

## **Сутність та особливості кластерного підходу в управлінні туристичною сферою**

*Розглядається питання впровадження кластерного підходу для розвитку туристичних галузей на регіональному рівні. Досліджено, як кластеризація може ефективно впливати на конкурентоспроможність та якість туристичних послуг, а також на загальний економічний розвиток регіонів. Наголошено на необхідності детального вивчення концепції кластеризації в контексті туристичної індустрії, оскільки її реалізація може сприяти оптимізації ресурсів і збільшенню туристичного потоку. Пропонується застосування теоретичних основ кластерного підходу для визначення стратегій розвитку туристичних регіонів. Акцентується на важливості формування кластерів, які охоплюють різні компоненти туристичної галузі, та підготовки регіональних стратегій, що інтегрують кластери в загальний план розвитку. Розкрито потенціал і виклики застосування кластерного підходу в управлінні туристичними галузями. Вагомим аспектом дослідження є ідентифікація основних етапів формування кластерів та оцінювання їхньої ефективності в контексті глобальних трендів розвитку туризму. Стаття сприяє поглибленню розуміння механізмів оптимізації туристичної індустрії через кластеризацію, що має велике значення для стратегічного розвитку туризму на місцевому та національному рівнях.*

*Ключові слова: розвиток кластерів, інноваційний потенціал, управління, туристична сфера, регіональний розвиток, стратегія, стратегічне планування, конкурентні переваги.*

**Постановка проблеми.** В умовах сучасного туристичного ринку необхідно розглянути ефективність використання кластерного підходу для розвитку туристичних галузей на регіональному рівні. Концепція розвитку територіальних громад зазвичай охоплює місії, цілі та загальне бачення, водночас не завжди визначено призначення концепції, тобто стратегічний напрям діяльності об'єкта управління. Це може призвести до недостатньої уваги до використання кластерного підходу в туристичній галузі, що може перешкоджати максимальному використанню потенціалу регіону для розвитку туризму. Отже, визначення концепції розвитку територіальних громад, яка передбачає використання кластерного підходу, стає актуальною проблемою і потребує дослідження та вирішення.

Теоретичні аспекти кластерного підходу в управлінні туристичною галуззю являють собою важливий фронт досліджень і концепцій, спрямованих на оптимізацію та підвищення конкурентоспроможності туристичного сектору.

**Аналіз останніх досліджень.** Питанням розвитку туристичної індустрії присвячені праці багатьох вітчизняних авторів, зокрема: М. Барни, І. Білецької [1], Г. Васильченко [2], В. Даниленко-Кульчицької [3], А. Мазаракі [4], О. Мельниченко [5], Г. Олексюк [6-7], Н. Попадинця [8-9], І. Ангелко [10], О. Роїк [11], Д. Стеценка [12], О. Телетова [13], В. Шаповал [14], А. Якимчук [15], Н. Внукова [16], А. Колодійчука [17], М. Гоменюк [18], Г. Ортіна [19] та О. Карого [20].

**Метою статті** є дослідження загальних підходів щодо сутності та особливостей кластерного підходу в управлінні туристичною галуззю на національному та регіональному рівнях.

**Основні результати дослідження.** Сутність кластерів у туризмі базується на уявленні про те, що підприємства та послуги в цій сфері можуть бути ефективнішими та конкурентоспроможними, якщо вони співпрацюють і взаємодіють одне з одним. Основні принципи кластеризації в туризмі передбачають географічну близькість, спільні ресурси, взаємодоповнення та спільний маркетинг.

Деякі вчені під кластером визначають групу територіально локалізованих підприємств, науково-виробничих і фінансових компаній, пов'язаних між собою технологічною ланкою або орієнтованих на спільний ринок ресурсів чи споживачів, що мають мережеву форму управління, конкурентоспроможних на певному рівні та здатних генерувати інноваційну складову як основу конкурентоздатності їх на ринках [16].

