

DOI: <https://doi.org/10.32689/2523-4536/66-16>
УДК 338.48:07:332.13

Хитра О. В.

кандидат економічних наук, доцент,
Хмельницький університет управління та права
імені Леоніда Юзькова
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3558-749X>

Khytra Olena

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
The Leonid Yuzkov Khmelnytskyi University of Management and Law

СИНЕРГЕТИЧНІ ЕФЕКТИ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ЯК ПЕРЕДУМОВА СТАЛОГО РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

SYNERGETIC EFFECTS OF RECREATION AND TOURISM BUSINESS CLUSTERIZATION AS A PREREQUISITE FOR SUSTAINABLE REGIONAL DEVELOPMENT

У статті розглянуті передумови кластеризації рекреаційно-туристичної сфери на рівні регіону з перспективами подальшої еволюції туристичного ринку в сучасну мережеву модель взаємодії суб'єктів означеної галузі. Охарактеризовані способи й етапи створення, обов'язкові елементи, ключові ознаки та принципи функціонування туристичного кластера. Обґрунтована точка зору, що структура туристичного кластера є гетерогенною, що сприяє виникненню ефектів емерджентності. Поєднання коопераційних зв'язків і конкурентних відносин між учасниками, добровільність участі в кластері та дотримання умов взаємовигідної співпраці і принципів сталого розвитку регіону дозволяють очікувати в результаті створення кластера ефекту синергії. За результатами досліджень розроблена структурно-логічна схема кластеризації рекреаційно-туристичного бізнесу, в якій окреслена логіка виникнення синергізму від мережевої взаємодії учасників туристичного ринку.

Ключові слова: мережева туристична індустрія, регіональний розвиток, рекреація, синергізм, туризм, туристичний кластер, туристичний продукт, туристичний ринок.

Overcoming the organizational fragmentation of tourism industry enterprises and the fragmentation of the regional tourism business development policy is becoming actual in today's conditions as only the synchronicity of the efforts of all stakeholders will allow to adapt in the best possible way to modern realities in the tourist markets of different levels. The purpose of the study is to substantiate the expediency of the clustering of the recreational and tourist business and the formation of cluster networks in the tourist market as a prerequisite for the emergence of a synergistic effect that will ensure sustainable regional development. The research has been carried out using the methods of logical, hypothetical-deductive and systemic approaches, as well as the theory of self-organization of complex systems. The prerequisites for the clustering of the recreation and tourism sphere at the regional level with the prospects of the further evolution of the tourism market into a modern network model of interaction of the subjects of the specified industry have been examined in the article. The tourist cluster has been considered as a complex dynamic non-linear open socio-economic system that arises as a kind of interweaving of cooperative ties and competitive relations of partners with different scales of activity, branch affiliation, legal status, but with common commercial interests or scientific and practical views on development as to solving certain problems. The methods and stages of creation, mandatory elements, key features and principles of functioning of the tourist cluster have been characterized. Based on the results of the research, a structural and logical clustering scheme of the recreational and tourist business has been developed, in which the logic of the emergence of the synergy effect from the network interaction of the participants of the tourist market has been outlined, which manifests itself first in the improvement of the quality of the tourist product and consumer satisfaction, and later in the growth of tourist flows, a significant increase indicators of profitability of individual enterprises and increasing the pace of socio-economic development of the region and the volume of investments in the recreation and tourism industry. The practical significance of the obtained results lies in the possibility of improving the regional policy of clustering thanks to the establishment of inter-industry relationships, modelling on this bases bifurcation transformations of promising tourist destinations, minimizing entropy losses within the tourist infrastructure and determining the most profitable attractors of the evolution of the recreation and tourism sphere.

Keywords: network tourism industry, regional development, recreation, synergism, tourism, tourism cluster, tourism product, tourism market.

Постановка проблеми. Донедавна найбільш досконалою формою територіальної організації рекреаційно-туристичного господарства вважалися рекреаційні центри та вузли. Однак у відповідь на потреби сучасного ринку (флюктуаційні коливання попиту, пропозиції, рівня цін) з метою оптимізації організаційних процесів почали виникати нові форми об'єднань – кластери [1, с. 191].

Нові реалії вимагають холистичного підходу, паралельності й синхронності дій суб'єктів туристичної галузі, органів місцевої влади та представників територіальних громад, що дозволить отримати потужний ефект синергізму. Так, у контексті децентралізації актуалізувався пошук ефективних організаційних форм взаємодії підприємств туризму й рекреації з іншими підприємствами та установами, які забезпечують їхній розвиток [2, с. 143]. Відповідно, галузевий принцип управління туристичною сферою поступово змінюється мережевим, оскільки кластери за своєю суттю є мережевими галузевими або міжгалузевими структурами [3, с. 181]. Якщо традиційний (секторальний) підхід зосереджує основну увагу на горизонтальних відносинах і конкурентній взаємозалежності, то кластерний – на вертикальних відносинах між фірмами та їх симбіозній взаємозалежності, заснованій на синергізмі [4, с. 133].

