

## КЛАСТЕРНА ПОЛІТИКА В УПРАВЛІННІ РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ

У статті розглядається проблема впровадження кластерної політики в практику управління регіональним розвитком туризму. Проаналізовано ключові умови ефективного функціонування кластерних моделей в регіональному туризмі, а також властивість мереж, альянсів та типи кластерної політики, що виділяються за способами її здійснення.

In the article the problem of cluster policy introduction is examined in practice of management regional development of tourism. Key effective operating of cluster models conditions in regional tourism, property of networks, alliances and types of the cluster policy, which are selected after the methods of its realization, are analyzed.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** В умовах зростання конкуренції на глобальних, національних та регіональних ринках туристичних продуктів альтернативою існуючим організаційним утворенням в рекреаційно-туристичних комплексах можуть стати мережні альянси та туристичні кластери як результат кластерної політики в туристичній галузі та сусідської солідарності її підприємств. Регіональну кластерну політику, як новий інститут розвитку, необхідно сполучити з туристичною політикою держави.

Кластерна модель, як породження постфордизму, стає одним з базових інструментів організаційно-економічного механізму управління регіональним розвитком туризму, здатним значно підвищити конкурентоспроможність. У кластерах істотно зменшуються витрати, пов'язані з окремими видами діяльності, наприклад, закордонною комерційною діяльністю, спільним дослідженням ринку, маркетинговою діяльністю, участю у ярмарках і салонах, покращенням технології надання туристичних та курортно-оздоровчих послуг. Розробляються нові механізми диверсифікації туристичних продуктів (в спільних науково-дослідницьких центрах, лабораторіях), укладаються перехресні субпідрядні контракти між підприємствами одного і того ж регіону, що є зацікавленими у взаємодоповненні.

Незважаючи на зростаючу цікавість у наукових колах та підприємницькому середовищі до нових мережних систем, зокрема, кластерів та пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності туристичних послуг як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, а також здійснену низку заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності України, її окремих регіонів та сфер економічної діяльності, кількість кластерів в Україні, на відміну від європейських країн, збільшується повільно. Затягування зі створенням і оформленням конкретних кластерів, як нам видається, пов'язане з організаційно-методичною невизначеністю формування інститутів управління кластером і відсутністю в регіонах чіткої кластерної політики. Актуальним в туристичних регіонах є впровадження кластерної політики у вигляді, насамперед, кластеризації регіональних рекреаційно-туристичних комплексів, інтеграції туристичних підприємств в регіональні туристичні кластери, стимулювання та підтримка кластерних ініціатив.

**Аналіз досліджень і публікацій останніх років.** Прихильники кластеризації національної економіки, її галузевих та просторових сфер вважають, що кластери являють собою позитивні чинники розвитку, сприяють прискоренню інноваційного процесу, з яким пов'язані найоптимістичніші очікування нашої держави. Протягом останніх років в економічній науці зростає цікавість до нових мережних систем, зокрема, кластерів. Кластерний підхід в теорії просторової економіки збагачується суттєвими змінами й доповненнями, зокрема, пропонуються напрямки кластерної політики та кластерної ініціативи

в Україні (В.М. Геєць, В.А. Осколський, Л.Д. Масловська, В.І. Захарченко, В.М. Осіпов).