Також туристичний кластер розглядається як система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових і додаткових послуг з приводу створення «основного продукту» кластера – туристичного продукту. До туристичних кластерів належать групи, сконцентровані географічно в межах регіону підприємств, які спільно використовують спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці та інші функціональні структури господарства [17].

Реалізація кластерного підходу в управлінні туристичною галуззю передбачає детальне вивчення регіональних ресурсів і можливостей. Оцінювання природних, культурних, історичних та інших аспектів сприяє визначенню потенціалу для створення кластерів. Критерії формування кластерів охоплюють спроможність до взаємодії, схожість або доповнюваність асортименту послуг, а також готовність до спільного маркетингу та реклами.

Важливість кластерного підходу для забезпечення конкурентоспроможності на регіональному та державному рівнях підкреслює М. Гоменюк: «Кластерний підхід є новою управлінською технологією, що дає змогу підвищити конкурентоспроможність як окремого регіону, так і держави загалом» [18].

Центральну роль у розвитку кластерів у туризмі відіграє держава та громадські організації. Державні ініціативи спрямовані на створення сприятливого середовища для розвитку кластерів, надання фінансової підтримки та регулювання ринку. Громадські організації активно співпрацюють з бізнесом і владою, сприяючи об'єднанню зусиль для створення інноваційних туристичних продуктів.

Створення кластерів у сфері туризму передбачає об'єднання таких компонентів: інноваційного потенціалу, виробничого, технологічного (обслуговування), маркетингового, науки та проектування, підготовки кадрів та управління, природно-рекреаційних та історико-архітектурних об'єктів. Тому туристичний кластер є новим кроком у співпраці компаній, установ, організацій до формування і просування на ринку туристичного продукту й досягнення спільного економічного успіху та конкурентоспроможності [19]. Зазначимо, теоретичні аспекти кластерного підходу в управлінні туристичною галуззю визначають стратегічний напрям розвитку, сприяючи створенню стійкої та конкурентоспроможної туристичної індустрії.

Формування кластерів у туристичному секторі є ключовим етапом стратегічного розвитку, спрямованого на підвищення конкурентоспроможності та якості туристичних послуг. Цей процес базується на вивченні регіональних ресурсів і можливостей, визначенні критеріїв для створення кластерів та інтеграції підприємств і організацій.

Оцінювання регіональних ресурсів і можливостей є важливим етапом у формуванні туристичних кластерів. Аналіз природних, культурних та історичних аспектів регіону дає змогу визначити його туристичний потенціал. Наприклад, наявність унікальної природи, історичних пам'яток чи традиційної культури може слугувати основою для створення кластера.

Визначення критеріїв для створення кластерів ураховує спроможність підприємств до взаємодії та схожість або доповнюваність асортименту послуг. Основні принципи кластеризації в туризмі передбачають географічну близькість, спільні ресурси, взаємодоповнення та спільний маркетинг. Наприклад, група готелів, ресторанів, екскурсійних компаній та інших туристичних послуг може утворити кластер для спільного просування та покращення обслуговування клієнтів.

Ініціювання кластерної моделі розпочинається в період розроблення стратегічного плану регіонального розвитку. Саме на цьому етапі здійснюється ґрунтовний аналіз місцевого потенціалу економічного розвитку, оцінюється стан та обмеження наявної економічної та виробничої структури та визначаються стратегічні пріоритети. Оскільки повноцінний процес стратегічного планування можливий лише за умови активної участі в ньому всіх секторів (влади – бізнесу – громади), він є сприятливим і для визначення зацікавлених суб'єктів майбутньої кластерної моделі [20].

Отже, для забезпечення високої якості туристичних послуг (незалежно від їхнього типу, місця чи часу проведення) вирішальним є налагодження ефективної комунікації із центральним ядром, основна роль якого полягає в забезпеченні кваліфікованої інтеграції взаємодій між учасниками кластера, оптимізації їхніх взаємовідносин і сприянні зростанню конкурентоздатності туристичних послуг.