Кластер розкриває можливості регіону як привабливої туристичної дестинації, дозволяючи збільшити обсяги капіталовкладень у туристичний та курортно-рекреаційний комплекс [5, с. 168]. У свою чергу, це вимагає об'єднання зусиль адміністрації області та міста, виробничих, науково-дослідницьких, освітніх і сервісних підприємств для організації спільної діяльності в інтересах модернізації та інноваційного розвитку економіки регіону [6, с. 56].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти кластеризації рекреаційно-туристичного бізнесу досліджуються багатьма науковцями. Зокрема, Н. В. Бошота [1] обґрунтувала переваги для розвитку туристичної сфери від створення кластерної моделі. О. І. Гонта [2] виділила принципи та оптимальні організаційні форми кластеризації туристичного підприємництва. О. Маслиган та О. Касинець [3] описали інтеграційну модель розвитку сфери туризму та рекреації у фокусі переваг і перспектив регіонального управління. Ю. О. Юхновська [4] запропонувала авторське тлумачення категорії “туристичний кластер”, окреслила перспективні напрями створення туристичних кластерів

та проаналізувала методики оцінювання їх економічної ефективності. М. В. Семенова [5] дослідила переваги кластерного підходу до розвитку туристичної галузі в країнах ЄС та в Україні. Т. О. Тимошенко [6] обґрунтувала необхідність цілеспрямованого створення територіальних туристичних кластерів з метою підвищення конкурентоспроможності регіонів України. А. В. Ключенко [7] довела доцільність імплементації кластерної моделі як стратегічного напрямку розвитку рекреаційної індустрії. В. О. Меленюк та Г. І. Тивоненко [8] розробили науково-методичні і практичні рекомендації щодо формування прикордонних туристичних кластерів. І. В. Давиденко та О. Л. Михайлюк [9; 10] з'ясували специфіку туристичних кластерів та охарактеризували механізми державного регулювання їх діяльності. В. М. Зайцева [11] розкрила фактори взаємодії туристичного кластера з регіоном. С. В. Коляденко [12] дослідила вплив кластеризації туристичної сфери на формування регіонального іміджу. А. Ю. Парфіненко і К. І. Босенко [13] проаналізували переваги кластерного підходу до управління дестинаціями на території Подільського регіону, що полягають у комбінації кооперації та конкуренції з метою отримання синергетичного економічного ефекту. В. О. Сорочан [14] визначила основні умови формування кластерної моделі розвитку промислового туризму. О. О. Комліченко і Н. В. Ротань [15] розробили модель стратегічного управління розвитком туристичної галузі в рамках кластерного підходу. Л. М. Васільєва та Н. В. Дацій [16] обґрунтували кластерний механізм модернізації рекреаційної сфери регіону. З. А. Атаманчук [17] описала особливості формування мережевої туристичної індустрії.

Отже, багато вчених обґрунтовують ідею створення мережі туристичних кластерів на основі формування загальнонаціональної платформи з метою сприяння економічному, соціальному та культурному розвитку регіонів, а також реалізації їх туристичного потенціалу. Разом з тим, залишаються актуальними питання пошуку додаткових джерел отримання ефекту синергії завдяки впровадженню політики кластеризації рекреаційно-туристичної сфери на рівні регіону з перспективами подальшої еволюції туристичного ринку в сучасну мережеву модель взаємодії усіх суб'єктів означеної галузі.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є обґрунтування доцільності кластеризації рекреаційно-туристичного бізнесу та утворення

кластерних мереж на туристичному ринку як передумови виникнення синергетичного ефекту, що забезпечуватиме сталий регіональний розвиток.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Передумовою виникнення туристичного кластера є концентрація туристичної діяльності на певній території [9, с. 69; 14, с. 69]. З огляду на це, створення та функціонування кластерів у різних галузях безпосередньо впливає на показники регіонального розвитку, під яким розуміють “прогресивні якісні зміни структури економіки регіонів, які спрямовані на забезпечення внутрішньодержавної регіональної інтеграції на основі відтворення здатності регіонів виконувати свої функції в умовах динамічного впливу зовнішнього середовища за вимог максимально повного використання природно-ресурсного потенціалу регіонів та дотримання принципу субсидіарності” [2, с. 144]. За допомогою кластерів органи влади можуть ефективніше використовувати нові ринкові тенденції для розвитку регіону, здійснювати цілеспрямоване, реальне і мотивоване стратегічне планування, поєднуючи оцінки всередині кластера і розуміння зовнішніх макроекономічних, екологічних і соціально-політичних факторів [12, с. 21].

Саме завдяки кластерному підходу можлива поступова відмова від вузькогалузевого бачення місця окремого суб’єкта в структурі економіки регіону на користь комплексної взаємодії групи взаємодоповнюючих або взаємопов’язаних підприємств. Тому, як стверджує О. І. Гонта, створення кластерів є доцільним насамперед у сфері селекції та реалізації імпульсів регіонального розвитку [2, с. 149]. Також цілком погоджуємось з точкою зору В. М. Зайцевої, що туристичну галузь необхідно розглядати як здатну створити мультиплікативний ефект в розвитку регіональної індустрії гостинності і стати основою планів соціально-економічного розвитку [11, с. 588].

