

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу  
(найменування кафедри)

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня магістра**  
зі спеціальності \_\_\_\_\_ 242 «Туризм» \_\_\_\_\_  
(шифр та найменування спеціальності)  
за магістерською програмою професійного спрямування  
\_\_\_\_\_ Економіка та управління туристичною діяльністю \_\_\_\_\_  
(назва магістерської програми)

на тему: **«ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КЛАСТЕРІВ  
ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ»**  
(назва теми)

**Виконавець**

студент факультету міжнародної економіки

**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

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми** Туризм сприяє реформуванню сервісної, інформаційної, транспортної, комунальної інфраструктури та формує умови для удосконалення соціальної та інвестиційної політики держави. 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.

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

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 Одесі.

***Інформаційна база дослідження*** Теоретичну та методологічну основу дослідження становлять наукові праці з названої проблеми вітчизняних та зарубіжних вчених, законодавчі та нормативні акти України, методики Всесвітньої туристичної організації, інструктивні матеріали, що регламентують діяльність суб'єктів господарювання, довідково-інформаційні видання.

***Структура і обсяг роботи.*** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (106 найменувань) та 9 додатків. 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, м. Одеса, 2019; «Шляхи підвищення конкурентоспроможності екскурсійних послуг», м. Одеса, Одеський національний економічний університет, 2020.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні основи формування і розвитку кластерів гастрономічного туризму»* розглянуто види та особливості гастрономічного туризму, сутність та особливості поняття кластеру та світовий досвід створення кластерів у сфері туризму.

У другому розділі *«Аналіз розвитку та оцінка потенціалу ринку гастрономічного туризму Одеського регіону»* проаналізовано пропозиції гастрономічних турів в Одеському регіоні, оцінено потенціал розвитку гастрономічного туризму в даному регіоні, проведено маркетингове дослідження споживачів послуг гастрономічного туризму в Одеському регіоні.

У третьому розділі *«Розробка рекомендацій щодо створення кластеру гастрономічного туризму в Одеському регіоні»* запропоновано модель кластеру гастрономічного туризму в Одеському регіоні та обґрунтовані заходи для розвитку запропонованого кластеру гастрономічного туризму.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

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 синергічний 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.

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.

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. Характерним для вітчизняного гастрономічного туриста є його бюджетна складова: 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 в регіоні використаний підхід «потрійної спіралі», що дозволяє ефективно розділити функції учасників процесу кластеризації між ініціатором (бізнес), активатором (держава) та каталізатором (наука). 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.