

УДК 338.48:330.341.1

DOI: 10.32342/2074-5362-2020-1-28-4

**А.О. ЗАДОЯ,**

*доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри  
Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)*

**С.Ю. БІЛОГУР,**

*аспірант Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)*

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ ПРОЦЕСУ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЇЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ**

Проведено дослідження факторів кластероутворюючих процесів у туристичній галузі, які надають можливість виявити та реалізувати інноваційний потенціал у цьому секторі економіки. Кластерна форма організації управління розвитком туристичної сфери створює умови для повноцінного інноваційного розвитку завдяки ліберальній організаційно-управлінській моделі, яка використовується у кластерних утвореннях.

Наявність широкого кола носіїв професійних знань та необмеженість варіантів їх взаємодії значно спрощує інформаційний обмін між ними та створює можливість виникнення різноваріантних комбінацій факторів досягнення конкурентних переваг. Результатом оптимального поєднання переваг горизонтальної та вертикальної форми організації взаємодії учасників кластера стає поява інноваційно продуктивного середовища, яке виступає потужним генератором нових ідей та концепцій. При цьому застосування гнучкої мережевої управлінської структури, яка є максимально чутливою до нових ідей та нововведень, забезпечує оптимальну послідовність і терміни трансформації інноваційних ідей у конкурентні переваги.

Запропоновано використання середовищного підходу при визначенні факторів кластеризації. Доцільність вказаного підходу ґрунтується на тому, що в туристичній галузі характер та спрямованість споживчого попиту залежить від наявності та стану природних, соціально-економічних та історико-культурних ресурсів у межах певного локалітету. З іншого боку, ці ресурси створюють підґрунтя для формування пропозиції з боку підприємств, що надають туристичні послуги.

У процесі свого розвитку туристичні кластери здійснюють суттєвий вплив на параметри середовища, в якому вони функціонують. Підвищення якості цих параметрів впливає на характер функціонування кластерів, стимулює залучення нових учасників та джерел фінансування, що відповідним чином створює якісно нові умови для збільшення комунікативних комбінацій та розширення бази виникнення інновацій. Відзначені характерні особливості обумовлюють високу життєздатність та економічну ефективність кластерного формату підприємництва у туристичній сфері.

**Ключові слова:** *кластеризація, кластерний підхід, фактори кластеризації, інноваційний розвиток, інноваційність, середовищний підхід.*

Проведено исследование факторов процессов кластерообразования в туристской отрасли, которые предоставляют возможность выявить и реализовать инновационный потенциал в данном секторе экономики. Либеральная организационно-управленческая

модель, используемая в кластерных образованиях, наличие широкого круга носителей профессиональных знаний и неограниченность вариантов их взаимодействия создают условия для полноценного инновационного развития конкретных локалитетов, обеспечивают оптимальную последовательность и сроки трансформации инновационных идей в конкурентные преимущества.

**Ключевые слова:** кластеризация, кластерный подход, факторы кластеризации, инновационное развитие, инновационность.

**Постановка проблеми.** В умовах глобалізації розвиток країн і регіонів, окремих галузей і виробництв є пріоритетним завданням підвищення конкурентоспроможності національної економіки. При цьому актуальнішими стають інноваційні організаційно-економічні механізми і форми, що передбачають активний і комплексний вплив на розвиток країни або її регіону в рамках національної відтворювальної системи. Реалізація таких заходів здійснюється шляхом створення системи умов, що сприяють підвищенню інноваційної активності і сприйнятливості господарюючих суб'єктів. Найбільш повноцінно сьогодні таким вимогам відповідає саме кластерний підхід, застосування якого у сфері туризму дозволить більш повно і ефективно реалізувати інноваційний потенціал підприємств і організацій, які залучаються до кластера.

На жаль, практика функціонування низки галузей і конкретних підприємств показує, що впровадження кластерних ініціатив у господарську діяльність супроводжується значними труднощами. А в туристичному секторі економіки кластеризація взагалі практично зайшла у безвихідь, навіть за наявності серйозних проєктів і значної теоретико-методологічної опрацьованості зазначених питань. Це пов'язано, у першу чергу, з тим, що при плануванні і формуванні кластерних структур регіональна влада, керівники великих підприємств, топ-менеджери компаній не враховують цілий комплекс умов і факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, які задають сучасні тренди кластеризації.