Туристичним кластером (рис. 1) можна вважати групу підприємств, географічно сконцентрованих в межах регіону, що сумісно використовує туристичні ресурси, туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці [12, с. 18–19]. Це група компаній, які стабільно взаємодіють у певній сфері, мають спільну цільову орієнтацію, розвиваються завдяки зусиллям регіональних лідерів [2, с. 147]. Туристичний кластер трактується також як система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових і додаткових послуг з приводу створення

спільного туристичного продукту [18, с. 26–27]. Ця структура характеризується високим ступенем інтегрованості, особливим підходом до управління, безпосереднім впливом на маркетинг території розташування, вираженою географічною локалізацією [8, с. 95; 10, с. 74]. До того ж, туристичний кластер кардинально відрізняється від виробничого, оскільки в його діяльності, крім економічної, присутні ще дві компоненти – соціальна та екологічна [12, с. 19].

Вітчизняні вчені розглядають туристичний кластер як неформальне об’єднання організацій туристичного профілю, що розташовані на території туристичної дестинації (регіону), для розроблення, просування та продажу конкурентоспроможного туристичного продукту; метою діяльності кластера є об’єднання можливостей і потужностей партнерів для створення інноваційних туристичних послуг, диверсифікації та удосконалення туристичного продукту, спільної розробки і реалізації маркетингової політики, реклами та брендингу туристичної дестинації, участі в інвестиційних проєктах та державних програмах розвитку туристичного регіону тощо [4, с. 133; 16].

Для реалізації кластерної моделі в туристичній сфері необхідні такі елементи: 1) туристичні ресурси; 2) виробники туристичних послуг; 3) об’єкти транспортної і комунальної інфраструктури; 4) освітні, культурні й науково-дослідницькі установи; 5) фахівці відповідної кваліфікації; 6) система менеджменту [4, с. 134].

У структурі кластера доцільно виокремити чотири основних сектори: 1) сектор продукування туристичних послуг, який має об’єднувати туристичних операторів та туристичних агентів, заклади з розміщення, харчування, організації дозвілля, транспортні підприємства, а також природно-рекреаційні та антропогенні об’єкти; 2) сервісний сектор, до якого входять банківсько-кредитні та страхові установи, навчальні і науково-дослідні заклади, а також бізнес-центри, інформаційні центри, лізингові компанії тощо; 3) допоміжний сектор, до якого входять: а) підприємства з виробництва сувенірів, туристичного спорядження, продукції народних промислів; б) поліграфічні та картографічні підприємства, ЗМІ; в) органи публічної влади, що опікуються розвитком туризму, агенції регіонального розвитку, мережа міжнародних та державних фондів; 4) сектор забезпечення життєдіяльності кластера, який забезпечує координацію діяльності окремих секторів і підприємств [2, с. 146; 6, с. 56; 14, с. 70].



Рис. 1. Сутність, передумови створення і результати функціонування туристичного кластера
 Джерело: розроблено автором на основі опрацювання [2; 8; 9; 10; 12; 14; 18]

Практика показує, що кластер може бути сформований природним (у результаті історичного розвитку будь-якого виду діяльності на певній території) або цільовим (як результат спеціальних зусиль) способом. За цією ознакою виділяють дирижистську і ліберальну моделі туристичних кластерів. У рамках першої значну роль відіграє активна державна політика розвитку кластерів, тоді як ліберальна модель розглядає кластер як ринковий організм, і роль влади зводиться лише до зняття бар'єрів для його природного розвитку [8, с. 94–95].

Виділяють такі основні етапи формування туристичного кластера (рис. 2): формування регіонального туристичного ринку (як результат переплетіння безлічі флуктуаційних чинників); виникнення (на засадах самоорганізації) внутрішніх і зовнішніх зв'язків між підприємствами кластера; ініціювання представниками адміністрації регіону, бізнесу,

місцевої громади створення управлінської компанії; утворення координаційної ради з представників кожної структури кластера; здійснення поточного управління, моніторингу (з метою підтримки досягнутого рівня гомеостазу, протидії наростанню ентропії); стимулювання подальшого розвитку кластера (у т. ч. через біфуркаційні перетворення) з перспективами його трансформації у динамічну кластерну мережу.

Кластер функціонує на засадах: рівноправності і паритетності всіх учасників, конструктивного діалогу, добровільності вибору форм співробітництва, взаємного інформування й виконання зобов'язань відповідно до укладених господарських договорів. Загалом, життєдіяльність кластера визначається кон'юнктурою туристичного ринку, вимогами до якості туристичного продукту, науковим підходом, доброю волею і здоровим глуздом учасників [15, с. 102].

Ключовими ознаками кластера є: високий рівень територіальної концентрації учасників, досягнення ними “критичної маси”, що забезпечує максимально корисний ефект від взаємодії; наявність системних зв’язків, кооперації між учасниками; висока інноваційна активність, орієнтація на постійне удосконалення конкурентних переваг; сильна внутрішня конкуренція [10, с. 73].