Привабливість туристичного регіону, міста чи окремого об'єкта істотно підвищується завдяки розширенню спектра послуг, доступних відвідувачам. До таких послуг належать, наприклад, наявність страхування, забезпечення безпеки, стабільність і надійність фінансових операцій, а також додаткові культурно-розважальні, освітні заходи та інші опції, що можуть бути надані туристам суміжними й допоміжними підприємствами.

Туристичний кластер на державному, регіональному або територіальному рівні демонструє вищу ефективність, оскільки забезпечує можливість формування різноманітного «туристичного кошика», який інтегрує різні види туризму, такі як аграрний, сільський, екотуризм, культурно-пізнавальний, подієвий, релігійний, шопінг-туризм тощо. Ці послуги можуть бути запропоновані відповідно до потреб і бажань туристів, навіть якщо вони не були сплановані заздалегідь. Важливу роль у цьому процесі відіграють маркетинг, просторова комунікація та логістика всередині кластера [7].

Процес інтеграції підприємств та організацій у кластер передбачає активну співпрацю між учасниками на туристичному ринку. Здійснення спільних заходів, обмін досвідом і ресурсами сприяє створенню сильних туристичних кластерів. Важливим є також розроблення спільних стратегій і планів розвитку.

На сучасному етапі розвитку туристичного ринку з'являється потреба у створенні уніфікованої електронної інформаційної системи для суб'єктів туристичної діяльності. Комунікаційна стратегія у цій сфері має бути інтегрованою в глобальний туристичний ринок, використовуючи передові технології для забезпечення доступності послуг для широкого кола потенційних споживачів. Швидкі зміни в економічних пріоритетах і бізнес-середовищі, а також висока ступінь невизначеності і коливань попиту на ринку вимагають від туристичних підприємств пошуку нових шляхів розвитку. Це передбачає впровадження інновацій як у підприємницькій діяльності, так і в методах управління для адаптації до змінюваних умов ринку й мінімізації ризиків, пов'язаних з економічними кризами та іншими зовнішніми викликами.

Формування кластерів у туристичній галузі є стратегічним кроком для створення стійкої та конкурентоспроможної туристичної індустрії. Взаємодія між різними гравцями на ринку сприяє не лише ефективному використанню ресурсів, а й підвищує привабливість регіону для туристів.

Роль держави та громадських організацій у розвитку кластерів у туристичній галузі визначається їхнім внеском у створення сприятливого середовища для формування та функціонування кластерів, а також підтримкою ініціатив і регулюванням ринку.

Держава відіграє ключову роль у розвитку туристичних кластерів, забезпечуючи структурні, економічні та правові умови для їхньої успішної діяльності. Передусім це означає створення сприятливого правового середовища, що спрощує процеси взаємодії між учасниками кластера та підтримує їхню спільну діяльність. Держава також може надавати фінансову допомогу через

гранти, субсидії або інші інструменти фінансування для розвитку туристичних кластерів [7].

Громадські організації – важливий посередник між державою та бізнес-середовищем. Вони можуть взяти на себе ініціативу об'єднання різних стейкхолдерів, створюючи форуми для діалогу та обміну ідеями. Також вони можуть впливати на формулювання державних стратегій у сфері туризму, захищати інтереси підприємств і сприяти розвитку інновацій у галузі.

Співпраця між державою та громадськими організаціями передбачає також створення програм підтримки, спрямованих на розвиток туристичних кластерів. Це може бути навчання персоналу, підтримка маркетингових заходів, а також стимулювання досліджень та інновацій у сфері туризму.

Усі ці заходи спрямовані на підвищення конкурентоспроможності туристичного сектору та зростання якості туристичних послуг, що сприяє загальному розвитку економіки регіону.

