

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

_____ (підпис)
“ ____ ” _____ 2020р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 242 «Туризм»
за магістерською програмою професійного спрямування

на тему: **«Перспективи розвитку кластерів гастрономічного туризму
в Одеському регіоні»**

Виконавець:

студентка 8 групи 6 курсу ФМЕ

Фарамазова Владислава Наміківна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Давиденко Ірина Володимирівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ОДЕСА – 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ КЛАСТЕРІВ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ	7
1.1. Види та особливості гастрономічного туризму	7
1.2. Сутність та особливості поняття кластеру	16
1.3. Світовий досвід створення кластерів у сфері туризму	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТА ОЦІНКА ПОТЕНЦІАЛУ РИНКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ	35
2.1. Оцінка потенціалу розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні	35
2.2. Аналіз пропозицій гастрономічних турів в Одеському регіоні	44
2.3. Маркетингові дослідження споживачів послуг гастрономічного туризму в Одеському регіоні	52
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО СТВОЕРННЯ КЛАСТЕРУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ	64
3.1. Розробка моделі кластеру гастрономічного туризму в Одеському регіоні	64
3.2. Обґрунтування заходів для розвитку запропонованого кластеру гастрономічного туризму	73
ВИСНОВКИ	83
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	87
ДОДАТКИ	97

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Сьогодні, в умовах формування глобальної економіки важливим фактором поглиблення і якісного розвитку міжнародних економічних зв'язків країни стає рівень конкурентоспроможності її національної економіки [70, С. 325]. Згідно даних Всесвітнього економічного форуму за рівнем конкурентоспроможності Україна зайняла 85-е місце у рейтингу WEF серед 140 країн в 2019 році, опустившись на 2 позиції щодо минулого року та 4 позиції – щодо 2017 року. Щороку рівень конкурентних переваг України зменшується (рис. А.1) – за останні 20 років Україна втратила 25 позицій [105].

В той же час, за останні два роки Україна піднялася на 10 позицій в рейтинзі за Індексом конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму (який розраховується за 15 чинниками) і посіла 78 місце серед 140 країн [83].

Туризм сприяє реформуванню сервісної, інформаційної, транспортної, комунальної інфраструктури та формує умови для удосконалення соціальної та інвестиційної політики держави [41, С. 32]. Стабільна позитивна динаміка розвитку туризму у світовому масштабі, його вагомий вплив на зайнятість населення, сприяння соціально-економічному розвитку регіонів, формування малого і середнього бізнесу дає підстави розглядати туристичну галузь, як важливий чинник підвищення конкурентоспроможності національної економіки України [41, С. 33].

Враховуючи надзвичайно високий рівень наявності природних та соціально-економічних ресурсів України, є можливість і перспективи розвитку гастрономічного туризму, як невід'ємного елемента туристичної діяльності [70, С. 325].

Теорією і практикою туризму протягом багатьох десятиріч займалися провідні вчені світового рівня до яких можна віднести І. Балабанова, М. Биржакова, А. Дуровича, Р. Браймера, В. Квартальнова, Д. Басюка, І. Зоріна, Н. Кабушкіна, В. Пазенка, Є. Шольц-Кулікова, А. Бусигіну та багатьох інших.

Завдяки проведеній великій роботі вчених і практиків закладено основні підвалини науки туризмології та туристичної праксіології [41, С. 32].

В той же час, дослідженням гастрономічного туризму присвячено ряд наукових праць зарубіжних вчених – Р. Мітчелла, Холла, А. Лопеза, М. Гомеса, С. Чені, К. Райяна, Л. Контрераса, які дали визначення та зміст, проаналізували деякі об'єкти, включені до складу «гастрономічних турів»; українських науковців – В. Пазенко, В. Антоненко [6], Д. Басюк, В. Гармаш [11], В. Ковешніков [41], С.Галасюк, И.Егупова, В.Герасименко, І.Давиденко С.Саламатіна, В. Омельницька [70], які аналізують перспективи розвитку даного туристичного напрямку та доводять важливість розвитку даного виду діяльності в окремих регіонах України [70, С. 325-326].

Однак, сьогодні недостатньо розглянуті перспективи розвитку кластерів регіонального гастрономічного туризму, тому вважаємо за доцільне з'ясувати фактори, які впливають на розвиток гастрономічного туризму та його змістову складову, визначити особливості формування гастрономічного кластеру і можливості його впровадження в умовах Одеського регіону на основі вивчення іноземного досвіду реалізації.