Головна ознака кластера – когерентне поєднання окремих елементів у єдине ціле для виконання у взаємодії певної функції або реалізації поставленої мети [18, с. 26]. Кластерна форма розвитку туризму на основі мережі стійких зв’язків між учасниками туристичного ринку концентрує різноманітні наукові, технологічні та управлінські винаходи, трансформуючи їх в інновації, комерціалізація яких забезпечує досягнення конкурентних переваг [1, с. 192; 15, с. 102–103]. Результатом взаємодії учасників туристичного кластера є комплексний туристичний продукт, який неможливо отримати у разі ізольованого функціонування кожного елемента цієї системи [5, с. 170].

Кластер можна вважати складною динамічною нелінійною відкритою соціально-економічною системою, елементи якої, переслідуючи власні цілі, пов’язані між собою та зовнішнім середовищем множиною функціонально-інформаційних і ресурсно-обмінних зв’язків [19, с. 88]. Це географічна

концентрація підприємств, які отримують переваги функціонування через спільне розташування, кооперацію і конкуренцію [20, с. 56]. Кластерна модель організації взаємодії авіаперевізників, готелів, ресторанів та організацій науково-виробничого комплексу забезпечує виникнення конкурентних переваг і отримання набагато більшого економічного ефекту порівняно з традиційними формами організації спільної господарської діяльності [6, с. 58].

Підприємства, які входять до кластера, мають залежний попит (попит на їхні послуги доповнює один одного), що сприяє досягненню синергетичного ефекту. Як зазначають О. М. Тищенко і Н. Б. Петрова [18], туристичний кластер – це синтетичне об’єднання туристичних атракторів, підприємств та засобів розміщення з інноваційним сектором економіки, низкою споріднених сфер і регулюючими органами з метою досягнення синергетичного ефекту розвитку туристичної сфери з подальшою інтеграцією на економічну і соціальну сфери.

Синергетичний ефект – це зростання ефективності діяльності у результаті інтеграції окремих частин в єдину систему за рахунок т. зв. позитивного системного ефекту (ефекту емерджентності) [20, с. 59], що досягається через інтенсивний обмін інформаційними, фінансовими, людськими, інноваційними ресурсами в межах загальної системи ділових



Рис. 2. Синергетичне трактування етапів створення туристичного кластера

Джерело: розроблено автором на основі опрацювання [4, с. 133]

відносин, дотримання пріоритетів внутрішньокластерного планування [21, с. 12]. Досягнення ефекту синергії за рахунок акумуляції ресурсів і розширення масштабів виробництва притаманне саме кластерній моделі, що здатна забезпечити оптимізацію міжгалузевих зв'язків, вихід підприємств на міжнародні ринки, скорочення витрат і підвищення конкурентоспроможності [7, с. 543]. Так, у рамках кластера можливе зниження витрат на пошук інформації, комунікації і виконання контрактних зобов'язань насамперед завдяки територіальній доступності контрагентів; знижується рівень невизначеності угод, оскільки учасники знайомі між собою або інформація про ресурси підприємств стає доступною [22].

Отже, синергія допомагає отримати більш високу рентабельність завдяки взаємозв'язку підприємств-учасників кластера [20, с. 58]. Для досягнення синергетичного ефекту необхідна розробка єдиних: концепції функціонування комплексу; стратегії розвитку; маркетингової політики; стандартів якості надання послуг [15, с. 103]. Для визначення ефективності функціонування кластера доцільно враховувати фінансово-економічні, екологічні, соціальні компоненти синергії, а також складові наукової обґрунтованості, рекреаційної привабливості, міжнародної інтеграції [7, с. 546].

За нашим переконанням, синергія кластерного об'єднання (S_{yn}) може бути оцінена за допомогою моделі Робіна Метьюза [23]:

$$S_{yn} = S_{super} + S_{sub}, \quad (1)$$

де S_{super} – ефект суперадитивності (синергія пов'язаності), який полягає у збільшенні прибутків за рахунок зростання продажів;

S_{sub} – ефект субадитивності (синергія розширення), який полягає у підвищенні вартості підприємств і зниженні витратоємності кластерної моделі.

Синергія розширення проявляється як результат набуття кожним учасником можливості використовувати ресурси, які є в розпорядженні іншого підприємства. Синергія пов'язаності включає в себе синергію, що виявляється у результаті отримання підприємством якісно нового ресурсу, який неможливо створити на жодному підприємстві окремо [24, с. 82].

Синергія кластерного об'єднання має внутрішні і зовнішні джерела. Внутрішня синергія проявляється в отриманні додаткового соціально-економічного ефекту через зниження витрат, що забезпечується спільним використанням інфраструктури і ресурсів, підвищення рівня технологічного розвитку тощо [21, с. 13]. Натомість у зовнішньому

середовищі виникає синергія спеціалізації у виробництві того виду продукції, яка завдяки використанню територіальних переваг і потужностей учасників стає більш конкурентоспроможною [22]. Зовнішня синергія проявляється за умов ефективної співпраці, результативного менеджменту, що дозволяє мінімізувати сукупні витрати та досягти зростання сумарної вартості підприємств.

Як зауважують Г. Ю. Шпортко і М. К. Вишневіська, учасники кластера отримують позитивний ефект за п'ятьма напрямками: управлінський, фінансовий, інфраструктурний, оперативний, збутовий, синергетичний [25, с. 716]. За твердженням В. М. Зайцевої, у разі позитивної синергії кожен учасник виграє ще 25% додаткового доходу лише завдяки участі в цій системі [11, с. 587].

