

Олександра В. Ольшанська, Павло В. Бушуєв

Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

КЛАСТЕРНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ

Статтю присвячено дослідженню сучасних аспектів управління кластерами в контексті розвитку регіонального туризму. Доведено, що в умовах динамічного та постійного вдосконалення всіх галузей економіки потужним стимулом до розвитку інфраструктури та підвищення рівня конкурентоспроможності економічної діяльності, як на загальноекономічному рівні, так і на рівні окремого регіону, може стати процес формування туристичного кластера. Зазначено, що привабливість сфери туризму наразі залишається ключовим ядром для ефективного функціонування території кожного конкретного регіону та країни в цілому, а також для залучення вітчизняних та зарубіжних інвестицій. Метою статті є дослідження питань кластерного управління як фактора розвитку туризму в регіоні. Для досягнення поставлених наукових завдань використано виключно загальнонаукові методи, зокрема, аналіз і синтез, метод абстрагування і конкретизації, а також монографічний метод, що дозволило отримати відповідні висновки. За результатами дослідження запропоновано визначення туристичного кластера як рекреаційної зони, що включає діяльність компаній, об'єднаних на добровільній основі. При цьому встановлено, що під час створення кластерів потрібно враховувати фактори інфраструктури, а також оцінити природні та кліматичні фактори. Узагальнено етапи формування туристичного кластера, зокрема, представлено п'ять етапів: I етап – визначення географічного розташування кластера, II етап – визначення рівня розвитку туризму в регіоні, III етап – державне та юридичне регулювання управління кластером, IV етап – визначення специфіки кластера, V етап – удосконалення інфраструктури. Доведено, що створення туристичних кластерів надає поштовх розвитку економічно слабких регіонів, залучаючи до них потік туристів, які через витрачені ними на території кластера кошти тим самим сприяють зміцненню економіки регіону. У статті зазначається, що для залучення інвестицій у туристичну галузь регіону необхідно ініціювати функціонування організаційно-економічних процесів, що активізуватиме приплив капіталу до туристичної інфраструктури кожного конкретного туристичного кластера. Встановлено, що туристичні кластери є якісним чинником розвитку регіональної економіки та ефективного партнерства державних структур та бізнес-підприємництва загалом. За результатами проведеного дослідження встановлено, що кластерне управління є фундаментом для співпраці представників бізнес-сектору та держави, що надає можливість збільшення результативності взаємодії державного сектору, підприємницької діяльності, торговельних об'єднань, дослідницьких, освітніх організацій тощо. Крім того, одним із завдань для тих регіонів, які запланували створення туристичних кластерів, є необхідність багатократного збільшення обсягів інвестування в туристичний бізнес та спрямування цільового капіталу, насамперед, на створення та функціонування інфраструктури загального призначення, що буде використана як туристами, так і населенням регіону.

Ключові слова: кластер; туристичний кластер; кластерне управління; регіон; туристичний регіон; туристична інфраструктура; державно-приватне партнерство.