Мета кваліфікаційної роботи – визначити перспективи розвитку кластерів гастрономічного туризму в Одеському регіоні, побудувати ефективну модель їх функціонування та обґрунтувати заходи для розвитку перспективної моделі кластеру.

Для досягнення поставленої мети мають бути виконані наступні **завдання:**

- охарактеризувати особливості та види гастрономічного туризму;
- визначити сутність та особливості поняття кластеру;
- проаналізувати світовий досвід створення кластерів;
- оцінити потенціал розвитку гастрономічного туризму Одещини;
- проаналізувати пропозиції гастрономічних турів в Одеському регіоні;
- провести маркетингові дослідження споживачів послуг гостротуризму;
- розробити модель кластеру гастрономічного туризму в Одеській області;

– обґрунтувати заходи для розвитку кластеру гастрономічного туризму.

Об’єкт дослідження – процеси, явища і фактори формування кластерів гастрономічного туризму в Одеському регіоні.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних та практичних аспектів розвитку кластерів гастрономічного туризму в Одеському регіоні.

Методологія і методи дослідження. У магістерській роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи, які дозволяють системно вирішувати проблемні завдання з обраного напрямку дослідження. Найвагоміші теоретичні й прикладні розробки базуються на положеннях загальної теорії управління, економічного та фінансового менеджменту, стратегічного управління та на використанні таких методів, як: *системний підхід* – при загальному вивченні основних понять гастрономічного туризму та кластерного підходу в формуванні бізнес-зв’язків галузі; *індукція та дедукція* – при дослідженні та визначенні змістовного наповнення дефініції «гастрономічний туризм»; *аналіз і синтез із застосуванням абстрагування* – при оцінці потенціалу розвитку гастрономічного туризму та пропозиції гастрономічних турів в Одеському регіоні; *спостереження, порівняння та вимірювання* – під час оцінювання потенціалу розвитку гастрономічного туризму Одещини і розвитку просторових форм інтеграції бізнесу та обґрунтуванні заходів для розвитку кластеру гастрономічного туризму; *анкетування* – при проведенні маркетингових досліджень споживачів послуг гастрономічного туризму області; *експертного оцінювання та інтерполяції* – при визначенні середніх споживчих витрат; *метод експертного оцінювання* – при обчисленні інтегрального показника привабливості; *моделювання та формалізація* – при розробці моделі кластеру гастрономічного туризму в Одеській області; *графічний метод* – при ілюстрації результатів проведеного аналізу.

Інформаційною базою дослідження є нормативні та законодавчі акти України, що регламентують господарську діяльність підприємств туристичного бізнесу; основні положення наукових праць вітчизняних і зарубіжних учених у межах досліджуваного проблемного поля; офіційні матеріали та експрес-

інформація Держкомстату України; матеріали науково-практичних конференцій, періодичних видань та мережі Internet.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (106 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 119 сторінок комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 87 сторінках. Робота містить 14 таблиць, 23 рисунків.

Апробація результатів дослідження. Тема кваліфікаційної роботи сформована відповідно до напрямів науково-дослідної роботи кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу ОНЕУ. Основні результати кваліфікаційної роботи опубліковані у таких статтях: «Європейський досвід створення туристичних кластерів», Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк 2020; «Маркетинг як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємства», Одеський національний економічний університет, 2019; «Шляхи підвищення конкурентоспроможності екскурсійних послуг», Одеський національний економічний університет, 2020.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження в магістерській роботі ми прийшли до наступних висновків:

1. Гастрономічний туризм – це різновид туризму, пов'язаний із дегустацією етнічної кухні країни (регіону), знайомством з національними кулінарними традиціями, продуктами, особливостями технології приготування страв, підвищення рівня знань з кулінарії з метою отримання позитивного враження.

Основними складовими цього пізнавального виду туризму є гастрономічні тури, ресторани з регіональною кухнею, об'єкти гастрономічного туризму, кулінарні курси при готелях і спеціалізованих центрах, сільськогосподарські ринки та фермерські господарства, продовольчі виставки та ярмарки, а також різноманітні тематичні фестивалі;

2. Кластер являє собою групу географічно наближених організацій, які інтеграційно функціонують у багатогалузевій сфері та взаємодоповнюють один із одного, створюючи синергійний ефект від співпраці. Така форма кооперації бізнесу дозволяє переваги організаційних ресурсів та мотиваційних механізмів міжсуб'єктних відносин втілити в територіально-галузевих об'єднаннях з інноваційними пріоритетами розвитку регіону.