Ефективність кластерного підходу в туристичній галузі підкреслюється через конкретні результати розвитку кластерів, їхній вплив на туристичний попит та інфраструктуру, а також перспективи розвитку в майбутньому.

По-перше, оцінювання результатів розвитку кластерів дає змогу визначити ефективність їхньої діяльності. Збільшення туристичного потоку, приріст прибутку підприємств у кластері, а також покращення індикаторів задоволеності туристів – це ключові показники успішності кластерного підходу.

Вплив кластерів на туристичний попит є ще однією важливою характеристикою їхньої ефективності. Здатність кластера забезпечити різноманітність і високу якість туристичних послуг сприяє залученню та утриманню клієнтів. Особливо це актуально в умовах дедалі більшої конкуренції на туристичному ринку [7].

Щодо інфраструктури, то розвиток кластерів може сприяти покращенню туристичної інфраструктури в регіоні. Спільні інвестиції та ініціативи кластера можуть результуватися модернізацією готелів, ресторанів, транспортної системи та інших об'єктів, що покращить загальний досвід туристів і забезпечить сталість розвитку.

Нарешті, розгляд перспектив розвитку кластерів у майбутньому дає змогу визначити узагальнені та стратегічні напрями розвитку. Спільні плани та стратегії, розроблені учасниками кластера, можуть урахувати нові тенденції в туризмі, забезпечуючи сталість та адаптацію до змін в економічному та соціокультурному середовищі.

Зауважимо, ефективність кластерного підходу в туристичній галузі проявляється через позитивний вплив на економічний розвиток регіону, задоволення потреб туристів і забезпечення сталості розвитку надалі.

Формування туристичних кластерів, що на сучасному історичному етапі розвитку результативно проходить завдяки ініціативі на базовому рівні місцевого самоврядування, сприяє суттєвому пришвидшенню розвитку туризму на регіональному рівні. Зацікавленість новоутворених об'єднаних територіальних громад у збільшенні бази власних доходів стимулює їх до формування нових туристичних продуктів, які в середньому – та довгостроковій перспективі мають потенціал до монетизації [21].

**Висновки.** Аналізуючи сутність та особливості цього підходу, можна зрозуміти, що кластери сприяють покращенню конкурентоспроможності туристичних регіонів, стимулюючи співпрацю між різними гравцями галузі та підвищуючи якість туристичних послуг. Результати дослідження свідчать про потенціал кластерного підходу для створення стійкої та конкурентоспроможної туристичної індустрії. Подальший розвиток і впровадження кластерних ініціатив у туризмі може сприяти ефективному використанню ресурсів, підвищенню привабливості регіонів для туристів і загальному розвитку економіки.

Ефективність кластерного підходу в управлінні туристичною галуззю проявляється через позитивний вплив на економічний розвиток регіону, задоволення потреб туристів і забезпечення сталості подальшого розвитку.