Александра В. Ольшанская, Павел В. Бушуев

Киевский национальный университет технологий и дизайна, Украина

КЛАСТЕРНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

Статья посвящена исследованию современных аспектов управления кластерами в контексте развития регионального туризма. Доказано, что в условиях динамичного и постоянного усовершенствования всех отраслей экономики мощным стимулом к развитию инфраструктуры и повышению уровня конкурентоспособности экономической деятельности, как на общеэкономическом уровне, так и на уровне отдельного региона, может стать процесс формирования туристического кластера. Отмечено, что привлекательность сферы туризма остаётся ключевым ядром для эффективного функционирования территории каждого конкретного региона и страны в целом, а также для привлечения отечественных и зарубежных инвестиций. Целью статьи является исследование вопросов кластерного управления как фактора развития туризма в регионе. Для достижения поставленных научных задач использованы исключительно общенаучные методы, в частности, анализ и синтез, метод абстрагирования и конкретизации, а также монографический метод, что позволило получить соответствующие выводы. По результатам исследования предложено определение туристического кластера как рекреационной зоны, включающей в себя деятельность компаний, объединённых на добровольной основе. При этом установлено, что при создании кластеров следует учитывать факторы инфраструктуры, а также оценить природные и климатические факторы. Обобщены этапы формирования туристического кластера, в частности, представлено пять этапов: I этап – определение географического расположения кластера, II этап – определение уровня развития туризма в регионе, III этап – государственное и юридическое регулирование управления кластером, IV этап – определение специфики кластера, V этап – усовершенствование инфраструктуры. Доказано, что создание туристических кластеров даёт толчок развитию экономически слабых регионов, привлекая к ним поток туристов, которые за счёт израсходованных ими на территории кластера средств тем самым способствуют укреплению экономики региона. В статье отмечается, что для привлечения инвестиций в туристическую сферу региона необходимо инициировать функционирование организационно-экономических процессов, активизирующих приток капитала к туристической инфраструктуре каждого конкретного туристического кластера. Установлено, что туристические кластеры – качественный фактор развития региональной экономики и эффективного партнерства государственных структур и бизнес-предпринимательства в целом. По результатам проведённого исследования установлено, что кластерное управление является фундаментом для сотрудничества представителей бизнес-сектора и государства, что позволяет увеличить результативность взаимодействия государственного сектора, предпринимательской деятельности, торговых объединений, исследовательских, образовательных организаций и т. п. Кроме того, одной из задач для тех регионов, которые запланировали создание туристических кластеров, является необходимость многократного увеличения объёмов инвестирования в туристический бизнес и направление целевого капитала, в первую очередь на создание и функционирование инфраструктуры общего назначения, которая будет использована как туристами, так и населением региона.

Ключевые слова: кластер; туристический кластер; кластерное управление; регион; туристический регион; туристическая инфраструктура; государственно-частное партнёрство.

Oleksandra V. Olshanska, Pavlo V. Bushuiev
Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine
**CLUSTER MANAGEMENT AS A DRIVER FOR REGIONAL
TOURISM DEVELOPMENT**

The article seeks to explore contemporary issues of cluster management in the context of regional tourism development. The study demonstrates that in the realia of dynamic and wide-scale economic growth, the process of building a tourist cluster might become a powerful stimulus to boost infrastructure development and enhance business and economic competitiveness, both at the national and regional levels. It is argued that at present, tourism attractiveness remains a key driver of effective performance of each region and the country as a whole, as well as a promising tool to encourage domestic and foreign investment. The purpose of this article is to study the issues of cluster management as a driver for regional development. To attain the research objectives, mostly general scientific methods have been employed, in particular, analysis and synthesis, the method of abstraction and concretization as well as a monographic method which allowed drawing appropriate conclusions. According to the research results, the study suggests a new definition to a tourist cluster as a recreational area that covers cooperation of businesses and their activities united on a voluntary basis. An emphasis is put that the process of cluster building should consider aspects of infrastructure as well as the need to assess environmental and climatic factors. The authors offer their understanding of a tourist cluster development cycle, in particular, five main phases are presented: Phase 1 – identifying the cluster geographical location, Phase 2 – assessing tourism development in a region, Phase 3 – government and legal regulation of cluster management, Phase 4 – evaluating the cluster specifics, Phase 5 – infrastructure enhancement. It is argued that the creation of tourist clusters provides a strong growth impetus to economically weaker regions and promotes tourist inflows which through the money spent within the cluster will ultimately contribute to strengthening the region's economy. The findings have revealed that to attract investment into the regional tourism industry, there is a need to launch a range of organizational and economic processes that would facilitate capital attraction to the tourism infrastructure in each tourism cluster. The research provides evidence that tourism clusters add quality dimensions to the regional economic development paradigm as well as contribute to boosting effective partnership of government institutions and business entrepreneurship. Within the scope of this study, cluster management is viewed as a solid background for cooperation between business sector actors and the government which offers an opportunity to enhance the effectiveness of collaboration between public sector, business entrepreneurship, trade associations, research and education institutions, etc. Apart from that, in the context of building regional tourism clusters, among other objectives, there is a critical need to multiply investment into tourism business and assign target capital primarily to create and operate general purpose infrastructure that will be utilized by tourists and regional community population as well.