Кластери виконують кілька функцій – це драйвери економіки, що забезпечують процвітання регіону; визначники фундаментальних завдань в регіональних умовах ведення бізнесу; акумулятори нових знань та зусиль для економічного розвитку території. Їх характерною особливістю є спрямованість на виробництво продукту, що може бути експортований за кордон або за межі регіону;

3. Дослідження світових просторових систем організації бізнесу дозволяє зробити висновок про залежність успіху їх створення і функціонування в межах трикутника «державне регулювання → наука → виробничий сектор». Дана модель «потрійної спіралі» дозволяє поєднувати інтереси держави, науки і

бізнесу та забезпечує створення сприятливого бізнес-клімату регіону;

4. Одеський регіон входить в п'ятірку лідерів туристичного ринку України. Аналіз показує поступове відновлення в'їзного туризму до регіону, що відбувається завдяки консолідації зусиль влади та бізнесу. Найбільше гастрономічних туристів цікавлять заклади та меню етнічної кухні, однак фінансові складнощі споживачів не дозволяють їм витратити значні суми коштів на гастрономічні тури. Пропозиція закладів ресторанного господарства етнічного спрямування зросла, однак не задовольняє зростаючий попит, також ніша концептуальних закладів української кухні залишається незаповненою в достатній мірі. Актуальним залишається тренд щодо популяризації української кухні, локальних продуктів і їх виробників;

5. Аналіз пропозицій вітчизняних туроператорів показує, що гастрономічний туризм в Одеському регіоні знаходиться в стадії зародження. Для досягнення успіху в цьому напрямі необхідно розроблення та активне просування гастрономічних турів з використанням місцевої сировини, продуктів харчування та напоїв, концептуальних закладів ресторанного господарства, які підкреслюватимуть автентичність національних традицій у кулінарії. Особливої уваги, як потужні атракції гастрономічного туризму, заслуговують фестивалі, які проводяться в регіоні;

6. Маркетингові дослідження споживачів послуг гастрономічного туризму дозволяють сформулювати профілі двох типів гастрономічних туристів – реального та потенційного:

– реальний гастрономічний турист – це жінки (61,2%) та чоловіки (38,8%) віком 31-50 років, яких цікавить відвідування ресторанів національної кухні та участь у гастрономічних фестивалях. Основна мета подорожі – урізноманітнення свого раціону. Цікавляться місцевою кухнею в поєднанні з морепродуктами та традиційною українською кухнею. Важливим є якість кухні і загальна атмосфера заходу, а найменше цікавить – можливість отримати нові знання. Серед видів туризму – дегустаційний туризм, що найчастіше ототожнюється з винним та рибним туризмом. Серед ресторацій надають

перевагу етнічним закладам або змішаної кухні, що пропонують меню місцевої кухні;

– потенційний гастрономічний турист – це жінки (65%) та чоловіки (35%) віком 18-50 років, не досвідчені туристи, що серед основних причин утримання від подорожей до Одещини називають надання переваги подорожам до інших регіонів України та низький рівень власних доходів. Обирають сімейний тип відпочинку або подорож з друзями (98 %). Схильні обирати сирні, винні та рибні гастрономічні тури, тематичні фестивалі та етно-ресторани місцевої кухні. Надають перевагу якості кухні, можливості поєднання гастрономічного туру з морським відпочинком, висвітлення історії краю в поєднанні з етнікою, Найменше цікавляться новими технологіями в галузі.

Характерним для вітчизняного гастрономічного туриста є його низька платоспроможність: середній чек туриста при відвідуванні ресторацій у 47,7 % випадках не перевищує 300 грн, а на тематичних фестивалях 47,5 % гостей витрачають до 3000 грн на особу, при цьому, перебування на фестивалях обмежується 2-3 днями. Важливо, що джерелом інформації туристів сьогодні є Інтернет і лише 18,1 % звертаються за інформацією до туристичних агентств;

7. Для розробки моделі кластеру гастрономічного туризму регіону використаний підхід «потрійної спіралі», що дозволяє ефективно розділити функції учасників процесу кластеризації між ініціатором (бізнес), активатором (держава) та каталізатором (наука). В даній моделі організація роботи кластеру обумовлена принципами добровільної участі, обміну досвідом, урахування регіональної специфіки, інтеграції інтересів учасників, конкурентного середовища, динамічності і гнучкості розвитку, інноваційної активності, пріоритетності НТП розвитку регіону, збалансованого розвитку, диверсифікації джерел фінансування, розподілу ризиків та поетапного фінансування проектів.