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** В існуючих в Україні концепціях щодо започаткування процесу формування інституційного середовища для реалізації кластерної моделі розвитку економіки присутні чотири види кластерів, в тому числі туристичний кластер, але на жаль, ці документи поки що не отримали схвалення Верховної Ради України. Туристична політика держави не достатньо зорієнтована на кластерну політику, яка має стати її новим інститутом розвитку. В підготовлених проектах стратегій розвитку регіонів та окремих сфер діяльності в національному масштабі поняття «кластер» вже позиціонується, але в діючому законодавстві кластер та його види, інституційне середовище їхнього функціонування досі ще не знайшли свого відображення [1, с.9]. Через відсутність достатнього інформаційного забезпечення, невірне та неповне розуміння принципів діяльності кластерних об'єднань, малі та середні підприємства недостатньо зацікавлені в об'єднанні у великі мережі по наданню туристичних послуг. Формування кластерної політики розвитку туризму потерпає також від відсутності інвесторів у зв'язку з інвестиційною непривабливістю та депресивністю регіонів.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження кластерного підходу та кластерної політики в управлінні регіональним розвитком туризму.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** На Заході кластерна політика з'явилася у 90-х роках ХХ-го століття в умовах глобалізації, що стало у свою чергу наслідком інформаційно-технологічної революції, яка розпочалася у 70-х роках у США та дала імпульс інформаційним технологіям. Розповсюдження інформаційних технологій обумовило нову парадигму організації та управління, що отримала назву «постфордизм». На відміну від фордизму – ідеології концентрації та масового виробництва товарів і послуг, постфордизм – це розповсюдження гнучких форм взаємодії підприємств, пов'язаних ланцюжком формування додаткової вартості в мережах підприємств за рахунок їхньої сусідської солідарності.

Традиційно оптимізація підприємств у межах окремих територій розглядалася як взаємодія пов'язаних між собою підприємств та організацій, що використовували місцеві природні та економічні ресурси і умови, а також загальну схему розселення. Основною формою прояву такої оптимізації виступали територіально-виробничі комплекси (ТВК), а серед них: промислові ядра, промислові центри, промислові вузли, промислові райони, агломерації тощо. На практиці утворення територіально-виробничих форм організації господарства регіону – це складний і тривалий процес. Передумови створення нових територіально-виробничих форм господарювання свідчать про те, що для кожного окремого періоду економічного розвитку притаманні певні організаційні форми. Кінець ХХ століття висунув нову парадигму регіонального розвитку, оптимізації господарства: регіональна економічна політика із загальнонаціонального макrorівня переводиться на мезо- та мікрорівні, на стимулювання місцевої ініціативи, в тому числі на створення технопарків, зон підприємництва, технополісів, зон прикордонного співробітництва, підприємницьких мереж, кластерів тощо.

Мережні структури охоплюють безліч різноманітних організацій у різних сферах діяльності. Деякі дослідники характеризують сучасну національну економіку як мережну, як систему мереж. При цьому мережа розуміється як сукупність стійких контрактів або пов'язаних з ними відносин між людьми, суб'єктами господарювання та їх групами. У вузькому сенсі під мережею розуміються спеціальні організаційні структури управління локальною взаємодією в регіональній економіці, де головними елементами є підприємства, компанії, інші суб'єкти господарювання та зв'язки між ними. Взаємодія в туристичних, торгових, франчайзингових, фінансових, логістичних, інформаційних мережах може бути не тільки локальною, а й регіональною, міжрегіональною, загальнонаціональною, глобальною.

Ключовими умовами ефективного функціонування мереж є довірчі відносини і обов'язковість виконання угод (як формальних, так і неформальних). Дотримання цих, умов забезпечує різнобічний і стійкий характер організаційних, економічних, фінансових, інформаційних та інших відносин у мережі. Так, створюється база для прийняття учасниками мережі «взаємних зобов'язань» і сама мережа стає гарантією неухильного виконання

зобов'язань.

Найважливішою властивістю мережі визнається підвищений рівень взаємозв'язку і впевненості у виконанні угод. У мережних формуваннях складається особлива система керуючих впливів, для якої характерні горизонтальні зв'язки «з партнерами і своєрідний механізм координації, оскільки часто мережа є об'єднанням або взаємодією інтелектуальних ресурсів, орієнтованих на досягнення співпадаючих цілей учасників. Важливою особливістю деяких мереж є віртуальний за формою характер об'єднання. Відсутність жорсткої організаційно-правової форми не дозволяє державним органам управління регіональним розвитком застосовувати традиційні, формальні методи впливу на мережні формування. Горизонтальні відносини і свобода організаційно-правового оформлення визначають високу ефективність дій туристських мереж. Таким чином, сучасні туристичні мережі являють собою різноманітну сукупність розгалужених груп туристичного бізнесу, пов'язаних між собою складно переплетеними організаційними, інформаційними, економічними, фінансовими, та іншими відносинами, певним чином інтегруючими спільні дії.