Keywords: cluster; tourism cluster; cluster management; region; tourist region; tourist infrastructure; public-private partnership.

Постановка проблеми. У сучасному світі все більше стверджується необхідність кластерного підходу до просторової організації економіки. При цьому регіональні кластери мають місце у всіх секторах економіки – в первинному, вторинному і третинному. До останнього, за досвідом країн світу, доцільно відносити сферу послуг, причому у цьому секторі одним з лідируючих сегментів виступає туризм. Виходячи з цього, особливої актуальності набуває дослідження формування туристичних кластерів на території України. Зазначимо, що Україна за рахунок своїх географічних даних та потужного ресурсного потенціалу володіє суттєвим потенціалом для розвитку туризму, проте нецільове

застосування туристичних ресурсів, зокрема – простоювання туристичних об'єктів, які вважаються незатребуваними внаслідок різних причин, а також нерівномірно розвиненої інфраструктури та неграмотного управління ними є стримуючим фактором ефективного функціонування туристичного бізнесу. У багатьох країнах туризм відіграє значну роль у формуванні внутрішнього валового продукту (ВВП), створенні додаткових робочих місць та забезпеченні зайнятості населення. Туризм суттєво впливає на такі ключові галузі економіки, як транспорт та зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання тощо, тобто виступає своєрідним каталізатором соціально-економічного розвитку.

Все це свідчить про те, що виключно в умовах динамічного та постійного вдосконалення всіх галузей економіки потужним стимулом до розвитку інфраструктури та підвищення рівня конкурентоспроможності економічної діяльності країни в цілому та кожного окремого регіону може стати процес формування туристичного кластера, тим більше, що з інвестиційної точки зору аналіз привабливості туристичного кластера ґрунтується на визначенні території туристичного кластера та його туристичних ресурсів. Стимулом для залучення інвестицій у туристичну сферу є наявність різних територіальних туристичних ресурсів, потенціалу та взаємозв'язку між ними. У масштабі не лише свого регіону або країни, а й міжнародних ринків туризм завжди є актуальним, тому привабливість цієї сфери залишається ключовим ядром для ефективного функціонування території кожного конкретного регіону та країни в цілому та залучення капіталу як вітчизняного, так і зарубіжного.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Питанню формування кластерів та кластерного управління, зокрема, в сфері туризму, приділено увагу зарубіжних та вітчизняних вчених, серед яких А. Александрова [1], А. Алоєва [2], Е. Бергман [9], В. Костинець [12], Ю. Костинець [12], Є. Кропінова [3], Т. Міролюбова [4], М. Портер [10], А. Родрігес [11], Ю. Реутова [5], М. Сагайдак [12], І. Соколи [6], Є. Бровкова [6], Т. Цихан [7], М. Юсупова [2], А. Яковлева-Чернишова [8] та інші.

Так, Є. Кропінова наголошує на тому, що туристичний кластер – це поєднання туристичних організацій, які надають послуги у сфері туризму, при цьому одним з показників туристичного кластеру є туристсько-рекреаційні ресурси, тобто сукупність природно-кліматичних, культурно-історичних, соціально-економічних та інших ресурсів, які залучають туристів та створюють попит на туристичні напрямки [3, с. 41]. В свою чергу, В. Костинець, Ю. Костинець та М. Сагайдак відзначають, що заходи з реалізації кластерної політики повинні бути спрямовані на виявлення, формування, підтримку і укрупнення кластерів малих і середніх підприємств туристичного бізнесу і націлені на задоволення фактичних потреб туроператорів та турагентів, зацікавлених в підвищенні своєї конкурентоспроможності через реалізацію спільних проектів в межах кластеру [12, с. 3]. Загалом аналіз останніх публікацій з визначеної проблематики свідчить про доцільність подальших наукових розвідок в даному напрямі.

Невирішені частини дослідження. Попри наявність широкого кола наукових доробків стосовно сутності кластерного управління, у науковій літературі переважно зустрічається згадка про промислові кластери, в той час як кластери сфери послуг, і зокрема туристичні кластери, вивчені недостатньо..

