віднести:

- зростання рівня конкуренції між туристичними підприємствами, регіонами та окремими країнами, що викликано політичною та економічною кризою, соціальними чинниками;

- наявність процесів концентрації туристичного ринку, зменшення кількості туроператорів та турагентів;

- низький рівень розвитку туристичної інфраструктури;

- розуміння ефективності комплексного розвитку туризму на основі досвіду проведення «Євро 2012».

Основною метою створення туристичного кластера є формування і функціонування конкурентоспроможного туристичного комплексу. Вплив туризму на регіональний розвиток відбуватиметься багатьма способами, у тому числі через зростання обсягів реалізації регіонального туристичного продукту, і зростання інвестиційної привабливості місцевої туристичної сфери і регіону в цілому. Доход від міжнародного туризму забезпечують переважно туристи із країн із високою розвинутою ринковою економікою, які мають достатні доходи для подорожей, внаслідок чого індустрія туризму в Україні за якістю туристичних товарів та послуг повинна відповідати міжнародним нормам і стандартам. При ефективній підтримці з боку держави частка туризму в ВВП України повинна суттєво зрости - як мінімум до рівня європейських країн. При цьому регіони, на території яких створюються кластери, стають лідерами економічного розвитку. Вони визначають конкурентоспроможність національної економіки. Регіони, що не мають кластерів, мають заздалегідь гірше економічне становище, а в більшості випадків стають депресивними територіями [8]. Подібної думки притримується науковець

Александрова А.Ю., вона вважає, що кластер є системою, здатною створювати сприятливе для підвищення конкурентоспроможності і розвитку регіону особливе середовище [1]. Така система має ряд відмітних ознак, основними з яких є географічна близькість господарюючих суб'єктів, широкий діапазон міжгалузевих зв'язків, переважання малого і середнього бізнесу тощо.

Російська дослідниця Підгурська Н.Н. виділяє ознаки, що дозволяють ідентифікувати наявність туристичного кластера на території, зокрема, це: територіальна локалізація підприємств туристичної та рекреаційної спрямованості; наявність унікальних туристичних ресурсів; присутність на території туристичних підприємств, що реалізують конкурентоспроможні турпродукти; існування інфраструктури, достатньої для організації туристичної діяльності; наявність стійких економічних зв'язків між організаціями, орієнтованими на задоволення суспільних потреб в туризмі і рекреації; здатність туристичних підприємств території залучати туристів, що відрізняються високою вимогливістю до якості і складу туристичних послуг; наявність державних і громадських інститутів підтримки туристичної діяльності в регіоні [10].

В Європі високим рівнем кластеризації в сфері туризму виділяються Італія і Франція та країни Балтійського регіону. Процеси становлення ефективної кластерної моделі організації туристичної діяльності відбуваються також у країнах СНГ, межуючих з Україною – Росії та Білорусі. Найбільший потенціал, за оцінкою експертів, мають близькі до північно-східних регіонів України туристичні кластери Західного округу Росії (Псков, Смоленськ, Орел, Великий Новгород), найперспективнішим на території Росії є туристсько-рекреаційний кластер Краснодарського краю, діяльність якого розгортається біля південно-східних кордонів України на Чорному та Азовсько-

му морях [13]. У нашій країні існують окремі приклади туристичних кластерів, хоча деякі із них досить успішно функціонують. Перші українські туристичні кластери виникли в кінці 1990-х рр. на Поділлі – в Кам'янці-Подільському та Шепетівському районах Хмельниччини, «Південне туристичне кільце» в АР Крим, а згодом на Івано-Франківщині. На сьогоднішній день в Україні успішно функціонують такі кластери: кластер сільського зеленого туризму у смт. Гриців Шепетівського району Хмельницької області, «Туристичний кластер «Славутич» (Київська область), туристичний кластер «Вознесенськ» (Миколаївська область), туристично-рекреаційний кластер «Гоголівські місця Полтавщини» (Полтавська область), туристичний кластер євро регіону «Слобожанщина» (Харківська область), транспортно-туристичний кластер «Південні ворота України» (Херсонська область), Подільсько-Буковинський туристичний кластер (Чернівецька обл.), асоціація «Поділля Перший» (Хмельницька область), туристичний кластер «Посулля» (Сумська область), кластери водного туризму (Чернігівська, Одеська область), а також кластер у Івано-Франківській області. Крім того, майже у кожній області України існує доцільність створення туристичних кластерів.