Мережі виконують кілька взаємопов'язаних функцій, а саме: поширення загальнодоступної і конфіденційної інформації; рейтингування (ранжування) підприємств і формування репутації; встановлення довірчих відносин і зменшення ступеня невизначеності; надання взаємодопомоги на формальній та неформальній основах; зниження трансакційних витрат, пов'язаних із взаємодією з незнайомими партнерами. Мережі можуть бути відкритими й закритими залежно для інших суб'єктів ринкових відносин. Специфіка мереж полягає в тому, що кожна фірма приймає участь відразу в кількох різних мережах. А кожна з мереж може бути описана набором операціональних параметрів. Конфігурація кожної з мереж визначається такими параметрами, як щільність мережі, ступінь її централізації, сила ділових зв'язків, тіснота зв'язків, стійкість мережі, ступінь формалізації зв'язків. Все це чинить відповідний вплив на результативність функціонування конкретного мережного формування.

У даний час в економіці країни існує безліч мереж різних розмірів, конфігурацій і масштабів діяльності, що включають різноманітні види діяльності та варіанти їх поєднання; інтеграції та комбінування. Причому процеси мережної взаємодії мають тенденцію до різнобічного розвитку, адекватного сучасним умовам. Співробітництво в мережах передбачає участь не тільки суб'єктів туристичної діяльності, але й суб'єктів підприємництва суміжних областей, що обумовлено різноманітністю напрямків туризму й високим ступенем його чутливості до екзогенних факторів мезо- і макрооточення, дифузії інновацій. Залучення суб'єктів підприємництва суміжних сфер, хвильова природа інновацій, які розповсюджуються в найбільш конкурентоспроможних підприємствах, звичайно сконцентрованих в одному регіоні, призводить до перетворення мереж в те, що можна назвати кластерами (пучками). Відповідно до розробок і висновків основоположника кластерного підходу М. Портера, кластери – це співтовариства сконцентрованих за географічним принципом фірм тісно пов'язаних галузей, що взаємно сприяють зростанню конкурентоспроможності один одного. Загальновизнаним вважається наступне тлумачення кластеру: «кластер – це мережа незалежних виробничих або сервісних фірм (включаючи їх постачальників), творців технологій, ноу-хау (університети, науково-дослідні інститути, інжинірингові компанії), зв'язуючих ринкових інститутів (брокери, консультанти) і споживачів, що взаємодіють один з одним в рамках єдиного ланцюжка створення вартості».

Зарубіжні економісти (М. Портер, М. Енрайт та ін.), вивчаючи географічні масштаби конкурентних переваг, дійшли висновку про існування регіонального кластера. Регіональний кластер – це географічна агломерація фірм, які працюють в одній або кількох споріднених галузях господарства. Сьогодні конкурують вже не окремі фірми і компанії, а регіональні кластери. При цьому конкурентоспроможність того чи іншого підприємства, що входить до регіонального кластеру, зазвичай, є похідною високої конкурентоспроможності кластера. У провідних державах світу регіональні кластерні моделі дали значний імпульс розвитку внутрішніх регіонів.