Мета дослідження. Метою статті є дослідження питання кластерного управління як фактору розвитку туризму в регіоні.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. У туристично-рекреаційній сфері кластерний підхід вперше застосували зарубіжні вчені, а його еволюція пов'язана з

реалізацією прикладних завдань забезпечення конкурентоспроможності та зниження витрат, що не суперечить іншим сферам економічної діяльності:

- 1) послуги на базі розвиненої інфраструктури та співробітництва [11, с. 65];
- 2) група туристичних атракцій на обмеженій географічній території, що взаємодіє на основі високорозвиненої інфраструктури, управління, конкурентних переваг [9, с.78];
- 3) група компаній та інститутів, що випускають туристичний продукт на основі стратегічних відносин, що забезпечують конкурентні переваги послуг [13, с. 118].

Таким чином, зарубіжні та вітчизняні вчені наголошували на необхідності кластерного підходу до розвитку туризму в регіоні. У разі наявності в регіоні лікувальних природних ресурсів туристичний кластер включатиме також лікувально-оздоровчий компонент.

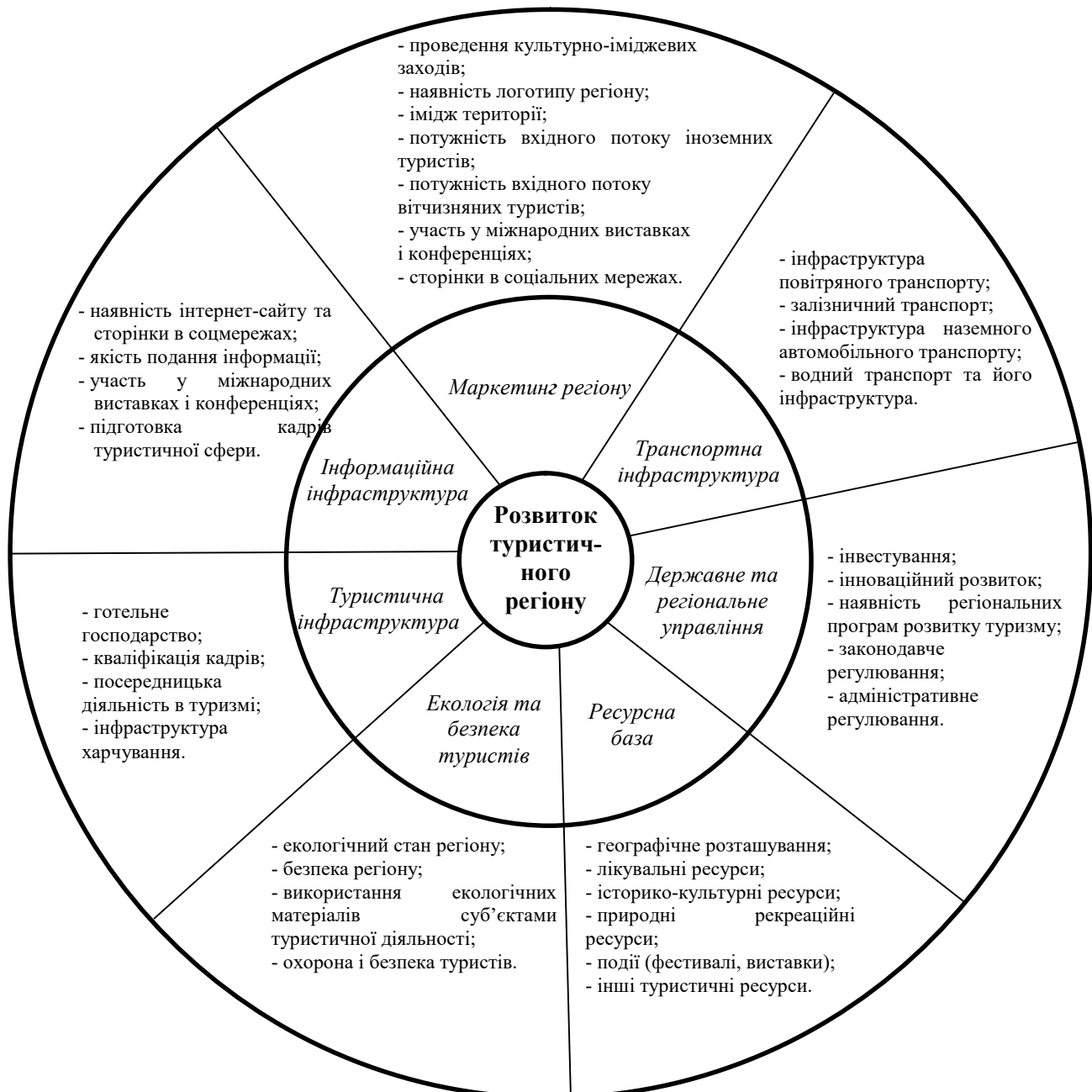
Можемо відзначити, що туристичний кластер – це рекреаційна зона, що включає діяльність компаній, об'єднаних на добровільній основі. Діяльність даних підприємств при цьому взаємозалежна. Специфіка туристичного кластера багато в чому пов'язана зі специфікою послуг, що надаються невлловимими і невидимими туристичними підприємствами благами. Компанії, що входять у туристичний кластер, діють у рамках єдиного ланцюжка створення вартості, при цьому кінцевою метою всіх туристичних послуг є «отримані враження». Крім того, найважливішою специфічною властивістю туристичного кластера є його маршрутна територіальна організація [6, с. 224]. Туристичний маршрут та відповідний йому туристичний потік пов'язують туристичні об'єкти регіону, перетворюючи їх із конкуруючих на взаємодіючі елементи системи туристичного кластера. Завдяки туристичному потоку, що рухається по елементах ланцюжка створення вартості, формується туристичний кластер. У туристичній сфері, як ні в якій іншій, значну роль відіграє те, наскільки ефективно організовано ланцюжок створення вартості. Тому саме кластерна організація є єдино можливим та найефективнішим способом генерації прибутку у сфері туризму.