В основі запропонованої кластерної моделі лежить розподіл її основних учасників на 5 секторів: виробничий, ресурсозабезпечуючий, адміністративний, науково-кадровий та обслуговуючий. Особливістю даної моделі є здійснення його учасниками співробітництва у спільних видах діяльності, розподіленої на

основні блоки. Залучення секторів кластера до спільної діяльності в його межах забезпечує встановлення між ними тісних зв'язків і встановлення спільних цілей.

За оптимістичним сценарієм, в умовах активного розвитку зв'язків кластеру, підвищиться продуктивність праці на підприємствах галузі та суміжних галузях за рахунок використання спеціалізованих видів сировини, доступу до інформації, обміну досвідом та знаннями, що призведе до зниження собівартості кінцевого продукту і зростання рентабельності;

8. Для підвищення результативності кластерів гастрономічного туризму рекомендуємо: розробити Стратегію підвищення конкурентоспроможності України та регіонів на основі кластерного підходу; реалізувати Програму розвитку потенціалу регіонів на базі кластерних моделей; сприяти з боку держави розвитку міжнародної співпраці в галузі кластеризації економіки; розробити методики і систему показників оцінки ефективності кластерних систем; створити відмінні умови ділового клімату для формування кластерних об'єднань в регіоні; створити національні центри дослідження кластерів.

Запропоновані заходи дозволять: залучити інвестиції за рахунок зростаючого попиту на різні види рекреаційної та туристичної діяльності; створити сучасні туристичні продукти через потенційні сфери реалізації; покращити розвиток та провести модернізацію туристичних підприємств малого та середнього бізнесу; створити унікальну науково-методичну та практичну базу для формування та розвитку кластерів гастрономічного туризму в Одеському регіоні; підвищити освітній рівень українського підприємницького середовища та забезпечить підготовку та перепідготовку відповідних фахівців.

Для активізації туристичного потоку бізнесу необхідно: забезпечити умови для сімейного відпочинку та подорожей з друзями; урізноманітнити меню місцевої, національної кухні та морепродуктів; знизити вартість середнього чеку до 300-500 грн.; забезпечити умови високої якості страв та приємної атмосфери закладу; відкривати заклади етнічної кухні; розвивати винні, рибні та сирні тури; розвивати фестивальний туризм; унеможливити

непередбачені витрати; покращити рівень організації турів; збільшити кількість розважальних локацій; відкрити сайт кластеру і відобразити повну інформацію щодо об'єктів гастрономічного туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР (Редакція станом на 13.08.2020) [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text>
2. Адамова К.З. Тематичні туристські кластери / К.З. Адамова // Нове століття: історія очима молодих [Зб. науч. тр. аспірантів і студентів ПМО]. – Саратов: Вид-во Саратовського університету. – 2014. – Вип.7 – С. 216.
3. Александрова А.Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования. / А. Ю. Александрова. // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2017. – № 1. – С. 51-61.
4. Аналіз тенденцій розвитку HoReCa в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://inventure.com.ua/analytics/investments/obzor-rynka-horeca-v-ukraine>.
5. Анексія Криму (2014) [Електронний ресурс] / Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Анексія Криму \(2014\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Анексія_Криму_(2014))
6. Антоненко В.Г. Міжнародний туризм як чинник взаємодії та взаємозбагачення культур / В.Г. Антоненко. / за ред. проф. Пазенка В.С. // Філософські нариси туризму. – К., 2005. – С. 223-233.
7. Бабкін А.В. Інтегровані промислові структури як економічний суб'єкт ринку: сутність, принципи, класифікація. / А.В. Бабкін. // Вісник Астраханського державного технічного університету. Серія «Економіка». – 2014. – № 4. – С. 17-23.
8. Бабкін А.В. Кластер як суб'єкт економіки: сутність, сучасний стан та розвиток. / А.В. Бабкін, А.О. Новиков. // Науково-технічні відомості СПб ДПУ. Економічні науки. – 2016. – № 1 (235) – С. 9-29.
9. Бакушевич І. Досвід та перспективи впровадження інноваційних кластерів в розвиток економіки знань транскордонних регіонів України та Польщі [Електронний ресурс] / І. Бакушевич // Відділ транскордонного

співробітництва Інституту регіональних досліджень НАНУ. – Режим доступу : <http://www.univ.rzeszow.pl>.