Процеси організації підприємств у кластерній моделі управління регіональним

розвитком, як новий вектор світової економіки, охоплюють вже понад 50% економік провідних країн. Так, у США налічується близько 400 кластерів, сфера діяльності яких охоплює широкий спектр послуг та переробних галузей промисловості. У Німеччині функціонують три з семи найефективніших світових кластерів високих технологій – Мюнхен, Гамбург, Дрезден. У Данії, яка на сьогодні є світовим лідером кластеризації, функціонує біля 30 провідних кластерів, які забезпечують понад 60 % експорту країни. Фінляндія, маючи 0,5% світових запасів лісових ресурсів, забезпечує понад 10% світового експорту продукції деревообробки, у тому числі 25% світового експорту якісного паперу. На світовому ринку телекомунікаційної продукції Фінляндія охоплює близько 30% продаж обладнання для мобільного зв'язку і майже 40% виробництва мобільних телефонів, що говорить про дуже високий рівень конкурентоспроможності фінських кластерів, які виробляють ці види продукції. Отже, в сучасних умовах висока конкурентоспроможність територій та країн тримається саме на сильних позиціях окремих кластерів, тоді як без них, навіть, розвинена економіка буде давати посередні результати. Цінність кластеру полягає не стільки в комплексності, скільки, по-перше, в наявності внутрішнього конкурентного середовища, оскільки він не є вертикально-інтегрованою компанією, а по-друге, – в наявності у нього сильних конкурентних позицій, здатних забезпечити конкурентоспроможність регіону на глобальному ринку. На світовому ринку регіональні кластери присутні як єдині агенти мережі та конкуренції, що дозволяє їм виступати на рівних і протистояти пагубним тенденціям глобальної конкуренції. Регіональні економіки, в яких відсутні кластери, не конкурентоспроможні на глобальному ринку в довгостроковій перспективі.

З точки зору діючого законодавства України в інноваційній сфері «кластер» підпадає під класифікацію «інноваційна структура». Порядок створення і функціонування інноваційних структур регламентується Постановою Кабінету міністрів України від 22.05.1996 р. № 549 «Про затвердження Положення про порядок створення і функціонування технопарків та інноваційних структур інших типів». Згідно п. 2 цього документу інноваційна структура – це юридична особа будь якої організаційно-правової форми, яка створена у відповідності з законодавством (вид А), або група юридичних осіб, яка діє на підставі договору про спільну діяльність без створення юридичної особи і без об'єднання вкладів її учасників (вид Б), з певними сферами діяльності і типом функціонування, орієнтованими на створення та впровадження наукоємної конкурентоспроможної продукції. У відповідності з п. 4 Порядку визначено, що ініціатором створення інноваційної структури можуть бути центральні та місцеві органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, підприємства, організації незалежно від форм власності [1, с.11].

У туристичному кластері географічна близькість туристичних фірм та організацій розглядається як місце накопичення критичної маси людського й фінансового капіталів, природного, наукового, інформаційного, інфраструктурного й інноваційного потенціалів. В Україні створення туристичних кластерів здатне нейтралізувати недосконалість державної політики підтримки малого й середнього бізнесу. До туристичних кластерів входять: компанії з надання рекреаційно-туристичних послуг; постачальники спеціалізованих факторів, сервісних послуг; фінансові інститути; фірми допоміжних галузей; фірми, що працюють у низових галузях (збуту або споживання послуг); виробники супутніх послуг; спеціалізовані провайдери інфраструктури; організації, що забезпечують спеціальне навчання, збір інформації, проведення досліджень та надають технічну підтримку (такі як університети, курси перепідготовки та підвищення кваліфікації тощо); інфраструктурні агентства, що істотно впливають на функціонування кластеру. Деякі туристичні кластери включають торгові асоціації та інші спільні структури приватного сектору, які підтримують членів кластеру. Можливі різноманітні варіанти структури та конфігурації туристичних кластерів.

Центром регіонального туристичного кластеру найчастіше буває кілька потужних компаній, що становлять його ядро, навколо якого концентрується велика кількість малих і середніх фірм, взаємодіючих і конкуруючих між собою. Ключовою особливістю кластерної форми туристичної економічної діяльності є формування складної комбінації конкуренції та

кооперації, які доповнюють одне одного в створенні сукупного інноваційного продукту на основі ефективного використання існуючих і нових знань, удосконалення форм і методів внутрішньомережевої співпраці. Внутрішня взаємодія у споживанні продукту туристичного кластеру пов'язана з конкуренцією, тоді як взаємодія із зовнішніми споживачами кластеру, як правило, ґрунтується на кооперації з використанням апарату постачання та розподілу логістичного єдиного вікна.