**Список використаних джерел**

1. Барна М. Ю., Білецька І. М., Попадинець Н. М. Розвиток туристичного сектора в умовах глобалізації та цифровізації економіки України. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2020. № 1(83). С. 38-44. URL: <https://snaujournal.com.ua/index.php/journal/article/view/146>
2. Васильченко Г., Парасюк І., Єременко Н. *Планування розвитку територіальних громад*: навч. посіб. К.: ВІ ЕН ЕЙ, 2015. 256 с.
3. Даниленко-Кульчицька В. А. Вплив пандемії COVID-19 на туристичний ринок світу та України. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 58-1. С. 120-124. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-20>
4. Мазаракі А. А., Мельниченко С. В., Михайліченко Г. І., Ткаченко Т. І. та ін. *Інновітв в туризмі*: монографія / ред. А. А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 532 с.
5. Мельниченко О. А., Шведун В. О. *Особливості розвитку індустрії туризму в Україні*: монографія. Харків: Вид-во НУЦЗУ, 2017. 153 с.
6. Олексюк Г. В., Подольський О. С. Проблеми та перспективи туристичної індустрії України в умовах сучасних викликів. *Регіональна економіка*. 2022. № 3(105). С. 95-105. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2022-3-10>
7. Олексюк Г. В., Сліпещкий М. І. Особливості управління туристичною сферою на основі PESTLE-аналізу. *Регіональна економіка*. 2023. № 2(108). С. 125-137. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2023-2-13>
8. Попадинець Н. М., Галаченко О. О., Графська О. І., Данило Я. І. Стратегічне управління підприємницькою діяльністю як основа розвитку туристично-рекреаційного потенціалу регіону: вітчизняна та міжнародна практики. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2023. Т. 8(4). С. 388-392. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2023-4-62>
9. Popadynets N., Hryhoruk I., Popyuk M., Bilanyuk O., Halachenko O., Irtyshcheva I., Batkovets N., Lysiak N., Boiko Y., Hryshyna N., Bil M., Nezveshchuk-Kohut T. Analysis and Modeling of Factor Determinants for Ukraine Hotels and Tourist Sphere. *Intelligent Human Systems Integration*. Vol. 1322. Pp. 509-515. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-68017-6\\_76](https://doi.org/10.1007/978-3-030-68017-6_76)
10. Ангелко І. В., Оришин І. С., Попадинець Н. М., Журавель Ю. В., Незвещук-Когут Т. С. Теоретико-методичні засади туристичної привабливості територій. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*: зб. наук. пр. 2020. Вип. 3(143). С. 43-47. DOI: <https://doi.org/10.36818/2071-4653-2020-3-6>
11. Роїк О. Р., Лущик М. В. Аналіз чинників формування конкурентних переваг туристичних підприємств в Україні. *Бізнес-навігатор*. 2018. Вип. 4(47). С. 46-51.
12. Стеченко Д. М., Безуглий І. В. Інноваційна політика кластероутворення в рекреаційно-туристичній сфері України. *Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління. Серія: І. Економіка*: зб. наук. пр. 2014. № 2(22). С. 9-18.
13. Телетов О. С., Хижняк М. О. Маркетингові підходи до надання туристичних послуг в умовах України. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 3. С. 200-212.
14. Шаповал В. М., Белобородова М. В. Діагностика середовища функціонування туристичних підприємств України під час пандемії COVID-19. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 56. С. 103-109. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastructure56-17>
15. Якимчук А., Попадинець Н., Валух А., Скрипко Т., Левков К. Сільський «зелений» туризм як каталізатор розвитку місцевої економіки в процесі децентралізації влади. *Agricultural and Resource Economics*. 2021. Vol. 7(1). Pp. 232-259. DOI: <https://doi.org/10.51599/are.2021.07.01.12>
16. Внукова Н. М. Особливості формування транскордонних банківських кластерів. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2011. Вип. 7(1). С. 20-26.
17. Колодійчук А. В., Черторижський В. М. Кластерна модель організації туристичної діяльності – чинник виходу та закріплення туристичних фірм на зовнішніх ринках. *Науковий вісник НЛТУ України*: зб. наук. пр. 2009. Вип. 19.7. С. 75-81.
18. Гоменюк М. О. Кластер як інноваційна форма територіального розвитку. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія: Економіка*: зб. наук. пр. 2019. Вип. 1. С. 76-81. DOI: [https://doi.org/10.31339/2313-8114-2019-1\(11\)-76-81](https://doi.org/10.31339/2313-8114-2019-1(11)-76-81)
19. Ортіна Г. В. Кластеризація як напрям реалізації державної антикризової стратегії розвитку реального сектора економіки. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2017. № 4. С. 138-145. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=1103>
20. Карий О. І., Глинський Н. Ю. Об'єднання зусиль територіальних громад з метою використання їх туристично-рекреаційного потенціалу. *Ефективна економіка*. 2020. Вип. 5. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.5.15>
21. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 325/95-ВР. *Законодавство України*: сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>

