

**Сосяк Наталія Ярославівна**  
студентка гр. ПОТОзм-21, ННІМВ ім. Б. Д. Гаврилишина,  
ЗУНУ, м. Тернопіль  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Мазур В. С.*

## **ВПЛИВ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ НА ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ РЕГІОНУ**

На розвиток туризму значний вплив має використання кластерної моделі. Саме кластерні утворення ефективно забезпечують можливість економічного розвитку регіону та країни загалом.

Кластер є сучасною організаційною формою, що сприяє кооперації, стратегічно узгодженій діяльності підприємств і організацій, переходу на інноваційний шлях розвитку економіки і зростання міжнародної конкурентоспроможності. Кластер створюється з метою економічного розвитку, підвищення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості регіону.

«Туристичний кластер - це сукупність різних за видами діяльності господарських суб'єктів, географічно сконцентрованих і взаємодіючих у виробництві та реалізації різноманітного туристичного продукту за єдиною схемою: виробники туристських послуг → постачальники спеціалізованих послуг → підтримуючі установи та організації → споживачі туристичних послуг» [3, с. 254].

Створення туристичного кластера формує уявлення про регіон і його перспективи, стимулює просування і утвердження нових елементів у складі його структури, а культурно-туристичні об'єднання допоможуть привернути увагу до території як цікавого об'єкта для відвідування. За допомогою кластерних утворень формується імідж регіону, що сприятиме збільшенню туристичних потоків та обміну культурами. У реаліях української економіки створення туристичних кластерів стане поштовхом до підвищення якості туристичних послуг.

Структура кластерів являє собою ієрархічну систему, ланкою, яка її очолює є керуюча компанія. Держава передає їй повноваження з управління тими чи іншими економічними територіями. Відносини в цих ланках базуються на основі партнерства; залежно від напрямку розвитку туристичного кластера здійснюється фінансова підтримка в необхідних обсягах.

В основі кластеризації регіону лежить модернізаційний процес, що базується на інноваціях. Кластерні об'єднання на сьогодні є однією з найефективніших форм організації інноваційних процесів, форм регіонального розвитку, за якою на ринку конкурують вже не окремі підприємства, а цілі комплекси, які скорочують свої витрати завдяки спільній кооперації компаній.

Іміджева складова функціонування кластерів проявляється в популяризації конкурентних переваг туристичної сфери в певному територіальному розрізі. В даному випадку принципово важливим є усвідомлення того, що при такому

розумінні регіону в центрі його конкурентоспроможності виявляється не стільки конкурентність продукції, скільки сам регіон як певна «символічна цінність». Потрапляючи в інформаційне середовище, під впливом інформаційно-комунікативних технологій така «символічна цінність» стає частиною іміджу регіону і набуває цілком реальну оціночну вартість [2, с. 16].

Активне функціонування кластеру розкриває можливості регіону як цікавої туристичної дестинації та забезпечує залучення інвестицій, розвиток в'їзного туризму, розширення ринків збуту регіонального туристичного продукту та вихід на міжнародний ринок, створення нових робочих місць, наповнення коштів місцевих і державного бюджетів, збереження і нарощення культурного потенціалу, гармонізацію міжнародних відносин, активну участь регіональних органів влади, територіальних громад та суб'єктів господарювання у збереженні й оздоровленні навколишнього природного середовища, підвищення якості життя місцевого населення [1, с. 114].

Формування туристичного кластеру є визначальним чинником впливу на інвестиційну привабливість регіону завдяки активізації залучення інвестицій. Застосування кластерного підходу сприятиме активізації інвестиційної діяльності в галузі туризму, підвищенню ефективності інноваційного розвитку регіонів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дутка Г., Савіцька О., Савіцька Н. Кластерний аналіз діяльності суб'єктів туристичної діяльності: регіональний аспект. *Economic Analysis*, Volume 29, Issue 1, 2019. С. 114-125.
2. Коляденко С. В. Формування іміджу регіону в умовах розвитку туристичних кластерів. *Економіка і організація управління*. № 3 (31). 2018. С. 16-23.
3. Туристичний кластер Харківщини : монографія / Колектив авторів, гол. ред. О. В. Яковчук. Харків: ФОП Панов А. М., 2019. 432 с.