Умовою розвитку туризму у регіоні є наявність об'єктів (атракторів), які приваблюють туристів у регіон. Це можуть бути як природні об'єкти різних видів (море, річки, гори, лікувально-оздоровчі ресурси), так і історичні, розважальні, пізнавальні та інші об'єкти. Використання кластерного підходу в туристичній сфері найбільш оптимально забезпечує розвиток туризму, оскільки замість конкуренції між різними видами туризму виникає взаємодія та взаємодоповнення: наприклад, турист, який приїхав до регіону з лікувально-оздоровчою метою, замовляє також екскурсії історичними чи природними об'єктами.

Відзначимо, що при створенні кластерів потрібно враховувати фактори інфраструктури, а також оцінити природні та кліматичні фактори. Дана оцінка дозволить створити реальне уявлення про рівень регіону і дасть можливість встановити з якого рівня потрібно розвивати туризм в регіоні, скільки знадобиться інвестицій в проект та термін їх окупності. Створення кластера здатне вирішити низку завдань, а саме покращення інфраструктури, посилення економіки за рахунок збільшення у валовому регіональному продукті частки доходів від туризму, покращення екологічної ситуації у регіоні [2, с. 103]. Поетапно формування туристичного кластеру представимо наступним чином.

I етап – визначення географічного розташування кластера. Насамперед, для формування кластеру необхідно визначитися з місцем розташування кластера і його межами, а також визначити його центри. Для визначення меж кластера слід вивчити регіон, виявити, які саме визначні пам'ятки найбільш популярні, а отже, і вигідніші для створення там осередків туристичного показу. Визначення меж кластера також є важливим завданням під час створення туристичного кластеру. Важливо розуміти, що при визначенні меж слід враховувати такі фактори, як суміжність з іншими регіонами, специфіку майбутніх туристів.

II етап – визначення рівня розвитку туризму в регіоні. Другим етапом слід визначити рівень розвитку туризму у регіоні, специфіку туристів та їх потреб і на підставі цих даних слід поставити завдання зі створення такого кластера, який у повній мірі зможе задовольнити ці потреби.



Джерело: [12, с. 5].