Таким чином, кластерний підхід, виступаючи провідним фактором активізації інноваційного розвитку, потребує подальшого дослідження умов реалізації його потенціалу, що підтверджує актуальність цієї роботи та визначає її спрямування.

**Метою** цього дослідження є визначення комплексу факторів кластероутворення в туристичній галузі з акцентом на ті, що забезпечують реалізацію інноваційного потенціалу кластеризації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Інноваційність кластерної форми організації управління розвитком туристичної галузі зумовлена, перш за все, сконцентрованою можливістю вільного обміну інформацією, ідеями та знаннями. Синергетичний ефект, який спостерігається в результаті кластеризації, можна розглядати як зовнішній прояв такої інноваційності, як результат вдалого поєднання переваг горизонтальної та вертикальної форми організації взаємодії учасників кластера. Широке коло джерел професійних знань і зв'язків спрощує комунікацію, створює можливість для різноваріантних комбінацій факторів досягнення конкурентних переваг і формує підґрунтя для інновацій.

Туристичний кластер як мережева локалізована форма підприємницької діяльності являє собою не просто концентрацію виконавців підзавдань у рамках вирішення завдання більш високого рівня. Це, по суті, певна система поширення нових знань і технологій на підставі стійких партнерських зв'язків, яка стимулює генерацію інновацій та трансформує їх у конкурентні переваги для всіх учасників такої системи.

На думку І.О. Дегтярьової, для успішного формування туристичних кластерів необхідно: сформулювати стратегічний план реалізації кластерів; ефективний механізм управління регіоном в економічному і фінансовому контексті; забезпечити безпеку відпочиваючих; впровадити інноваційні системи розвитку; налагодити механізми субсидування малого і середнього підприємництва; сприяти поліпшенню екологічної ситуації в регіоні [3].

Інші дослідники виокремлюють такі фактори, які впливають на розвиток туристичного кластера:

– ресурси – це фундамент, на основі якого будується успішність будь-якого туристичного бізнесу, зокрема туристичного кластера:

а) природні ресурси, атракційні ресурси, модні напрями, паломництво, інші ресурси, процеси, які перебувають у фундаменті туристичного продукту;

б) людські ресурси, необхідні джерела для обслуговування туристичного продукту;

– фінансові можливості, легкість та відкритість до різних джерел інвестування;

– інформаційні можливості – основа для полегшення підходу до інформації, приймання правильних організаційних рішень, плани стратегічного розвитку кластера, запровадження інноваційних технологій, тощо;

– науково-технічні можливості, які одержують співучасники кластера, відкритість і значущість одержаних досліджень;

– допоміжні ділянки, які не прямо діють на розгортання туристичного кластера, але без яких кластер не зможе нормально, на повну потужність діяти;

– адміністративні перешкоди: фіскальна політика, кримінальне становище, все, що стає на заваді створенню та розвитку кластера;

– державні органи влади: важелі впливу, нормативні акти, закони, з одного боку, з іншого – підтримка та сприяння розбудові кластера [4; 8].

А. Бойко [1, с. 19–23] вказує на те, що туристичні кластери функціонують тільки у сприятливих умовах (політичних, соціокультурних, економічних, природних), які є сукупністю зовнішніх факторів, що забезпечують конкурентоспроможність туристичних продуктів та послуг. Ці сприятливі умови утворені такими складовими: ресурси (природні, трудові, матеріальні, фінансові та ін.), науково-дослідний і освітній потенціал, інвестиційний і підприємницький клімат, політика органів влади і управління, характер міжгалузевої і внутрішньогалузевої конкуренції, унікальність туристичних продуктів і послуг, що надаються, потреби споживачів туристичних послуг, кваліфікація контрагентів, що надають послуги і роботи, наявність пов'язаних з туристичною сферою галузей промислового і сервісного секторів та ін.