Використання кластерної моделі в управлінні регіональним розвитком туризму забезпечує значні переваги для регіональних органів управління, регіонального бізнесу, учасників регіонального туристичного кластеру. В контексті управління регіональним розвитком туризму завдяки впровадженню моделі туристичного кластеру: збільшується кількість платників податків й оподаткованої бази (на відміну від вертикальних корпорацій, центри управління малим і середнім бізнесом, що входить до складу кластерів, як правило, знаходяться на тій же території, що і сам бізнес); впроваджується новий, зручніший інструмент для взаємодії органів місцевого самоврядування з бізнесом; збільшується кількість робочих місць; виникають умови для подальшої структурної перебудови економіки регіону; зростає інвестиційна привабливість регіону; підвищується соціальна, економічна та політична значимість регіону; покращується стан навколишнього середовища. В контексті розвитку туристичного бізнесу регіону переваги кластерної моделі мають такі складові: знижуються трансакційні витрати; поліпшуються можливості для результативнішого виходу на глобальні ринки; активізується інноваційна діяльність, з'являються нові знання; вдосконалюється і модернізується ринкова інфраструктура; стимулюється малий бізнес. Регіональний туристичний кластер – це не просто сума взаємопов'язаних підприємств, мережева взаємодія всіх його елементів і процесів. Створення, формування і функціонування регіонального туристичного кластеру завжди пов'язане з появою і проявом зростаючого ефекту, насамперед, синергетичного, який забезпечує кількісний і якісний ріст багатьох складових соціально-економічного розвитку регіону, що в свою чергу сприяє підвищенню конкурентоспроможності регіону в цілому. В Україні створення туристичних кластерів здатне нейтралізувати недосконалість державної політики підтримки малого й середнього бізнесу.

Для того щоб створювати і розвивати кластери в регіонах, потрібна активна кластерна політика, яка могла б забезпечувати зняття різних бар'єрів, з одного боку, і сприяти розширенню і зміцненню міжгалузевих і міжсекторальних зв'язків з іншого.

Державна кластерна політика повинна стимулювати ініціативу бізнесу на регіональному та місцевому рівнях. У такому випадку кластерна політика перетворюється на інструмент регіонального розвитку. Кластерна політика – це створення передумов для впровадження кластерних моделей, стимулювання та підтримка кластерних ініціатив, інтеграція кластерного підходу в стратегію управління регіональним розвитком.

Науковці розрізняють чотири типи кластерної політики за способами її здійснення: 1) каталітична кластерна політика – при цьому уряд зводить зацікавлені сторони (наприклад, приватні компанії та дослідницькі фірми) і надає їм невелику фінансову підтримку; 2) підтримуюча – в цьому випадку каталітична політика доповнюється значними інвестиціями в інфраструктуру і різні важливі сфери (освіта, професійне навчання, маркетинг та ін), що створюють сприятливе середовище для появи і розвитку кластерів; 3) директивна кластерна політика, що передбачає впливові дії держави в рамках програм трансформації економіки регіону шляхом створення кластерів; 4) інтервенціоналістська – коли уряд активно формує спеціалізацію кластерів за допомогою трансфертів, субсидій, стимуляторів і обмежувачів, а також контролює діяльність кластерів [2, с.79].

Означене підводить до судження про те, що в вітчизняних умовах можливе використання всіх чотирьох названих типів державної кластерної політики з домінуючими акцентами відповідно зі специфічними особливостями (структурою, рівнем спеціалізації і станом) економіки того чи іншого регіону. Активна кластерна політика в регіоні сприятиме формуванню різних типів кластерів (промислових, технологічних, наукових, бізнес-послуг,