10. Басюк Д.І. Винний туризм як інноваційний напрямок туристичного ринку / Д.І. Басюк. // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Здобутки, проблеми та перспективи розвитку готельно-ресторанного та туристичного бізнесу». – К.: НУХТ, 2012. – С. 89-93.

11. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д.І. Басюк // Наук. пр. НУХТ – 2012. – № 45. – С. 128-132.

12. Безвізовий режим між Україною та Європейським союзом [Електронний ресурс] / Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Безвізовий_режим_між_Україною_та_Європейським_союзом

13. Бондаренко Ю.Г. Зарубіжний досвід функціонування туристичних кластерів. / Ю.Г. Бондаренко, І.Я. Кулиняк, К.О. Страхорчук. // Економіка і суспільство. – 2016. – Вип.5. – С.31-37.

14. Бондарчук Н.В. Функціонування кластерів: світовий та вітчизняний досвід. / Н.В. Бондарчук. // Економіка та держава. – 2010. – № 9. – С. 107-109.

15. Винний ресторан «Bernardazzi» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bernardazzi.com>.

16. Війна на сході України[Електронний ресурс] / Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Війна_на_сході_України

17. Внукова Н. Державна промислова політика інноваційного кластерного управління [Електронний ресурс] / Н. Внукова. – Режим доступу: <http://www.inno.kharkov.ua>

18. Воронов А. Кластеры – новая форма самоорганизации промышленности в условиях конкуренции / А. Воронов // Маркетинг. – 2012.– № 5.– С. 40.

19. Галасюк С. С. Основні тенденції розвитку ресторанного бізнесу у світі / С. С. Галасюк, Ю. М. Перетятко // Основні тенденції розвитку

ресторанного бізнесу у світі // Економічні проблеми сучасності та концепція сталого розвитку держави та регіонів: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. 17-18.10.2014. – Одеса: ЦЕДР, 2014.

20. Галасюк С. С. Особливості розвитку етнічних ресторанів в Одеському регіоні / С. С. Галасюк // Перспективи розвитку галузей економіки з урахуванням сучасних євро інтеграційних процесів: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (21-22.04.2017 р.). – Дніпро: Перспектива, 2017. – С. 57-60.

21. Гастрономічний туризм Львівщини – дегустація сиру на сироварні [Електронний ресурс] / Смак українських Карпат. – Режим доступу: <https://tuca.com.ua/gastronomichnyj-turyzm-lvivshhyny-degustatsiya-syru-na-syrova-rni-eko-gazda>.

22. Герасименко В.Г. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції / За заг. ред. В.Г. Герасименко, О.Л.Михайлюк . – К.: ФОП Гуляєва В.М., 2019. – 332 с.

23. Гілмор Дж. Х. Економіка вражень: робота це театр, а кожен бізнес – сцена / Дж. Х. Гілмор, Дж.Б. Пайн. – М.: Вільямс, 2005. – 304 с. – С. 144.

24. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

25. Дитяча кулінарна школа GoodZone Club [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://goodzoneclub.com/childrens-cook>

26. Дишкантюк О. Гастрономія як важливий елемент розвитку індустрії гостинності / О. Дишкантюк, Д. Харенко, С. Саламатіна, Л. Івичук, В. Бородіна, К. Власюк. // Економічна та продовольча безпека України. – 2017. – Вип. 3-4. – С. 60-73.

27. Дишкантюк О. Економіка вражень – сучасний етап розвитку суспільного виноробства. / О. Дишкантюк. // Економіка харчової промисловості. – 2016. – Том 8, випуск 4. – С. 3-9.

28. Дишкантюк О. Потенціал ресторанного господарства Одещини в

розвитку гастрономічного туризму / О. Дишкантюк, Д. Харенко, Л. Івичук. // Food Industry Economics. – 2018. – № 10 (2). – С 31-40.

29. Дишкантюк О.В. Економіка вражень – сучасний етап розвитку суспільного виробництва / О.В. Дишкантюк. // Економіка харчової промисловості. – 2016. – Т. 8, вип. 4. – С. 3-9.