А.А. Манцаєва і Т.Г. Делікова всі умови і фактори розвитку туристично-рекреаційного кластера поділяють на чотири групи [5, с. 26]:

1) умови і фактори стратегічного розвитку і конкуренції: наявність або відсутність розробленої стратегії розвитку туризму шляхом створення туристично-рекреаційного кластера; наявність або відсутність діючого координаційного центру реалізації стратегії дій; бізнес-клімат у регіоні;

2) умови і фактори сервісно-туристичного виробництва: географічні і кліматичні особливості території; природно-рекреаційні об'єкти; історична і культурна спадщина; фізична інфраструктура (транспортна, інформаційно-комунікаційна, інфраструктура гостинності і дозвілля); кадрові ресурси; науково-дослідні ресурси; доступність інноваційних технологій;

3) умови і фактори туристичного попиту: наявність або відсутність унікальних потреб у туристів як на українському, так і на міжнародному ринках; залежність від кон'юнктурних коливань ринку;

4) фактор наявності профільних і допоміжних галузей: пасажирські і вантажні перевезення; будівництво; житлово-комунальне господарство; освітні установи; охорона здоров'я; торгівля; сувенірна промисловість; виробництво товарів народного споживання та ін.

Л.І. Гонтаржевська при визначенні факторів кластеризації говорить про те, що в основу їх виділення мають бути покладені характеристики кластерів, що можуть розглядатися як стартові передумови для їх формування і подальшого розвитку [2, с. 87]:

1. Наявність конкурентоспроможних туристичних компаній є найважливішою умовою для розвитку туристичного кластера.

2. Наявність у регіоні конкурентних переваг для розвитку туристичного кластера, до яких, наприклад, можна віднести: вигідне економічне і транспортно-географічне положення; доступ до різних видів ресурсів; наявність спеціалізованих кадрових ресурсів, контрагентів і виконавців туристичних послуг, наукових і освітніх установ, необхідної соціально-економічної інфраструктури і т. д.

3. Географічна концентрація і близькість організацій туристичної і обслуговуючої сфери, що дає ефект емерджентності, а також забезпечує можливість для активної взаємодії, як у межах туристичного кластера, так і в рамках галузі та усього регіону (країни).

4. Широкий набір учасників туристичного кластера і наявність їх «критичної маси» як чинника передбачають, що туристичний кластер може складатися з організацій, які формують кінцеві туристичні продукти, системи контрагентів туроператорів і турагентів, що поставляють різні туристичні товари, надають туристичні послуги, а також професійні науково-освітні установи.

5. Наявність зв'язків і взаємодія між учасниками туристичних кластерів є одним з основних факторів успіху та розвитку їх в сукупності з наявністю робочих внутрішньокорпоративних і міжкорпоративних зв'язків і координації зусиль між учасниками туристичного кластера.

6. Цільова підприємницька діяльність є одним з найважливіших факторів кластерного розвитку економіки, оскільки у рамках туристичного кластера об'єднуються не лише виробничий та сервісний, але й інноваційний бізнес. При цьому здійснюється комплексне управління якістю туристичних продуктів та послуг, сервісне обслуговування споживачів, що в результаті дає економічний, організаційний, маркетинговий, сервісний, технологічний та інший ефект.

Викладена вище позиція, на нашу думку, викликає низку зауважень.

По-перше, використовується мікроекономічний підхід, який дозволяє говорити про існування чинників, що визначають спрямованість формування і розвиток кожного конкретного кластера окремо.

По-друге, у цьому підході враховуються лише внутрішні фактори і деякі фактори мікросередовища, у той же час абсолютно залишається без уваги комплекс факторів макросередовища, інституціонального середовища.

По-третє, наведена позиція відповідає «портерівському» уявленню про кластеризацію, яке в умовах України потребує вкрай критичної оцінки.

По-четверте, не зовсім обґрунтованим виглядає відособлення другого фактора від першого, оскільки в основі підвищення конкурентоспроможності і продуктивності конкретних підприємств значне місце займає інноваційна складова.