Рис. 1. Концептуальна модель розвитку туристичного регіону на засадах кластерного управління внутрішнім ринком туристичних послуг України

III етап – державне та юридичне регулювання управління кластером. В механізмі кластерного управління розвитком ринку туризму важливим є визначення засобів і методів здійснення цілеспрямованого державного впливу, включаючи важелі впливу місцевих органів влади, з метою ефективного розвитку кластерної системи туристичних регіонів України. Суб'єктами кластерної політики є законодавчі та виконавчі органи державної та/або

місцевої влади, які в процесі її реалізації взаємодіють між собою та з бізнес-асоціаціями, виробничими підприємствами, освітніми, науковими та фінансовими установами, транспортними та логістичними фірмами, сервісними організаціями тощо [12, с. 3]. М. Сагайдак, В. Костинець та Ю. Костинець запропонували критеріальну модель розвитку туристичного регіону на засадах кластерного управління внутрішнім ринком туристичних послуг України, для побудови якої автори визначили чинники і критерії кластеризації. З метою формування ефективних туристичних кластерів пропонується врахувати спорідненість туристичних регіонів за наявністю туристичних ресурсів, рівнем розвитку туристичної інфраструктури тощо. На рис. 1 наведена критеріальна модель розвитку туристичного регіону на засадах кластерного управління внутрішнім ринком туристичних послуг України [12, с. 5].

На даному ж етапі доцільно відрегулювати законодавчу основу управління туристичними кластерами. Вона має допомогти підприємцям обрати напрямок розвитку свого бізнесу, показати рівень очікуваних послуг та вимоги до них, має захищати інтереси підприємців та туристів. Слід розвинути систему органів державного та муніципального управління. Саме держава має взяти на себе обов'язок створення сприятливих умов для створення та підтримки діяльності туристичного кластеру.

IV етап – визначення специфіки кластера. Наступним етапом є визначення специфіки кластера, адже необхідно не тільки створити кластер, у якому всі елементи взаємодітимуть гармонійно. Важливо зробити так, щоб створюваний кластер відрізнявся від інших та мав свою специфіку. Такими відмінностями можуть стати природні умови, історико-культурна спадщина, рекреаційна база тощо [2, с. 104].

V етап – удосконалення інфраструктури. На даному етапі доцільно замислитися над якісними складовими інфраструктури, в тому числі, підготовкою висококваліфікованих кадрів, транспортної мережі тощо.

Світовий досвід свідчить про те, що створення туристичних кластерів надає поштовх розвитку економічно відсталих регіонів, залучаючи до них потік туристів, які за рахунок витрачених ними на території кластера грошей розвивають економіку регіону. Іншою перевагою є залучення інвестицій та як наслідок розвиток інфраструктури на території кластера. За рахунок цього відбувається формування додаткових робочих місць, зміцнення діяльності виробництв та приватних підприємств, а також з'являється можливість розвинути нові галузі за рахунок інвестицій та грошей, витрачених туристами.

Ряд вчених [12, с. 5] відзначають, що очевидною перевагою кластера є його здатність забезпечувати міжгалузевий перелив трудових ресурсів на принципах саморегуляції та самостійної адаптації до зовнішніх змін. Висока адаптивність до змін маркетингового середовища і здатність швидко запроваджувати інновації є вирішальною перевагою кластера перед іншими формами інтеграції. Суб'єкти туристичного кластера, як правило, об'єднані економічними зв'язками і відносинами, особистими контактами, організаційною культурою, що включає уявлення, цінності, установки, ідеали дій, а іноді загальним брендом і маркетинговими стратегіями. Ці відносини в більшій мірі схильні до інституціоналізації, що дозволяє реалізувати довгострокові проекти та поглиблювати взаємовигідні партнерські відносини.