30. Дмитрук О.В. Досвід створення кластерів як підвищення інструменту конкурентоспроможності регіону / О.В. Дмитрук // Теорія і практика суспільного розвитку. – 2013. – № 8. – С. 23-29.

31. Єгупова І. М. Виклики та проблеми ресторанного бізнесу в умовах Всеукраїнського карантину. / І. М. Єгупова.// Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених, 15 квітня 2020 р.: у 3-х томах. – Т. 1. – Одеса: Одеський національний економічний університет, 2020. – 513 с. – С. 64-68.

32. Інвестиційна стратегія «Одеса 5Т» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://odessa5t.com.ua>.

33. Канкун [Електронний ресурс] / Вікіпедія. – <https://uk.wikipedia.org/wiki/Канкун>.

34. Карпінець В.Й. Зарубіжний і вітчизняний досвід щодо створення та розвитку кластерів [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VUbsNbU/2011.

35. Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу [Електронний ресурс] / Одеський національний економічний університет (ОНЕУ). – Режим доступу: <http://oneu.edu.ua/pages/kafedri/turizma>.

36. Кіро О. С. Багатовимірний підхід до регіональної кластерної політики в Європі [Електронний ресурс] / О. С. Кіро, М. І. Барановська. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/prvs/2007_2/0697.pdf

37. Кластери та інноваційний розвиток України [Електронний ресурс] / Український фонд підтримки підприємництва. – Режим доступу: http://ufpp.gov.ua/ckfinder/userfiles/files/lib_bissnes/klasterS.pdf.

38. Ковальова К.Л. Особливості кластерної політики в Україні та імплементація міжнародного досвіду / К.Л. Ковальова, О.М. Ніфатова. // II Всеукраїнська науково-практична конференція «Актуальні проблеми інноваційного розвитку кластерного підприємництва в Україні». – 2019. – № 5. – С. 62-70.

39. Ковальова Ю.М. Практичні приклади функціонування кластерів у світі. / Ю.М. Ковальова, Н.В. Алишева. // Механізм регулювання економіки. – 2018. – № 3. – С. 92-100.

40. Ковальчук В. А. Сутність поняття кластерного механізму / В. А. Ковальчук. // Економічний вісник Донбасу. – 2013. – № 3 (33). – С. 202-206.

41. Ковешніков В. С. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки. / В. С. Ковешніков, В. В. Гармаш. // Інвестиції: практика та досвід.– 2017. – № 4. – С. 32-37.

42. Концептуальні підходи до організації та діяльності туристичних кластерів: монографія /За заг. ред. І.В. Давиденко і О.Л. Михайлюк – К.: ФОП Гуляєва В.М., 2020. – 497 с.

43. Корнілова В. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму [Електронний ресурс] / В. В. Корнілова. // Електронне фахове видання «Ефективна економіка». – 2018. – №2. – Режим доступу: [https://economy/nauka.com.ua](https://economy.nauka.com.ua)

44. Корпорація «Реста» [Електронний ресурс] / ТОВ «Дайв-ІН». – Режим доступу: <https://www.ua-region.info/20984139>

45. Кукліна Т.С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України [Електронний ресурс] / К.С. Кукліна. // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Современные направления теоретических и прикладных исследований – 2013» – Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/kuklina.htm

46. Кулінарна школа «Meat&Wine» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://resto-zametki.com.ua/kyev/reviews/review596>

47. Кулінарна школа «Art Cake Studio Soroka» [Електронний ресурс]. –

Режим доступу: <https://Art-Cake-Studio-Soroka>

48. Кулінарна школа «Плюшкін» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.plshkn.com.ua>.

49. Ленчук Е.Б. Кластерный подход в стратегии инновационного развития зарубежных стран / Е.Б. Ленчук, Г.А. Власкин. // Проблемы прогнозирования. – 2010. – № 5. – С. 44.

50. Марковський І.О. Кластеризація інноваційної активності країн – членів ЄС / І.О. Марковський // Економічний часопис-XXI. – 2017. – № 11-12. – С. 28-39.

51. Маршалл А. Принципи економічної науки. / А. Маршалл. – Том. 3. – М.: Прогрес, 1993. – 351 с. – С. 221-222.

52. Мельниченко О.А. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія / О.А. Мельниченко, В.О. Шведун. – Харків: Видавництво НУЦЗУ, 2017. – 153 с.