Синергія ґрунтується на досягненні позитивних ефектів регіональної агломерації, що виникають унаслідок близькості виробника і споживача, формування мережових ефектів та дифузії знань. Дія цього ефекту спрямована на якісну зміну всієї системи, підвищення її стійкості, а також гармонізацію структури та підвищення ефективності механізмів взаємодії її елементів [26, с. 153]. Варто підкреслити, що виникнення синергетичного ефекту обумовлює підвищення ефективності функціонування як самого кластера, так і регіонального господарського комплексу загалом [27, с. 88].

За нашим переконанням, кластерне регіонально-галузеве об'єднання виступає, з одного боку, туристично-рекреаційною спеціальною економічною зоною, а з іншого – географічно локалізованою групою підприємств туристично-рекреаційної сфери, що зорієнтована на розробку та ефективну реалізацію комплексного туристичного продукту. Завдяки забезпеченню якісного інформаційного середовища та інноваційності розвитку в кластері реалізується контроль над рівнем ентропії та інформаційно-енергетичної впорядкованості регіональних систем. Водночас туристичні кластери можуть спровокувати біфуркаційні трансформації індустрії гостинності з подальшим вибором найбільш виграшного атрактора як стратегічної мети розвитку галузі і регіону. У туристичній сфері під атрактивністю прийнято розуміти привабливість туристичної компанії для споживачів туристичних послуг. У синергетиці терміном “атрактор” позначають множину точок у фазовому просторі, до якої збігаються фазові траєкторії дисипативної системи. Такою дисипативною системою, власне, є туристична компанія (або кластер), що обмінюється ресурсами зі суб'єктами зовнішнього середовища та зберігає в ньому