Також відзначимо, що для залучення інвестицій у туристичну галузь регіону необхідно ініціювати функціонування організаційно-економічних процесів, що сприяють залученню капіталу до туристичної інфраструктури кожного конкретного туристичного кластеру. Сприятливим підґрунтям для створення таких механізмів є підвищення якості та оперативності управлінських рішень в інвестиційній сфері, а також забезпечення взаємодії методологічних, інструментальних та управлінських функцій, вкладених у реалізацію інвестиційних проектів. Ефект від використання та впровадження конструктивних

управлінських механізмів в інвестиційній діяльності в туристичному бізнесі створить грошовий приріст за допомогою використання державних інструментальних засобів, спрямованих на підтримку туристичних програм, забезпечення гідного інвестиційного рівня привабливості об'єктів туристичного бізнесу для іноземних та внутрішніх інвесторів, допомогу в інтеграції капіталу вкладників фінансово-кредитних установ, інституційними інвесторами. При цьому слід зауважити, що ефективність розвитку туристичного кластеру прямо пропорційна до рівня його державної підтримки.

Розглядаючи та аналізуючи роль туризму, який певною мірою є лакмусом рівня координації взаємодії влади та бізнес-структур, є всі підстави припустити, що туристичний бізнес, його внутрішній зміст та рівень розвитку в регіоні є якісним та яскравим показником потенціалу для підвищення рівня співробітництва між державною владою та бізнес-підприємництвом. Для вирішення питань, пов'язаних з підвищенням та удосконаленням туристичного бізнесу, необхідний процес залучення в нього всіх зацікавлених у цьому питанні підприємств та структур. Крім цього, для вирішення даного питання потрібні суттєві координаційні зусилля всіх задіяних суб'єктів та високого рівня узгодженості дій між владою на різних рівнях. Таким чином, можемо говорити, що туристична сфера і, зокрема, туристичні кластери, є якісним чинником розвитку регіональної економіки та ефективного партнерства державних структур та підприємництва загалом.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Спираючись на досвід прогресивних країн, що розвиваються, як підсумок, можемо зазначити, що кластерне управління є фундаментом для співпраці представників бізнес сектору та держави у контексті державно-приватного партнерства. Це надає можливість збільшення результативності взаємодії держави, підприємств, торговельних об'єднань, дослідницьких, освітніх організацій тощо. У державах, які почали використовувати кластери, спостерігаються тенденції, що пов'язані із зосередженням компаній на основних напрямках та делегуванні виробництва комплектуючих та сфери обумовлених послуг іншим компаніям, малим та середнім підприємствам. Така взаємодія з конкурентами, постачальниками чи клієнтами для більшості малих та середніх підприємств, що діють в кластері та виділяються індивідуалізмом та ініціативністю, може стати потужним стимулом розвитку.

References

Література

- | | |
|---|--|
| <p>1. Aleksandrova, A. Yu. (2007). Turistskie klasteri: sodержanie, granitsy, mekhanizm funktsionirovaniya [Tourist clusters: content, boundaries, functioning mechanism]. <i>Sovremennye problemy servisa i turizma</i>, № 1, P. 51–61 [in Russian].</p> <p>2. Aloeva, A. A., Yusupova, M. D. (2013). Turisticheskie klasteri kak osobyi faktor formirovaniya sotsial'no-ekonomicheskoy sistemy regiona [Tourist clusters as a special factor in the formation of the socio-economic system of the region]. <i>Izvestiya Kabardino-Balkarskogo tsentra RAN</i>, № 4 (54), P. 100–106 [in Russian].</p> <p>3. Kropinova, E. G., Mitrofanova, A. V. (2011). Regionalnyy turistskiy klaster kak turistsko-rekreatsionnaya sistema regionalnogo urovnya [Regional tourist cluster as a tourist and recreational system of the regional level]. <i>Regionalnye issledovaniya</i>, № 1, P. 40–46 [in Russian].</p> | <p>1. Александрова А. Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования. <i>Современные проблемы сервиса и туризма</i>. 2007. № 1. С. 51–61.</p> <p>2. Алоева А. А., Юсупова М. Д. Туристические кластеры как особый фактор формирования социально-экономической системы региона. <i>Известия Кабардино-Балкарского центра РАН</i>. 2013. № 4 (54). С. 100–106.</p> <p>3. Кропинова Е. Г., Митрофанова А. В. Региональный туристский кластер как туристско-рекреационная система регионального уровня. <i>Региональные исследования</i>. 2011. № 1. С. 40–46.</p> |
|---|--|