**References**

1. Barna, M. Yu., & Biletska, I. M., & Popadynets, N. M. (2020). Rozvytok turystychnoho sektora v umovakh hlobalizatsiyi ta tsyfrovizatsiyi ekonomiky Ukrainy [Development of the tourism sector in the conditions of globalization and digitalization of the economy of Ukraine]. *Visnyk Sums'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu. Seriya: Ekonomika i menedzhment – Bulletin of Sumy National Agrarian University. Series: Economics and management*, 1(83), 38-44. Retrieved from <https://snaujournal.com.ua/index.php/journal/article/view/146> [in Ukrainian].
2. Vasylychenko, H., Parasyuk, I., & Yeremenko, N. (2015). *Planuvannya rozvytku terytorial'nykh hromad [Development planning of territorial communities]: Manual*. Kyiv. [in Ukrainian].
3. Danylenko-Kulchytska, V. A. (2020). Vplyv pandemiyi COVID-19 na turystychny rynek svitu ta Ukrainy [The impact of the COVID-19 pandemic on the world's and Ukrainian tourist market]. *Prychornomors'ki ekonomichni studiyi – Black Sea economic studies*, 58-1, 120-124. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-20> [in Ukrainian].
4. Mazaraki, A. A. (Ed.), Melnychenko, S. V., Mykhaylichenko, H. I., & Tkachenko, T. I., et al. (2016). *Innovinh v turyzmi [Innovating in tourism]*. Kyiv: Kyiv National University of Trade and Economy. [in Ukrainian].
5. Melnychenko, O. A., & Shvedun, V. O. (2017). *Osoblyvosti rozvytku industriyi turyzmu v Ukraini [Features of the development of the tourism industry in Ukraine]*. Kharkiv: National University of Civil Defense of Ukraine. [in Ukrainian].
6. Oleksyuk, H. V., & Podolskyy, O. S. (2022). Problemy ta perspektyvy turystychnoyi industriyi Ukrainy v umovakh suchasnykh vyklykiv [Problems and perspectives of Ukraine's tourism industry in current challenges]. *Rehional'na ekonomika – Regional economy*, 3(105), 95-105. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2022-3-10> [in Ukrainian].
7. Oleksyuk, H. V., & Slipetskyi, M. I. (2023). Osoblyvosti upravlinnya turystychnoyu sferoyu na osnovi PESTLE-analizu [Features of tourism management based on PESTLE analysis]. *Rehional'na ekonomika – Regional Economy*, 2(108), 125-137. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2023-2-13> [in Ukrainian].
8. Popadynets, N. M., Halachenko, O. O., Hraf'ska, O. I., & Danylo, Ya. I., (2023). Stratehichne upravlinnya pidpryyemnyts'koyu diyal'nisty yak osnova rozvytku turystychno-rekreatsiyynoho potentsialu rehionu: vitchyznyana ta mizhnarodna praktyky [Strategic management of entrepreneurial activity as the basis for the development of the tourist and recreational potential of the region: domestic and international practices]. *Ukrayins'kyi zhurnal prykladnoyi ekonomiky ta tekhniky – Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*, 8(4), 388-392. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2023-4-62> [Ukrainian].
9. Popadynets, N., Hryhoruk, I., Popyk, M., Bilanyuk, O., Halachenko, O., Irtyshcheva, I., Batkovets, N., Lysiak, N., Boiko, Y., Hryshyna, N., Bil, M., & Nezveshchuk-Kohut, T. (2021). Analysis and Modeling of Factor Determinants for Ukraine Hotels and Tourist Sphere. *Intelligent Human Systems Integration*, 1322, 509-515. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-68017-6\\_76](https://doi.org/10.1007/978-3-030-68017-6_76)
10. Anhelko, I. V., Oryshchyn, I. S., Popadynets, N. M., Zhuravel, Yu. V., & Nezveshchuk-Kohut, T. S. (2020). Teoretyko-metodychni zasady turystychnoyi pryvablyvosti terytoriy [Theoretical and methodological principles of tourist attractiveness of territories]. In *Sotsial'no-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy [Socio-Economic Problems of the Modern Period of Ukraine]: Vol. 143 (3) (pp. 43-47)*. DOI: <https://doi.org/10.36818/2071-4653-2020-3-6>. [in Ukrainian].
11. Royik, O. R., & Lushchik, M. V. (2018). Analiz chynnykiv formuvannya konkurentnykh perevah turystychnykh pidpryyemstv v Ukraini [The analysis of factors for the competitive advantages of tourism enterprises in Ukraine]. *Biznes-navihator – Business navigator*, 4(47), 46-51. [in Ukrainian].
12. Stechenko, D. M., & Bezuhlyi, I. V. (2014). Innovatsiyina polityka klasteroutvorennya v rekreatsiyno-turystychniy sferi Ukrainy [Innovation policy of clusters creation in the recreation and tourism sector of Ukraine]. In *Naukovy visnyk Chernihivs'koho derzhavnoho instytutu ekonomiky i upravlinnya. Seriya 1: Ekonomika [Scientific Bulletin of the Chernihiv State Institute of Economics and Management. Series 1: Economics]: Vol. 2(22) (pp. 9-18)*. [in Ukrainian].
13. Tyelyetov, O. S., & Khyzhnyak, M. O. (2013). Marketynhovi pidkhody do nadannya turystychnykh posluv v umovakh Ukrainy [Marketing approaches to tourist services in Ukraine]. *Marketynh i menedzhment innovatsiy – Marketing and Management of Innovations*, 3, 200-212. [in Ukrainian].
14. Shapoval, V. M., & Byeloborodova, M. V. (2021). Diahnostyka seredovyscha funktsionuvannya turystychnykh pidpryyemstv Ukrainy pid chas pandemiyi COVID-19 [Diagnosis of Ukrainian tourist enterprises environment during the pandemic COVID-19]. *Infrastruktura rynku – Market infrastructure*, 56, 103-109. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastructure56-17> [in Ukrainian].
15. Yakymchuk, A., Popadynets, N., Valyukh, A., Skrypko, T., & Levkov, K. (2021). Sil's'kyi «zelenyy» turyzm yak katalizator rozvytku mistsevoyi ekonomiky v protsesi detsentralizatsiyi vlady [Rural «green» tourism as a driver of local economy development in the process of decentralization of power]. *Agricultural and Resource Economics*, 7(1), 232-259. DOI: <https://doi.org/10.51599/are.2021.07.01.12> [in Ukrainian].
16. Vnuкова, N. M. (2011). Osoblyvosti formuvannya transkordonnykh bankiv's'kykh klasteriv [Peculiarities of the formation of cross-border banking clusters]. *Aktual'ni problemy rozvytku ekonomiky rehionu – The actual problems of regional economy development*, 7(1), 20-26. [in Ukrainian].