53. Миронов Ю.Б. Глобальні тренди розвитку гастрономічного туризму / Ю.Б. Миронов. // Географія та туризм. – 2019. – Вип.50. – С. 31-33.

54. Міжнародна асоціація гастрономічного туризму: офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://worldfoodtravel.org>.

55. Нестерчук І.К. Гастрономічний туризм: історія, теорія і сучасні практики / І.К. Нестерчук // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Географічні науки. – 2017. – Вип. 6. – С. 193-199.

56. Одеська національна академія харчових технологій (ОНАХТ) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oneu.edu.ua/pages/kafedri/turizma>.

57. Омельницька В.О. Сучасний стан ринку послуг гастрономічного туризму в Україні. / В.О. Омельницька. // Економічні студії. – 2018. – № 2 (20). – С. 121-126.

58. Офіційний сайт міста Одеси. –2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://omr.gov.ua/ua>

59. Офіційний сайт фонду «Ефективне управління» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.feg.org.ua.

60. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименка. – Одеса, ОНЕУ, 2016. – 262 с.

61. Передовий досвід розвитку кластерів. / For the Programme Sustainable Economic Development and Employment Promotion (SEDEP) in the Ukraine. – Київ. – 2009. – 68 с.

62. Поляков В. Гастропрогноз. Что станет новым суши? / В. Поляков // Мнение эксперта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cf.ua/news/news-cf/gastroprognoz-chto-stanet-novym-sushi>.

63. Портер М. Конкуренция: учебное пособие: пер. с англ. / М. Портер. – М.: Вильямс, 2001. – 495 с. – С. 257.

64. Прайс В. Людська поведінка: фактор у прикладній економіці / В. Прайс // Перспективні дослідження. – 2009. – № 2. – С. 4.

65. Расулова, А. М. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України / М. Расулова. // Економіка та держава. – № 5. – 2015. – С. 78-83.

66. Ресторан «Kotelok-бар мідій» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kotelok-musselsbar.com>.

67. Ресторан «Бodega Два Карла» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pilot-service.com.ua/bodega-2-karla/ul-grecheskaya-32>

68. Ресторани Одеси [Електронний ресурс] / Tripadvisor. – Режим доступу: <https://www.tripadvisor.com>.

69. Ресторанний бізнес: ринок в епоху COVID [Електронний ресурс] / Bizrating. – Режим доступу: <http://bizrating.com.ua/20/articles/1328/index.html>

70. Саламатіна С.Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини / С. Є. Саламатіна. // Вісник Одеської національної академії харчових технологій. – Вип. 46, том 2. – С. 325- 329.

71. Смолич Д.В. Міжнародний досвід формування та розвитку кластерних утворень та можливості його використання в Україні. / Д.В. Смолич. // Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет. – № 10 (39). – Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2013. – С. 214-223.

72. Соколенко С. И. Производственные системы глобализации: Сети. Альянсы. Партнерства. Кластеры: Украинский контекст / С. И. Соколенко. – К.: Логос, 2002. – 646 с. – С. 236.

73. Соколенко С.І. Світовий і національний досвід формування інноваційних кластерів. [Електронний ресурс] / С.І. Соколенко. // Внедряя кластерную модель в украинских регионах. – Режим доступа: <http://ucluster.org/sokolenko/2008/11/svitovuj-i-nacionalnyj-dosvid-foimuvannya-iimovacijnix-klasteriv>.

74. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини / С.Саламатіна // Наукові праці (ОНАХТ). – 2014. – № 46, Т. 2. – С. 325-329.

75. Статистична інформація [Електронний ресурс] / Головне управління статистики в Одеській області. – Режим доступа: <http://www.od.ukrstat.gov.ua>

76. Стоцький О. Кластери у світовій індустрії туризму / О. Стоцький. // Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Економіка України в умовах глобалізації і регіоналізації» – Тернопіль: ТНЕУ, 2014. – С.289-292.

77. Стратегія розвитку Одеської області на період 2021-2027 роки від 03 березня 2020 року №1228-VII. – 115 с.

78. Ступак С.М. Формування моделі інноваційного кластера на базі хлібопекарської галузі Одеського регіону. / С.М. Ступак. // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – № 1 (44). – С. 112-121.