4. Miroljubova, T. V. (2013). Issledovanie regionalnykh klasterov: voprosy metodologii i praktiki [Research of regional clusters: questions of methodology and practice]. *Ekonomicheskoe vrozozhdenie Rossii*, № 2 (36), P. 129–142 [in Russian].
4. Миролюбова Т. В. Исследование региональных кластеров: вопросы методологии и практики. *Экономическое возрождение России*. 2013. № 2 (36). С. 129–142.
5. Reutova, Yu. N. (2011). Teoreticheskie aspekty otsenki rekreatsionnogo i investitsionnogo potentsialov sanatorno-kurortnogo kompleksa [Theoretical aspects of assessing the recreational and investment potential of the health resort complex]. *Terra Economicus*, Vol. 9, № 1, P. 105–112 [in Russian].
5. Реутова Ю. Н. Теоретические аспекты оценки рекреационного и инвестиционного потенциалов санаторно-курортного комплекса. *Terra Economicus*. 2011. Т. 9. № 1. С. 105–112.
6. Sokoly, I. I., Brovkova, Ye. H., Brovkova, Ye. V. (2012). Turystychni klastery yak osnovnyi element konkurentospromozhnoho rozvytku ekonomiky Odeskoho rehionu [Tourist clusters as the main element of competitive development of the economy of the Odessa region]. *Ekonomichnyi forum*, № 4, P. 222–228 [in Ukrainian].
6. Соколи І. І., Бровкова Є. Г., Бровкова Є. В. Туристичні кластери як основний елемент конкурентоспроможного розвитку економіки Одеського регіону. *Економічний форум*. 2012. № 4. С. 222–228.
7. Tsikhan, T. V. (2003). Klasterная teoriya ekonomicheskogo razvitiya [Cluster theory of economic development]. *Teoriya i praktika upravleniya*, № 5, P. 74–81 [in Russian].
7. Цихан Т. В. Кластерная теория экономического развития. *Теория и практика управления*. 2003. № 5. С. 74–81.
8. Yakovleva-Chernyshova, A. Yu. (2014). Osobennosti klasterного vzaimodeystviya v sanatorno-kurortnoy sfere [Features of cluster interaction in the health resort sector]. *Upravlenie i ekonomika v XXI veke*, № 5, P. 98–107 [in Russian].
8. Яковлева-Чернышова А. Ю. Особенности кластерного взаимодействия в санаторно-курортной сфере. *Управление и экономика в XXI веке*. 2014. № 5. С. 98–107.
9. Bergman, E., Feser, E. (1999). Industrial and Regional Cluster: Concepts and Comparative Applications. Virginia: WVU Regional Research Institute. 282 p.
9. Bergman E., Feser E. Industrial and Regional Cluster: Concepts and Comparative Applications. Virginia: WVU Regional Research Institute, 1999. 282 p.
10. Porter, M. E. (2000). Location, Clusters, and Company Strategy. Oxford: Oxford University Press. 484 p.
10. Porter M. E. Location, Clusters, and Company Strategy. Oxford: Oxford University Press, 2000. 484 p.
11. Rodrigues, A. B. (2003). Turismo rural: praticas e perspectivas. Sao Paulo: Contexto. 312 p.
11. Rodrigues A. B. Turismo rural: praticas e perspectivas. Sao Paulo: Contexto, 2003. 312 p.
12. Sahaidak, M., Kostynets, Iu., Kostynets, V. (2019). Modeling of development of the internal market of tourist services in Ukraine, based on the principles of cluster management. *SHS Web of Conferences*, Vol. 65, 04010, P. 1–7. URL: <https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/abs/2019/06/contents/contents.html>.
12. Sahaidak M., Kostynets Iu., Kostynets V. Modeling of development of the internal market of tourist services in Ukraine, based on the principles of cluster management. *SHS Web of Conferences*. 2019. Vol. 65, 04010. P. 1–7. URL: <https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/abs/2019/06/contents/contents.html>.
13. Solvel, O., Lindqvist, G., Ketels, Ch. (2006). The Cluster Initiatives Greenbook. 312 p.
13. Solvel O., Lindqvist G., Ketels Ch. The Cluster Initiatives Greenbook. 2006. 312 p.