17. Kolodychuk, A. V., & Chertoryzhskyy, V. M. (2009). Klasterna model' orhanizatsiyi turystychnoyi diyal'nosti – chynnyk vykhodu ta zakriplennya turystychnykh firm na zovnishnikh rynkakh [The cluster model of the organization of tourist activity is a factor of the exit and consolidation of tourist firms in foreign markets]. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy [Scientific bulletin of UNFU of Ukraine]*: Vol. 19.7 (pp. 75-81). [in Ukrainian].
18. Khomenyuk, M. O. (2019). Klaster yak innovatsiyna forma terytorial'noho rozvytku [Cluster as an innovative form of territorial development]. In *Naukovyy visnyk Mukachivs'koho derzhavnogo universytetu. Seriya: Ekonomika [Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series: Economy]*: Vol. 1 (pp. 76-81). DOI: [https://doi.org/10.31339/2313-8114-2019-1\(11\)-76-81](https://doi.org/10.31339/2313-8114-2019-1(11)-76-81) [in Ukrainian].
19. Ortina, H. V. (2017). Klasteryzatsiya yak napryam realizatsiyi derzhavnoyi antykrizovoyi stratehiyi rozvytku real'noho sektora ekonomiky [Clustering as for example state anti-crisis strategy economics development]. *Public administration: improvement and development – Derzhavne upravlinnya: udoskonalennya ta rozvytok*, 4, 138-145. Retrieved from <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1103> [in Ukrainian].
20. Karyy, O. I., & Hlynskyi, N. Yu. (2020). Ob'yednannya zusyil' terytorial'nykh hromad z metoyu vykorystannya yikh turystychno-rekreatsiynoho potentsialu [Mutual efforts of territorial communities for the purpose of using their tourism and recreational potential]. *Efficient economy – Efektyvna ekonomika*, 5. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.5.15> [in Ukrainian].
21. Pro turyzm [About tourism] (1995). Law of Ukraine, adopted on 1995, Sep 15, 325/95-VR. *Legislation of Ukraine*: Website. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> [in Ukrainian].