Низький рівень розвитку кластерів в Україні пояснюється різними причинами: від відсутності інформації щодо їх ефективного функціонування до складних економічних та політичних проблем. Можна узагальнити наступні фактори, що негативно впливають на створення і функціонування туристичних кластерів в Україні: недосконалість нормативно-законодавчої бази та державної підтримки щодо створення умов для розвитку таких утворень (в законодавстві країни фактично відсутній термін «кластер»); відсутність інформаційної бази щодо необхідності, переваг та механізму функціонування туристичних кластерів і про-

грам їх розвитку; низький рівень підприємницької ініціативи та довіри між можливими учасниками кластеру (бізнес-структури, владні органи) та небажання ділитися інформацією, знаннями, досвідом; недостатній рівень залучення інвестиційних коштів.

Одним із шляхів, що може сприяти розвитку туристичних кластерів є впровадження на державному та регіональних рівнях кластерної політики, під якою варто розуміти «сукупність планових заходів, що проводяться регіональними органами виконавчої та законодавчої влади, щодо створення та підтримки розвитку кластерів на певних територіях. Вони включають в себе інвестиційні, фінансові механізми, інформаційну підтримку і заходи нормативно-правового забезпечення» [4]. Цілями кластерної політики є підвищення конкурентоспроможності і інноваційного потенціалу підприємств та окремих галузей, розвиток малого і середнього бізнесу та сприяння диверсифікації регіональної економіки.

Кластерна політика може поширюватися як у вигляді чітко визначеної програми, так і у вигляді інших, не тільки економічних, але й політичних ініціатив (окремі регіональні стратегії, заходи і т.д.). Узагальнено можна запропонувати деякі кроки регіонального рівня для створення кластерів:

1. Ініціювання перед законодавчими органами створення нормативно-правового середовища формування та функціонування кластерів, в тому числі туристичних.

2. Інформаційне пропагування і роз'яснення необхідності, ефективності та механізму формування кластерних утворень.

3. Проведення науково-дослідних досліджень.

4. Створення середовища для залучення ресурсів з метою формування і розвитку кластерів.

5. Забезпечення організаційно-економічної та інформаційної підтримки.

6. Сприяння розвитку регіонального бізнес-середовища на основі державно-приватного партнерства.

Висновки. Кластери як інноваційна форма розвитку регіональної економіки є досить перспективними для України. Зважаючи на специфіку туризму, його міжгалузевий характер та територіальну локалізацію, існує необхідність розгляду та здійснення туристичної діяльності із позицій кластерного підходу. Розвиток туристичних кластерів потребує від його учасників інтеграції, а від державних та місцевих органів влади – реальної підтримки зазначених проєктів. Тому важливо розвивати регіональне бізнес-середовище на основі державно-приватного партнерства із використанням сприятливих природно-кліматичних та культурно-історичних ресурсів країни з метою розвитку туризму. Такі умови сприятимуть розвитку кластерів, і, відповідно, ефективнішому функціонуванню регіональної економіки, оскільки кластери є не спонтанним об'єднанням, а стійкою системою та каталізатором позитивних соціально-економічних процесів.

Література

1. Александрова А.Ю. Туристские кластеры : содержание, границы, механизм функционирования / А.Ю. Александрова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2007. – Вып. 1. – С. 51–61.

2. Бакурова А.В. Оптимізація діяльності туристичних підприємств при формуванні міжрегіонального кластеру / А.В. Бакурова, А.В. Діденко, О.Ю. Попова // Економіка. Управління. Інновації. – 2011. – № 1 (5) : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/bakurova2.htm.

3. Гонтаржевська Л.І. Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств України : [Електронний ресурс] : Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук: спец. 08.05.01 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини» / Л.І. Гонтаржевська. // Режим доступу : http://tourlib.net/aref_tourism/gontarjevaska.htm.

4. Каретин С.С. Формирование кластерной политики и управленческие аспекты

ее реализации / С.С. Каретин // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 1.

5. Коль О.Д. Концептуальные основы формирования кластера туристских предпринимательских структур по въездному туризму в крупном городе / О.Д. Коль // Проблемы современной экономики. Евразийский международный научно-аналитический журнал. – 2010. – № 1. – С. 379–383.