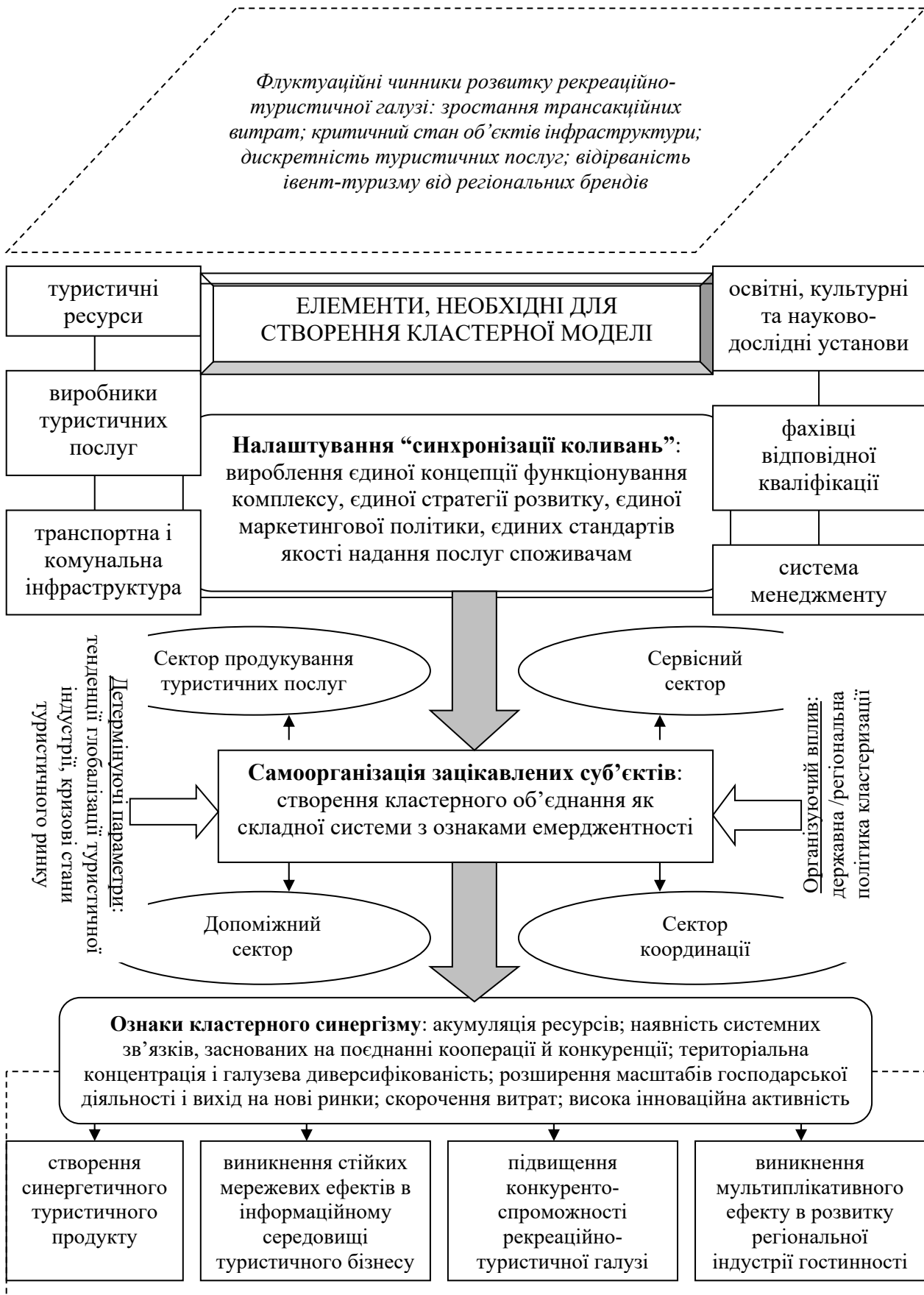


Рис. 3. Структурно-логічна схема кластеризації рекреаційно-туристичного бізнесу

Джерело: розроблено автором з використанням [1, с. 192; 2, с. 144–145; 4, с. 134; 6, с. 56; 8, с. 94–95; 10, с. 73; 11, с. 588; 14, с. 70; 15, с. 102–103]

достатню структурну стійкість [28, с. 125]. Атрактор постає як місія туристичного кластера, що синхронізується з установками сталого регіонального розвитку.

Таким чином, синергетичні переваги туристичних кластерів полягають у можливості вибору оптимальної просторово-часової комбінації стратегічних зон господарювання для підвищення соціально-економічної ефективності та екологічної безпечності розвитку інвестиційно привабливих регіонів країни, що мають високий туристично-рекреаційний потенціал і соціальний капітал, перебувають на передбіфуркаційній стадії еволюції та готові до радикальних інновацій. Організаційно-економічні зв'язки кластера базуються на довгострокових контрактах у рамках науково-виробничої та технологічної кооперації кластерних бізнес-структур і реалізуються шляхом вертикальних та горизонтальних взаємодій між різними суб'єктами великого бізнесу і малого підприємництва, об'єднаними у віртуальну мережеву організацію [6, с. 58].

Кластерна мережа – це об'єднання географічно сконцентрованих, незалежних суб'єктів господарювання та органів публічної влади для спільної діяльності з використанням природно-рекреаційного потенціалу регіону, результатом якої є унікальний туристичний продукт [17, с. 54]. Формування мережевої туристичної індустрії – незворотній процес інтенсивної інтеграції суміжних зі сферою туризму галузей, глобальної інтеграції країн задля активізації синергетичних можливостей бізнес-середовища як факторів, що визначають створення нового туристичного продукту в межах визначеної туристичної дестинації [17, с. 61].

Відтак, за результатами дослідження нами розроблена структурно-логічна схема кластеризації рекреаційно-туристичного бізнесу (рис. 3), в якій окреслена логіка виникнення ефекту синергії від мережевої взаємодії підприємств, які діють розрізнено в умовах потужних флуктуаційних коливань на туристичному ринку, однак за умови наявності всіх необхідних елементів кластерної моделі готові самоорганізуватися заради взаємовигідної співпраці. Така самоорганізація підтримується існуючими тенденціями глобалізації туристичної галузі та організуючим впливом з боку органів публічної влади. Результатом функціонування кластера є синергетичний туристичний продукт, що характеризується комплексністю, диверсифікованістю та інноваційністю і оцінюється за критеріями економічної доцільності, соціальної ефективності та екологічної безпечності. Завдяки діяльності кластерів відбувається трансформація інформаційно-комунікаційного середовища

туристичного бізнесу як результат формування стійких мережевих взаємозв'язків між учасниками кластера та іншими зацікавленими суб'єктами. У свою чергу, це є ознакою синхронізації їх зусиль щодо розбудови туристичної індустрії регіону, що розглядається як імпульс для зростання на засадах сталого розвитку.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, кластеризація рекреаційно-туристичного бізнесу сприяє як підвищенню конкурентоспроможності галузі, так і прискоренню регіонального розвитку. Туристичний кластер розглядається як складна система, що виникає як своєрідне переплетіння коопераційних зв'язків та конкурентних відносин партнерів з різними масштабами діяльності, галузевою належністю, юридичним статусом, однак зі спільними комерційними інтересами або науково-практичними поглядами щодо розв'язання певних проблем. Кластеризація є своєрідною реакцією на флуктуаційні коливання, що перманентно відбуваються як на регіональних туристичних ринках, так і у світовому масштабі. По суті, це момент біфуркаційного перетворення рекреаційно-туристичної сфери, що набуває ознак мережі, взаємодія учасників якої, у свою чергу, формує оновлений інформаційно-комунікаційний простір, де відбувається вільний обмін інформацією, знаннями, компетентностями. У кластерній мережі виникають ефекти синергії, які дозволяють оперативно акумулювати необхідні ресурси, досягати економії за рахунок спільного використання складових туристичної інфраструктури, удосконалювати технології надання туристичних послуг та управління туристичними підприємствами. Ці ефекти, власне, корелюють з проявами регіональної агломерації, що дозволяє отримувати вигоди від територіальної концентрації діяльності у тих регіонах, які мають рекреаційно-туристичний потенціал і лише потребують додаткового імпульсу для його якнайповнішого розкриття та реалізації. Синергізм проявляється спочатку у підвищенні якості туристичного продукту (забезпеченні його комплексності, диверсифікованості, інноваційності, а відтак – атрактивності для споживачів), згодом – у зростанні туристичних потоків, суттєвому збільшенні показників прибутковості окремих підприємств та нарощуванні темпів соціально-економічного розвитку регіону й обсягів вкладених інвестицій у рекреаційно-туристичну галузь. Перспективи подальших досліджень полягають у необхідності вироблення загального механізму синергетичної кластеризації рекреаційно-туристичного бізнесу в сучасних умовах господарювання.