**Slipetskyi M. I., Marhita M. V., Danylo Ya. I. The nature and features of the cluster approach to tourism industry management.**

*In today's tourism market, it is necessary to consider the efficiency of using the cluster approach to the development of tourism industries at the regional level. While the concept of territorial community development usually includes missions, goals, and a general vision, the purpose of the concept, i.e. the strategic activity direction of the management object, is not always defined. This may lead to insufficient attention to the use of the cluster approach in the tourism industry, which may prevent the maximum use of the region's tourism development capacity. Thus, the definition of the concept of territorial community development with the inclusion of the cluster approach is becoming an urgent problem that needs to be researched and addressed. The article aims to examine the nature and features of the cluster approach to the management of the tourism industry. The authors address the topical issue of implementing a cluster approach to the development of tourism industries at the regional level. Analysis of recent studies reveals that it is necessary to study the concept of clustering in more detail in the context of the tourism industry, as it can help optimize resources and increase tourist flow. Further research suggests applying the theoretical foundations of the cluster approach to determine strategies for the development of tourist regions. The article emphasizes the importance of forming clusters that include different components of the tourism industry and preparing regional strategies that integrate clusters into the overall development plan. Based on the analysis of modern scientific sources and studies, the capacity and challenges of applying the cluster approach in the management of tourism industries are revealed. Another important aspect of the study is the identification of the main stages of cluster formation and evaluation of their efficiency in the context of global tourism development trends. The article contributes to a deeper understanding of the mechanisms for optimizing the tourism industry through clustering, which is of great importance for the strategic development of tourism at the local and national levels.*

*Keywords: development of clusters, innovation potential, management, tourism sphere, regional development, strategy, strategic planning, competitive advantages.*

*Сліпецький Марко Ігорович – аспірант кафедри публічного управління та адміністрування Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (e-mail: marko.slipetskyi@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-8075-9662>).*

*Slipetskyi Marko Ihorovych – Postgraduate of the Department of public management and administration of the Vasyl Stefanyk Prykarpatsky National University.*

*Маргіта Михайло Васильович – кандидат економічних наук, заступник міського голови, Ужгородська міська рада (e-mail: mykhaylomargita@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-0391-4600>).*  
*Marhita Mykhaylo Vasylyovych – Ph.D. (Econ.), Deputy Mayor, Uzhgorod City Council.*

*Данило Ярослав Іванович – аспірант кафедри економіки ДВНЗ «Ужгородський національний університет» (e-mail: danyloyaroslav98@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7439-9136>).*  
*Danylo Yaroslav Ivanovych – Postgraduate of the Department of economics of the Uzhhorod National University.*

Надійшло 18.03.2024 р.