Г.М. Полухіна при визначенні факторів кластерного розвитку економіки використовує сценарний підхід, базований на виділенні при побудові кластера таких сценаріїв [7]:

- техніко-реалізаційний – побудований на основі створення економічно ефективних наукомістких технологій, створених у результаті поєднання ідей фундаментальної науки та концепцій комплексних технологічних рішень;

- організаційно-виробничий – передбачає отримання та випробування дослідно-експериментальних зразків продукції з подальшим вибором оптимального типу їх виробництва;

- маркетинговий – використовує у своїй основі процес позиціонування певної групи підприємств за результатами досліджень ринкового попиту на їх продукцію (послуги);

- інвестиційний – базується на застосуванні традиційного при обґрунтуванні інвестиційних проектів підходу (оцінка перспективності кластера, порівняльний аналіз альтернатив, оцінка ризиків, постійний моніторинг реалізації проекту кластера);

- кадровий – ґрунтується на підготовці та використанні професіоналів, здатних працювати в умовах високої невизначеності, технологічної гнучкості і можливості перепрофілювання виробництва;

- інституційно-організаційний – будується на визначенні порядку формування та розвитку кластера, його структури та складу інститутів, що включаються до нього, характеру та напряму зв'язків між окремими елементами.

Наведений перелік, на нашу думку, не є вичерпним. У поле зору автора не потрапили декілька важливих факторів (сценаріїв), що визначають векторну спрямованість кластерного розвитку туристичної галузі економіки України. Зокрема не виділено інституціональне середовище кластеризації, що утворюється адміністративно-управлінськими, політико-правовими, соціально-культурними, галузевими та іншими факторами.

Наведена вище позиція Г.М. Полухіної, визначена нами як організаційно-технологічна, не може сприйматися як імперативна ще й внаслідок того, що в основі виділених вище сценаріїв лежить виробничий принцип, а це дозволяє використати матрицю сценаріїв, запропоновану автором, тільки стосовно виробничого сектора економіки. Використання вказаного сценарного

підходу щодо сфери туризму потребує істотного його коригування, виділення цілої низки додаткових факторів та їх груп (наведених нами як вище, так і далі), пов'язаних зі специфікою як самої сфери туризму, так і з особливостями сервісних процесів.

Якщо аналізувати фактори, що стримують кластерний розвиток туристичної галузі, то, на думку В.В. Пальцева, їх можна об'єднати в чотири групи [6, с. 8–9]:

1) кадрові – характеризуються хронічною нестачею висококваліфікованих кадрів, породженою невідповідністю змісту і якості освітніх програм освітніх організацій потребам туристичних підприємств, нерозвиненістю механізмів системи безперервної освіти;

2) інфраструктурні – породжені недостатньою ефективністю, низькою якістю і доступністю транспортно-інженерної інфраструктури, дефіцитом спеціалізованої комерційної нерухомості для контрагентів, обмеженням доступу до зовнішніх ресурсів для малих і середніх організацій у сфері туризму;

3) організаційні – проявляються в недостатньому рівні організаційно-управлінського розвитку суб'єктів підприємництва, включаючи недооцінку значення методології і практики стратегічного планування в розвитку організацій сфери туризму, відсутність системи ефективних інформаційних та інших комунікацій між організаціями, що входять до туристичного кластера, недостатній рівень розвитку коопераційних зв'язків і механізмів агентських договірних відносин;

4) інноваційні – характеризуються низькою сприйнятливістю організацій сфери туризму до інновацій, вкрай повільними темпами оновлення туристичних продуктів і послуг, недостатнім рівнем їх споживчих якостей, низькою інтенсивністю досліджень та розробок за ключовими напрямками розвитку туристичного бізнесу.

**Виклад основного матеріалу.** Практика функціонування розвинутих економік свідчить про вирішальне значення інновацій та нових технологій у забезпеченні високої конкурентоспроможності та економічного зростання держави. Найбільш ефективно сучасні переваги в технологіях управління, виробництва і реалізації можуть бути реалізовані за умов комплексного використання кластерного підходу в комбінації із сучасними інноваційними концепціями. У цьому зв'язку кластеризація стає однією з найбільш перспективних управлінських технологій стимулювання розвитку та регулювання інноваційної діяльності в країні.