Список використаних джерел:

1. Бошота Н. В. Перспективи кластерної моделі розвитку підприємств туризму в Україні. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. Вип. 6. С. 191–194.
2. Гонта О. І. Імпульси регіонального розвитку на основі кластеризації сфери туризму та рекреації. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2020. № 1 (21). С. 142–150.
3. Маслиган О., Касинець О. Інтеграційна модель розвитку сфери туризму та рекреації у фокусі переваг і перспектив регіонального управління. *Геополітика України: історія і сучасність*. 2020. Вип. 1 (24). С. 173–183.
4. Юхновська Ю. О. Теоретичний підхід до визначення економічної категорії “туристичний кластер”. *Бізнес-навігатор*. 2019. Вип. 6.1-1. С. 131–135. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2019_6 (дата звернення: 30.08.2022).
5. Семенова М. В. Туристичний кластер як інноваційний інструмент підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі. *Сучасні проблеми розвитку права та економіки в інноваційному суспільстві*: зб. наук. пр. за матеріалами II Інтернет-конференції (м. Харків, 29 листопада 2019 р.). Харків : НДІ ПЗІР НАПрНУ. С. 167–172.
6. Тимошенко Т. О. Кластерний підхід до розвитку туристичної галузі України як пріоритетний напрям державної політики підвищення конкурентоспроможності регіонів. *Вісник Національної академії державного управління при Президенті України. Серія “Державне управління”*. 2017. № 2. С. 55–60.
7. Ключенко А. В. Інтегральна оцінка синергетичного ефекту як показник ефективності рекреаційного кластеру. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 9. С. 542–546. URL: <http://global-national.in.ua/archive/9-2016/112.pdf> (дата звернення: 30.08.2022).
8. Меленюк В. О., Тивоненко Г. І. Наукові основи формування та розвитку прикордонних туристичних кластерів. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 6. С. 93–97.
9. Давиденко І. В. Туристичні кластери як напрям регулювання туристичного бізнесу. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 28-1. С. 68–72. URL: http://bses.in.ua/journals/2018/28_1_2018/16.pdf (дата звернення: 30.08.2022).
10. Давиденко І. В., Михайлюк О. Л. Механізми державного регулювання кластерної політики у туристичному бізнесі України. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Вип. 3 (20). С. 70–75. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/20_2019/12.pdf (дата звернення: 30.08.2022).
11. Зайцева В. М. Особливості формування туристичних кластерів у Запорізькому регіоні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 10. С. 586–590. URL: <http://global-national.in.ua/archive/10-2016/122.pdf> (дата звернення: 30.08.2022).
12. Коляденко С. В. Формування іміджу регіону в умовах розвитку туристичних кластерів. *Економіка і організація управління*. 2018. Вип. 3. С. 16–23. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eiou_2018_3_4 (дата звернення: 30.08.2022).
13. Парфіненко А. Ю., Босенко К. І. Кластеризація як напрям рекреаційно-туристичного розвитку Подільського регіону України. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія “Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм”*. 2018. Вип. 7. С. 122–129.
14. Сорочан В. О. Кластерна модель розвитку промислового туризму. *Молодий вчений*. 2015. № 6 (2). С. 69–71.
15. Комліченко О. О., Ротань Н. В. Стратегічне управління регіональним розвитком туризму на основі кластерного підходу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія “Економічні науки”*. 2015. Вип. 10 (3). С. 101–105.
16. Васільєва Л. М., Дацій Н. В. Кластер як механізм модернізації рекреаційної сфери регіону. *Ефективна економіка*. 2019. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7094> (дата звернення: 04.09.2022).
17. Атаманчук З. А. Формування мережевої туристичної індустрії як форма глобальної інтеграції країн. *Економічний простір*. 2019. № 141. С. 49–64.
18. Тищенко О. М., Петрова Н. Б. Особливості туристських кластерів як синтетичних утворень. *Проблеми економіки*. 2009. № 3. С. 24–30.
19. Королюк Ю. Г. Виявлення перспективних кластерних формувань як засіб управління соціально-економічним розвитком регіону: синергетичні аспекти. *Економіка та держава*. 2010. № 12. С. 87–89.
20. Коваленко С. І. Розвиток концепції синергізму в економіці кластерних промислових систем. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2016. № 1. С. 55–65.
21. Ільчук В. Синергетичний ефект функціонування кластера. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 1 (17). С. 9–18.
22. Голік І. Л. Синергетичний ефект діяльності кластерних формувань. *Ефективна економіка*. 2015. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4053> (дата звернення: 02.09.2022).
23. Matthews R. The Organization Matrix and the Evolutions of Strategy (Part 2). *Economic Strategies*. 2005. Vol. 33–34. № 07–08.
24. Кравченко О. С. Практичні аспекти оцінки синергії як основного критерію відбору ефективних угод злиття або поглинання при трансформації бізнес-моделей вітчизняних підприємств. *Механізм регулювання економіки*. 2014. № 2. С. 79–87.