туристичних, комбінованих). Аналогічні й інші об'єктивні передумови є по інших регіонах, проте до цих пір в українському економічному просторі офіційно не зафіксовано жодного кластеру, хоча відповідні групи підприємств існують, певним чином взаємодіють і неформально можуть розглядатися як певні попередники кластерної форми господарювання. Актуальними напрямками регіональної кластерної політики є: виявлення і моніторинг ситуації розвитку економічних кластерів на територіальному рівні, в тому числі виявлення структури кластеру, територіальної локалізації його окремих ланок, співфінансування аналітичних досліджень перспектив розвитку кластеру на зовнішньому ринку, оцінка впливу кластера на територію і соціальну сферу; формування комунікаційних майданчиків для потенційних учасників територіальних кластерів, в тому числі за рахунок їхньої інтеграції в процес розробки та обговорення стратегій регіонального розвитку, сприяння обміну досвідом між регіонами з формування кластерної політики; сприяння консолідації кластеру учасників (у тому числі через асоціативні форми), реалізація програм сприяння виходу підприємств кластера на зовнішні ринки, проведення спільних маркетингових досліджень та рекламних заходів, реалізація освітньої політики, узгодженої з основними представниками кластеру, забезпечення можливості комунікації і кооперації підприємств та освітніх установ; розвиток інформаційно-комунікаційної інфраструктури в регіонах; формування інституціонального середовища для розвитку територіальних економічних кластерів [3, с.26].

У самих туристичних кластерах переваги полягають, насамперед, у: покращенні внутрішніх зв'язків і взаємодій, що знаходять відображення у більш гарантованому збуті туристичного продукту; підвищенні доступності фінансових ресурсів; скороченні певних видів витрат (на маркетинг, рекламу, підвищення кваліфікації кадрів, науково-дослідні розробки); вільному обміні інформацією, знаннями; динамічнішій дифузії інновацій по всіх каналах виробників туристичного продукту, постачальників і споживачів; появі нових умов для конкуренції та диверсифікації, розширення меж кластеру та масштабів його функціонування.

До того ж потрібні ринкові, інституціональні, структурні, організаційно-управлінські, інноваційні, суспільно-політичні передумови, що відображають: наявність нормативно-правової бази; зацікавленість і здатність органів управління регіональним розвитком в кластеризації туризму та рекреації; наявність стійкого попиту на туристичні продукти; наявність господарюючих суб'єктів, принципово зацікавлених у кластерній взаємодії; коопераційні зв'язки між потенційними учасниками; наявні інноваційні напрацювання; достатнього рівня домагань ключових власників і топ-менеджерів; забезпеченість фахівцями; відповідний розвиток рекреаційно-туристичної інфраструктури; націленість і готовність відповідної освітньої системи; громадська усвідомленість необхідності впровадження кластерної моделі; бажання і досвід співпраці регіональних органів управління з туристичним бізнесом тощо [4, с.123]. Для успішної реалізації обраної регіональними органами самоврядування кластерної політики повинні бути взаємопов'язані та узгоджені стратегія розвитку регіону та стратегії розвитку окремих кластерів [5, с.14]. У нинішніх умовах має бути досягнутий консенсус між діловими та адміністративно-управлінськими елітами щодо доцільності створення та розвитку кластерів. При цьому ролі та функції, які повинні виконувати органи самоврядування і бізнес при формуванні і функціонуванні кластерів, звичайно ж різні, але вони взаємодоповнюють.

**Висновки і перспективи подальших розробок.** З метою нормативного визначення поняття «кластер», формування інституційних передумов, активного впровадження кластерної моделі розвитку в Україні доцільно розробити методикку визначення потенційних кластерів, оцінку ефективності їх діяльності та статистичного спостереження для відображення об'єктивних показників кластерного розвитку в Україні. Для забезпечення процесу популяризації кластерної моделі розвитку необхідно створити методичні посібники з кластерного розвитку для різних сфер (в т.ч. туристичної сфери) та розповсюдити їх серед підприємців, навчальних закладів, громадських організацій та спеціалізованих установ підтримки підприємницької діяльності та розвитку регіональної економіки. З метою створення транскордонного туристичного кластеру залучати координаційні групи євро

регіонів з питань розвитку туризму, підрозділи органів місцевого самоврядування прикордонних регіонів України, туристичні бізнес-асоціації для формування групи лідерів, які в подальшому на туристичних ярмарках, виставках та комунікативних заходах в прикордонних регіонах України популяризуватимуть ідею створення транскордонного туристичного кластеру і формуватимуть його структуру, склад потенційних учасників. Зокрема до учасників транскордонного туристичного кластеру доцільно залучити туристичні підприємства, навчальні заклади, страхові та фінансові установи, транспортні підприємства, заклади розміщення та громадського харчування, туристичні та культурні об'єкти, громадські організації.