Суттєва сприйнятливість до інновацій у кластерах пояснюється особливістю їх функціонування, а саме відсутністю жорсткої системи управління, характерної для корпорацій чи холдингів, і, натомість, застосуванням гнучкої мережевої управлінської структури, максимально реактивної до нових ідей та нововведень. Подібна гнучкість забезпечує оптимальну послідовність і терміни трансформації ідей у конкурентні переваги.

До інших причин високої економічної стійкості та конкурентоспроможності кластерних утворень можна віднести спрощений доступ для учасників кластера до нових технологій, мінімізація витрат на науково-дослідну діяльність внаслідок внутрішньокластерної кооперації, максимальне наближення всіх учасників технологічного ланцюга до потреб кінцевого споживача, що значно збільшує ймовірність виробництва товару (надання послуги), який, відповідно, максимально задовольнить потреби споживачів.

Втілення кластерного підходу у сфері туризму, завдяки властивим йому інноваційним характеристикам, дозволяє комплексно вирішувати завдання підвищення його конкурентоспроможності, оскільки:

– об'єднання організацій різної спрямованості в рамках туристичного кластера (сувенірні та харчові виробництва, установи, що проводять науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи – НДДКР, навчальні заклади, венчурні компанії і т. д.) створює додаткові можливості для підвищення інноваційної активності і поширення інновацій;

– участь у кластері організацій різних форм власності підвищує його внутрішню і зовнішню конкурентоспроможність та фокусує увагу його учасників на різних інноваційних проектах та ініціативах;

– участь у туристичному кластері прискорює створення та просування інноваційних туристичних продуктів і послуг та сприяє зростанню доданої вартості і підвищенню якості робіт інших організацій, що надають туристам додаткові та другорядні послуги;

– у межах туристичного кластера відбувається взаємодія міжгалузевих організацій і контрагентів, що дозволяє здійснити перехід від вузької спеціалізації у сфері туризму до інтеграції в організаційно-управлінську та сервісно-виробничу діяльності;

– взаємодія господарюючих суб'єктів у сфері туризму (передусім, туроператорів і турагентів) приводить до виникнення перехресних цілей, що, у свою чергу, впливає на баланс попиту і пропозиції на ринку туристичних послуг;

– взаємне врахування інтересів усіх учасників туристичного кластера сприяє підтримці сприятливого інвестиційного і підприємницького клімату, що забезпечує ріст кількісних та якісних показників сервісного виробництва і інвестицій в розширене відтворення туристичних продуктів та послуг.

Відповідно, ми поділяємо позицію ряду дослідників, згідно з якою при визначенні факторів кластеризації доцільно використовувати середовищний підхід. У цьому випадку середовище розглядається як поєднання (в певному сенсі симбіоз) ресурсно-географічної, соціально-культурної і організаційної складових. Цей підхід ґрунтується на тому, що для туризму основоположними виступають природні, соціально-економічні та історико-культурні ресурси, які, з одного боку, зумовлюють характер та спрямованість попиту з боку споживачів, а з іншого – формують пропозицію з боку підприємств, що надають туристичні послуги.

Розглядаючи інноваційну складову процесу кластеризації туристичної галузі, можна виділити такі найбільш важливі для цього фактори:

1) державна політика щодо стимулювання інноваційної активності суб'єктів господарювання;

2) інноваційна спрямованість підприємницького менталітету;

3) наявність освітніх організацій, які проводять наукові дослідження у туристичній сфері;

4) наявність джерел фінансового забезпечення процесу впровадження інновацій;

5) рівень інноваційності існуючих туристичних продуктів та послуг.

При цьому доцільно головний акцент робити на визначенні рівня регулюючого та організаційного впливу державних та регіональних інститутів влади, адже, незважаючи на те, яка модель кластерної політики впроваджується

у державі, спрямованість процесу кластеризації та реалізація його інноваційного потенціалу багато в чому залежить від ступеня розробленості державних цільових програм розвитку туристичної сфери.

Зазначимо, що розвиток процесів кластеризації має рефлексивний характер. Можна говорити про ефект їх зворотного впливу на параметри зовнішнього та внутрішнього середовища кластерів, тобто на фактори, що виступили передумовами їх формування (табл. 1).