14. Sorochan V. O. (2015) Klasterna model rozvytku promyslovoho turyzmu [Cluster model of industrial tourism development]. *Molodyi vchenyi* [Young Scientist], no. 6 (2), pp. 69–71.
15. Komlichenko O. O., Rotan N. V. (2015) Stratehichne upravlinnia rehionalnym rozvytkom turyzmu na osnovi klasterneho pidkhodu [Strategic management of regional tourism development based on cluster approach]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu. Seriiia "Ekonomichni nauky"* [Scientific Bulletin of Kherson State University. Economic Sciences], vol. 10 (3), pp. 101–105.
16. Vasilieva L. M., Datsii N. V. (2019) Klaster yak mekhanizm modernizatsii rekreatsiinoi sfery rehionu [Cluster as a mechanism of modernization of the regional recreational field of the region]. *Efektivna ekonomika* [Efficient Economy] (electronic journal), no. 6. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7094> (accessed 04 September 2022).
17. Atamanchuk Z. A. (2019) Formuvannia merezhevoi turystychnoi industrii yak forma hlobalnoi intehratsii krain [The network tourist industry formation as a form of global integration of countries]. *Ekonomichniyi prostir* [Economic Space], no. 141, pp. 49–64.
18. Tyshchenko O. M., Petrova N. B. (2009) Osoblyvosti turystykykh klasteriv yak syntetychnykh utvoren [Features of tourist clusters as synthetic formations]. *Problemy ekonomiky* [The Problems of Economy], no. 3, pp. 24–30.
19. Koroliuk Yu. H. (2010) Vyiavlennia perspektyvnykh klasternykh formuvan yak zasib upravlinnia sotsialno-ekonomichnym rozvytkom rehionu: synerhetychni aspekty [Identification of promising cluster formations as a means of managing the socio-economic development of the region: synergistic aspects]. *Ekonomika ta derzhava* [Economy and State], no. 12, pp. 87–89.
20. Kovalenko S. I. (2016) Rozvytok kontseptsii synerhizmu v ekonomitsi klasternykh promyslovykh system [The development of synergism conception in the economy of cluster industrial system]. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen* [Socio-Economic Research Bulletin], no. 1, pp. 55–65.
21. Ilchuk V. (2019) Synerhetychnyi efekt funktsionuvannia klastera [Synergetic effect of cluster functioning]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia* [Problems and Prospects of Economics and Management], no. 1 (17), pp. 9–18.
22. Golik I. L. (2015) Synerhetychnyi efekt diialnosti klasternykh formuvan [Synergetic effect of cluster formations]. *Efektivna ekonomika* [Efficient Economy] (electronic journal), no. 5. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4053> (accessed 02 September 2022).
23. Matthews R. (2005) The Organization Matrix and the Evolutions of Strategy (Part 2). *Economic Strategies*. Vol. 33–34. № 07–08.
24. Kravchenko O. S. (2014) Praktychni aspekty otsinky synerhii yak osnovnogo kryteriiu vidboru efektyvnykh uhod zlyttia abo pohlynannia pry transformatsii biznes-modelei vitchyznianskykh pidpriemstv [Practical Aspects of Synergy Assessment as a Principal Criterion for Selection of Efficient Merger or Takeover Agreements under Transformation of Business Models of Domestic Enterprises]. *Mekhanizm rehuliuвання ekonomiky* [Mechanism of Economic Regulation], no. 2, pp. 79–87.
25. Shportko H. Iu., Vishnevskaya M. K. (2017) Doslidzhennia metodiv vyznachennia synerhetychnoho efektu klasternykh struktur [Research on methods for determination of the synergistic effect of cluster structures]. *Ekonomika i suspilstvo* [Economy and Society] (electronic journal), vol. 9, pp. 716–721. Available at: https://economyandsociety.in.ua/journals/9_ukr/122.pdf (accessed 07 September 2022).
26. Kvilinskyi O., Stepanova T. (2010) Klasteryzatsiia yak sposib pidvyshchennia stiikosti subiektiv maloho biznesu [The Clustering as Method of the Stability Increasing of Small Business Subjects]. *Ekonomichniyi visnyk Donbasu* [Economic Herald of the Donbas], no. 1 (19), pp. 150–158.
27. Samiilenko H. (2020) Osnovni kharakterystyky ta synerhiynyi efekt klasternykh struktur rehionu [Main characteristics and synergetic effect of cluster structures of the region]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia* [Problems and Prospects of Economics and Management], no. 3 (23), pp. 83–92.
28. Iastremska O. O. (2014) Vyznachennia atraktyvnosti turystychnykh kompanii u mizhnarodnomu turizmi [Definition of travel companies attractiveness in international tourism]. *Ekonomichniyi chasopys-XXI* [Economic Annals-XXI], no. 11–12, pp. 124–127.