У річизі кластерної політики, що сприяє розвитку кластерних утворень регіонів, суттєво підвищується рівень конкурентоспроможності туристичної сфери депресивних регіонів; формуються переваги для підприємців; реалізується некомерційне партнерство; застосовуються різні схеми мінімізації оподаткування; підвищується ефективність взаємодії приватного сектора, органів місцевого самоврядування, бізнес-асоціацій, дослідницьких та освітніх установ в інноваційному процесі; оптимізуються господарські процеси; уніфікуються і вимоги до продукції та послуг в межах кластеру; створюється позитивна репутація кластеру на його учасників (колективний бренд), спільна дистрибутивна мережа.

Відбуваються зміни в регіональній економіці: підвищується рівень зайнятості; скорочуються виплати по безробіттю з місцевих бюджетів; розвиваються суміжні сектори в економіці та сфері послуг; збільшується податки баз регіону; удосконалюються традиційні й з'являються нові форми державного управління, здійснюється перехід від прямого втручання органів влади до управління за допомогою опосередкованих стимулів; зменшується безробіття; розширюються пропозиції на місцевих ринках туристичних послуг. Подібні опрацювання та обґрунтування є і по інших секторах і, сферах регіонального господарства, що обумовлює розширення рамок кластеризації економічної діяльності та заходів регіональної кластерної політики.

У подальших дослідженнях доцільно розробити методикку визначення потенційних кластерів, оцінку ефективності їхньої діяльності та статистичного спостереження для відображення кластерної політики й об'єктивних показників кластерного розвитку в Україні. Реалізація регіональної кластерної політики вимагає дослідження процесів формування адекватних інститутів сприяння, до числа яких можуть бути віднесені агентства регіонального та муніципального розвитку. Вбачається, що рішення зазначених та інших супутніх завдань вимагає активної організаційної роботи, до участі в якій необхідно залучення органів управління регіональним розвитком туризму, представників бізнесу, науки, освіти, різних категорій регіонального співтовариства. Мова повинна йти також про необхідність дослідження реальної участі держави у формуванні кластерної організації туризму, визначення чіткої позиції уряду, органів місцевого самоврядування в області пріоритетних напрямів розвитку туризму в умовах глобальної конкуренції. Без підтримки уряду кластери, що формуються регіональною владою не витримають конкуренції, навіть, на внутрішньому ринку.

### **Література**

1. Геец В. М. Трансформационные преобразования в Украине: переосмысливая пройденное и думая о будущем / В. М. Геец // Экономика Украины. – 2008. – № 5. – С. 7–16.
2. Захарченко В. И. Кластерная форма территориально-производственной организации. – Экономические кластеры как новая форма организации производства в регионе [Ч. 1] / В. И. Захарченко, В. Н. Осипов. – Одесса: «Фаворит»–«Печатный дом», 2010. – 122 с.
3. Сілічева Н. Є. Інформаційно-аналітичний кластер, як шлях підвищення конкурентоздатності регіону / Н. Є. Сілічева // Науковий вісник. – 2008. – № 6 (62). – С. 23–29.
4. Гаврилюк С. П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: [навч. посіб.] / С. П. Гаврилюк. – К.: Націон. торгово-економ. університет, 2006. – 180 с.
5. Чужиков В. И. Модернизация региональной политики в ЕС / В. И. Чужиков // Экономика Украины. – 2007. – № 3. – С. 12–19.