Таблиця 1

**Характеристика впливу процесу кластероутворення на параметри зовнішнього та внутрішнього середовища кластера\***

Параметр середовища	Напрями і характер впливу
Конкурентоспроможність учасників туристичного кластера	Сприяння в отриманні колективної ринкової інформації для організацій кластерної групи. Розвиток експортних можливостей для туристичних компаній у кластері (наприклад, експортні консорціуми). Сертифікація за міжнародними стандартами якості туристичних та інших послуг (наприклад, ISO та ін.). Удосконалення сервісних процесів на підприємствах сфери туризму і в постачальників туристичних послуг. Підвищення якості туристичних продуктів і послуг. Розробка нових туристичних продуктів і послуг
Комунікативний потенціал кластероутворюючих підприємств	Розвиток зв'язків на рівні контрагентів (наприклад, організацій розміщення, харчування, екскурсійних фірм). Розвиток зв'язків на рівні НДДКР, комерціалізації інновацій і освітніх програм вищих і середніх спеціальних навчальних закладів. Розвиток міжнародних зв'язків туристичного кластера. Сприяння в координації усіх зусиль учасників туристичного кластера у напрямі його розвитку. Створення спеціалізованої туристичної кластерної асоціації з урахуванням інтересів місцевого населення
Якість кадрового забезпечення туристичної галузі	Підвищення адекватності і якості туристичних освітніх програм (для туристичного кластера) в середніх і вищих навчальних закладах (наприклад, через створення галузевих освітніх і кваліфікаційних стандартів). Створення спеціалізованих освітніх програм підвищення кваліфікації працівників туристичної індустрії. Організація студентських практик на базі організацій, що входять до туристичного кластера. Формування і реалізація комплексу програм залучення кадрових ресурсів
Обмін науково-технічною інформацією і результатами НДДКР та їх комерціалізація	Спрощення доступу з боку організацій, що входять до туристичного кластера, до результатів НДДКР і експертиз (наприклад, консалтингові й інформаційні послуги). Сприяння створенню відділів і програм передавання технологій у складі освітніх і наукових установ. Реалізація спільних НДДКР з освітніми і науковими установами. Сприяння в комерціалізації НДДКР з боку організацій сфери туризму і органів влади й управління. Надання приміщень для нових організацій сфери туризму (наприклад, бізнес-інкубатори) Розвиток технопарків, центрів передового досвіду, бізнес-інкубаторів і їх різна підтримка Захист інтелектуальної власності у сфері туризму і інших секторах сервісної галузі



Закінчення табл. 1

Параметр середовища	Напрями і характер впливу
Інфраструктурне забезпечення туристичної галузі	Підвищення ефективності соціально-економічної інфраструктури і розвиток інфраструктури НДДКР. Удосконалення і підвищення ефективності транспортної туристичної інфраструктури. Підвищення надійності енергопостачання й енергетичної інфраструктури в туристичному кластері. Розвиток і підвищення ефективності використання інженерної інфраструктури. Розвиток телекомунікаційної інфраструктури (включаючи розвиток широкосмугового доступу, сприяння диверсифікації комунікаційних послуг і видів зв'язку)
Фінансове забезпечення учасників кластера	Доступ до ризикового капіталу туристичними організаціями і їх контрагентами. Доступ до фінансових та інших матеріальних ресурсів для малих і середніх організацій, що працюють у сфері туризму і гостинності. Доступ організацій, що працюють у рамках туристичного кластера, до венчурного капіталу. Розвиток системи банків та інвестиційних фондів, оптимізація кредитування туристичних організацій. Розвиток системи конкурсних грантів і премій у туристичній сфері та індустрії гостинності. Розвиток лізингу і факторингу для організацій, що працюють у сфері туризму і гостинності
Якість життя	Особиста безпека туристів і персоналу організацій, що працюють у межах кластера. Розвиток системи охорони здоров'я в межах сформованого туристичного кластера Розвиток інфраструктури розваг і дозвілля в межах туристичного кластера і прилеглих до нього територій
Якість підприємницького середовища	Темпи зростання економіки регіону в цілому і туристичної галузі зокрема Створення і реалізація програм залучення організацій у розвиток внутрішнього туризму. Спрощення процедури реєстрації організацій, що планують займатися внутрішнім і в'їзним туризмом. Зниження адміністративних бар'єрів для організацій, що ведуть діяльність у внутрішньому і в'їзному туризмі. Формування і реалізація податкових та інших преференцій і пільг для турфірм – учасниць туристичного кластера

\*Складено авторами.