79. Сураганова С.К. Мировой опыт развития туристского кластера / С.К. Сураганова. – URL: https://tourlib.net/statti_tourism/suraganova2.htm.

80. Тарасенко В. Стратегии развития территориальных кластеров / В. Тарасенко // Экономические стратегии. – 2011. – № 11. – С. 84.

81. ТОВ Туристична агенція «Тудою Сюдою» [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <https://tudoy-sudoy.od.ua>.

82. Туризм: Паспорт Одеської області. / Одеська обласна державна адміністрація. – 2020. – 76 с. – С. 30-31.

83. Україна піднялася в рейтингу привабливості для туристів

[Електронний ресурс] / Finance.ua. – Режим доступу: <https://news.finance.ua/ua/news/-/455740/ukrayina-pidnyalasya-v-rejtyngu-pryvablyvosti-dlya-turystiv>.

84. Форостина Т.І. Кластеризація як інструмент підвищення конкурентоспроможності регіонів / Т. І. Форостина [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/4829/1/220.pdf>.

85. Фрумушиха-нова – перлина Бесарабії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tourhub.top/eko-etno-vidpochynok/frumushyka-nova>.

86. Харисон Г. Стимулирование международного туризма в XXI веке. / Г. Харисон, К. Кац. – Пер. с англ. / Под ред. А.О. Комар. – М.: Феникс, 2011. – 336 с. – С. 118.

87. Хасанов Р. Х. Реализация региональной промышленной политики с использованием кластерных подходов [Електронний ресурс] / Р.Х. Хасанов. – Режим доступу : <http://www.pmjobs.net/art/7.doc>.

88. Хмара М. П. Розвиток високотехнологічних кластерів в ЄС [Електронний ресурс] / М. П. Хмара. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua>.

89. Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму: підручник / Ф. Ф. Шандор, М. П. Кляп. – К. : Знання, 2013. – 334 с. – С. 214.

90. Шаститко А. Е. Кластеры как дискретная структурная альтернатива управления трансакциями / А. Е. Шаститко // Научные исследования экон. ф-та МГУ. Электронный журнал. – 2009. – № 1. – Т. 1. – С. 32.

91. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика: учеб.-практ. Пособие / А. Ю. Юданов. – М.: Ассоциация авторов и издателей Тандем, ГНОМ-ПРЕСС, 2008. – 384 с. – С. 156.

92. Global Report on Food Tourism [Electronic resource]. – UNWTO, 2012. – URL: <https://tourlib.net/wto/food-tourism2012.pdf>.

93. Lindqvist G, Ketels C., Sцlvell Ц. The Cluster Initiative Greenbook 2.0. – Stockholm. Ivory Tower Publishers. – 2013.

94. Markusen A. Sticky laces in slippery space: the political economy of postward fast-growth regions // Working paper. – 2004. – № 79. (New Brunswick, New Jersey: Center for Urban Policy Research).

95. Michał R. Kłustry jako forma współdziałania w działalności turystycznej / R. Michał. - URL: http://jmf.wzr.pl/pim/2013_1_3_22.pdf.
96. Nauwelaers C. Clusters and cluster policies: elements for European Benchmarking (the case of Flanders and Wallonia) // MERIT working paper: University of Maastricht, 2003.
97. Porter M. E. The California Wine Cluster / Michael E. Porter, C. B. Gregory. // Harvard Business School. – Case 799, June 1999. – 124 pgs. (Revised February 2013.)
98. Public-Private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness / World Tourism Organization Business Council. - Madrid: WTO, 2000.
99. Public-Private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness / WTO Business Council. – Madrid: WTO, 2000. – P.88.
100. Report of the State of the US Wine Industry 2020 / Rob McMillan. – California, 2020. – 71 pgs.
101. Sedmak G. Authenticity in mature seaside resorts / G. Sedmak, T. Mihalic // Annals of Tourism Research. – 2008. – Vol. 35, № 4. –P. 1007-1031.
102. Select Committee on Wine // California State Assembly. – URL: <https://www.assembly.ca.gov/cmtewine>
103. Sistemi di gestione per cluster turistici. - URL: <http://www.punto3.info/sistemi-di-gestione-cluster-turistici>.
104. The Cluster Consortium Strategy in Action Report. – Johannesburg, 2009.
105. The World Economic Forum [Electronic resource]. – URL: www.weforum.org
106. UC Davis: University of California, Davis. – URL: <https://www.ucdavis.edu>