6. Крайник О. Туристичний кластер регіону як форма соціального діалогу: управлінський аспект / О. Крайник, М. Біль // Науковий вісник «Демократичне самоврядування». – 2009. – Вип. 4 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/krajnyk.htm.

7. Кружалин В.И. Научные основы формирования туристско-рекреационных кластеров на принципах государственно-частного партнерства / В.И. Кружалин / Устойчивое развитие туризма: стратегические инициативы и партнерство : Мат. междунар. н.-п. конф. – Улан-Удэ, 2009. – С. 308–316.

8. Ларионова Н.А. Конкурентоспособность региона в глобализирующей экономике. Экономика регионов : тенденции развития : Монография / Н.А. Ларионова / [под общ. ред. О.И. Кирикова]. – Воронеж : ВГПУ, 2006. – Кн. 1.

9. Особая игровая зона Лас-Вегас : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tours-tv.com/ru/news/10714>.

10. Пидгурская Н.Н. Кластерный подход к регулированию туризма в регионе : Автореф. дис. ... канд. економ. наук (спец. 08.00.05) / Н.Н. Пидгурская. – Иркутск, 2006. – 20 с.

11. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер / [под ред. В. Д. Щетинина]; [пер. с англ.]. – М. : Междунар. отношения, 1993. – 896 с.

12. Стеченко Д.М. Наукова сутність процесу кластеризації в сфері туризму / Д.М. Стеченко // Вісник Хмельницького інституту регіонального управління та права. – С. 376–380 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.univer.km.ua/visnyk/684.pdf>

13. Українські кластери : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ucluster.org/universitet/klastery-ukraina>.

14. Филиппов П.Н. Кластеры конкурентоспособности / Филиппов П.Н. :

[Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://expert.ru/northwest/2003/43/42no-sanal>.

15. Tourism Satellite Account : Recommended Methodological Framework / Commission of the European Communities Eurostat, Organisation for Economic Cooperation and Development; World Tourism Organization ; United Nations Statistics Division. – Luxembourg; Madrid; New York; Paris, 2008. – P. 132.

Havryliuk S., Okhrimenko A. THE CONCEPTUAL AND TERMINOLOGICAL IDENTIFICATION OF THE REGIONAL TOURISM CLUSTER. *The article presents research on the nature, place and role of tourism clusters at the regional level, clarification of the composition of their structural components and justifications for their functioning and development in Ukraine. The relevance and need of tourism clusters forming as an innovative form of regional economic development were lited. On the basis of systematization of the existing approaches provides a concrete conceptual tools in this field. The main elements and the features of the formation of tourism clusters was summarized. This aim, the importance and advantages of creating a tourist cluster were justified. The features used to identify the presence of the tourism cluster in the region were summarized. Reasons for the low level of cluster development in Ukraine were identified. Factors that increase the need for the establishment and functioning of cluster structures in the tourism were outlined. The genesis of tourism clusters development in Ukraine and abroad was researched; the infrastructure reasons for unsatisfactory dynamics of clusters development in Ukraine was analyzed. Attention is drawn to the need for forming of national and regional policies on tourism clusters development as a prerequisite for better using of the tourism potential of the region. The basic objectives and mechanisms of cluster policy in tourism were outlines. Priority directions of tourism clusters development for the purpose of overcoming of the crisis phenomena in economy of*

Ukrainian regions and enhancing their socio-economic development.

Keywords: *cluster, tourists cluster, cluster policy.*

Гаврилюк С.П., Охрименко А.Г. ПОНЯТИЙНО-ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА. *В статье рассмотрены актуальность и необходимость формирования туристических кластеров как инновационной формы развития региональной экономики. На основе систематизации существующих подходов сформулирован конкретный понятийный инструментарий в этой сфере. Идентифицированы основные элементы и обобщены особенности формирования туристических кластеров. Обоснованы цель, значение и преимущества создания туристических кластеров. Обобщены признаки, позволяющие идентифицировать наличие туристического кластера на территории региона. Выявлены причины низкого уровня развития кластеров в Украине. Обращается внимание на необходимость формирования государственной и региональной политики по развитию туристических кластеров как предпосылки более полного использования туристско-рекреационного потенциала региона.*

Ключевые слова: *кластер, туристический кластер, кластерная политика.*