У міру розвитку кластера якість факторів, які зумовлюють його формування, змінюється відповідно до умов зовнішнього і внутрішнього середовища. З огляду на те, що інтенсивність конкуренції в туристичній галузі з появою кластерів зростає, якість цих факторів теж зростає. Таким чином, можна стверджувати, що формування і розвиток кластерів у туристичній галузі є процесом, що самопідсилюється завдяки якісній зміні факторів процесу формування кластерів, що, у свою чергу, зумовлює високу життєздатність кластерних утворень.

**Висновки.** Кластерний підхід є нагальною управлінською технологією сьогодення, і визначальна роль у цій його характеристиці зумовлена властивою йому високою інноваційністю. Очевидно, що виникнення інновації є результатом різноформатних контактів між представниками різних професійних груп учасників кластера на основі системи гнучких взаємозв'язків та інформаційних потоків, що існують тільки у вільному і відкритому середовищі, якими і є кластери.

Наявність критичної кількості виконавців різного профілю та інтенсивна комунікація між ними дає можливість створювати нові туристичні продукти, які не просто використовують потенціал наявних туристичних атракторів, а й створюють нові ланцюги доданої вартості у конкретному локалітеті.

У міру розвитку туристичних кластерів відбувається підвищення рівня якості факторів, які впливають на процес кластероутворення, тобто їх взаємодія має рефлексивний характер, що дозволяє виділити таку властивість цього процесу, як самопідсилення. Поява нових інноваційних туристичних продуктів внаслідок успішного функціонування кластерів та відповідне зростання конкуренції разом із вказаною рефлексивністю істотно позначаються на якісних показниках факторів формування кластерів. Створюються умови для переведення кластерного утворення на новий рівень функціонування, тобто відбувається його якісний розвиток, що і зумовлює високу життєздатність та економічну ефективність кластерного формату підприємництва у туристичній сфері.

### *Список використаної літератури*

1. Бойко А.Е. Исследование рисков формирования туристского кластера: методический аспект / А.Е. Бойко // Вестник Сочинского государственного университета туризма и курортного дела. – 2012. – № 1. – С. 19–23.

2. Гонтаржевська Л.І. Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств України: дис. ... канд. екон. наук: 08.05.01 / Л.І. Гонтаржевська; Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин НАН України. – К., 2006. – 201 с.

3. Дегтярєва І.О. Наукові та практичні аспекти застосування кластерного підходу в управлінні конкурентоспроможністю регіонів України [Електронний ресурс] / І.О. Дегтярєва. – Режим доступу: <http://academy.gov.ua/ej/ej13/txts/Degtyaryova.pdf>

4. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 1071 с.

5. Манцаева А.А. Факторы создания и развития туристско-рекреационного кластера / А.А. Манцаева, Т.Г. Деликова // Финансово-экономические аспекты международных интеграционных процессов: международное научное периодическое издание по итогам Международной научно-практической конференции. – Стерлитамак: АМИ, 2016. – С. 22–28.

6. Пальцев В.В. Совершенствование механизма организации и управления хозяйственными образованиями в промышленности на основе кластерного подхода: автореф. дис. ... канд. экон. наук / В.В. Пальцев. – Нижний Новгород: НГТУ, 2012. – 24 с.

7. Полухина А.Н. Кластерный подход к экономическому анализу деятельности организаций сферы туризма в регионе / А.Н. Полухина // Инновационное развитие экономики. – 2012. – № 8. – С. 151–156.

8. Яворський Ю.М. Туристичний кластер як форма розвитку галузі / Ю.М. Яворський // Український туризм. – 2015. – № 2. – С. 56–57.