

УДК 339.9

О. О. Тимошук,
к. ю. н., докторант кафедри математики та економіки,
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-1000-9721>

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.17.57

ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ У СЕРЕДЗЕМНОМОР'І

O. Timoshchuk,
PhD in Law, Doctoral student of the Department of Mathematics and Economics,
Ivan Franko State Pedagogical University of Drohobysk

FORMATION OF TOURIST CLUSTERS IN THE MEDITERRANEAN

У статті досліджуються сутнісні характеристики, специфічні особливості та функції туристичних кластерів Середземномор'я як перспективних напрямів розвитку сучасної відпочинкової індустрії. Зазначено, що функціонування туристичних кластерів базується на основі визначних історико-культурних і природних місць території, котра формує основний туристичний потік, а інші ресурси Середземноморського регіону дозволяють залучати додаткові потоки відпочиваючих. Підтверджено, що ключовими факторами успіху туристичного кластера є наявність унікальної цінності Середземномор'я, формування його бренду на основі відповідності рівня сервісу та інфраструктури вимогам ключових туристичних потоків. Зазначено, що розвиток туристичного кластера, має перш за все враховувати структуру відпочиваючих, яких необхідно і можливо залучити в Середземноморський регіон. Підкреслено, що сутність туристичного кластера розкривається через його основні функції, а саме: по-перше, економічна функція туристичного кластеру дозволяє притягти до бюджету регіону іноземну валюту; по-друге, розвиток туристичного кластера сприяє розширенню рекреаційного потенціалу регіону та стимулює збереження трудових ресурсів; по-третє, діяльність туристичного кластера дозволяє подорожуючим отримати нову інформацію про регіон, що розвиває їхні інтелектуальні здібності. Підтверджено, що при формуванні туристичних кластерів відбувається найбільша віддача від рекреаційних ресурсів, зростає ефективність національних економік країн Середземноморського басейну.

The article examines the essential characteristics, specific features and functions of tourist clusters of the Mediterranean Sea as promising directions for the development of the modern leisure industry. It is noted that the functioning of tourist clusters is based, first of all, on the basis of significant historical, cultural and natural places of the territory, which forms the main tourist flow, and other resources of the Mediterranean region allow attracting additional flows of vacationers and increasing the duration of their stay. It is shown that a cluster in tourism is concentrated in a certain territory and represents an economic complex of enterprises and organizations, the participants of which are united in a single chain of creation of an integrated tourist product. It has been confirmed that the key success factors of the tourist cluster are the presence of the unique value of the Mediterranean, the formation of its brand based on the compliance of the level of service and infrastructure with the requirements of key tourist flows, the use of all available resources and the use of additional services to increase the time a tourist stays in the region. It is noted that the development of the tourist cluster should first of all take into account the type of tourist flows that it is necessary and possible to attract to the Mediterranean region. It is emphasized that the essence of the tourist cluster is revealed through its main functions, namely, firstly, the economic function of the tourist cluster allows to attract foreign currency to the budget of the region and increase tax revenues. Secondly, the development of the tourist cluster contributes to the expansion of the recreational potential of the region, which, in turn, stimulates the preservation of labor resources and thereby implements a social function. Thirdly, the activity of the tourist cluster allows you to combine recreation with tourists receiving new

information that develops intellectual abilities, thereby fulfilling a humanitarian function. It has been confirmed that the formation of tourist clusters produces the greatest returns from recreational resources, and the efficiency of national economies increases. countries of the Mediterranean basin.

Ключові слова: туризм, туристичний кластер, туристичні потоки, середземноморський регіон, функції туристичного кластера, синергетичний ефект.

Key words: tourism, tourist cluster, tourist flows, Mediterranean region, tourist cluster functions, synergistic effect.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Туристичні кластери — це достатньо перспективний напрямок розвитку сучасної відпочинкової індустрії, оскільки їх створення сприяє значній активізації розвитку країн Середземномор'я, таких привабливих для потоків туристів, які розвивають економіку регіону за рахунок витрачених коштів на території кластера, сприяє залученню інвестицій, завдяки яким відбувається розвиток інфраструктури, створює додаткові робочі місця та розширює можливості розвитку нових форм туристичного бізнесу. Туристські ресурси виступають ядром, навколо якого формуються туристичні кластери [6, с. 15], тому, що саме вони є тим спонукальним мотивом, який викликає у населення бажання до розширення туристичних поїздок, і тому саме їм належить провідна роль у формуванні туристичних кластерів. Набір привабливих природних туристичних ресурсів знижує витрати на створення кластерів, тоді як створення штучних атрактів вимагає залучення більших капіталовкладень. Туристичні ресурси володіють специфікацією, яку необхідно враховувати при аналізі кластера, оскільки вони домінують при визначенні особливостей кластера та є його складовими елементами. Саме унікальність туристичних ресурсів і місцеві традиції впливають на вибір профілю туристичного кластеру.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідженням напрямків формування туристичних кластерів у Середземноморському регіоні займаються відомі зарубіжні науковці — К. Глипти [7], М. Гомес-Вега [8], С. Домі [6], Х. Дочай [6], А. Ерреро-Пріето [8], Е. Кадіу [6], Н. Калогерас [7], М. Крамер [10], В. Лопес В. [8], А. Мандіч [9], А. Петрич [9], С. Півчевич [9], М. Портер [10], Д. Скурас [7], І. Спіланіс [7], А. Терополларі [6].

Українські науковці також вивчають особливості кластеризації туристичних послуг країн

Середземноморського басейну — О. Альбещенко [1], С. Боровик, С. Бабушко [2], М. Бігус [3], В. Герасименко, Я. Гончаренко, І. Давиденко [5], С. Коляденко [4], Л. Матвийчук, О. Михайлюк [5], О. Назаренко, Н. Нечаєва, В. Павлоцький, С. Сидорук, А. Стеба, О. Шикіна, С. Ярьоменко та інші.

Оскільки туристичні кластери функціонують на певній географічно обмеженій території, а дії учасників зосереджені на створенні інтегрованого туристичного продукту, тому існує необхідність дослідити перспективи розширення їхніх масштабів та міжнародної конкурентоспроможності у Середземноморському регіоні

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є аналіз сутнісних характеристик, змістовної наповненості, специфічних особливостей та функцій туристичних кластерів Середземномор'я.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Феномен кластерів чи мережових форм ведення бізнесу досліджується лише в останні десятиліття у зв'язку з виходом робіт М. Портера, у яких кластеризація оцінюється як домінантна концепція регіонального розвитку. Концепція кластера є новий спосіб бачення національної економіки, регіональної та місцевої економіки, а також вказує на нові ролі компаній, урядів та інших організацій, які прагнуть підвищення конкурентоспроможності [10, с. 85]. Кластер — це група географічно сусідніх взаємозалежних компаній і пов'язаних з ними організацій певної сфери, що характеризуються спільністю діяльності та взаємодоповнюють одна одну. За умов глобалізації кластери є ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності не тільки на рівні підприємств, галузей, регіонів, але й держав загалом. До цього часу, за оцінкою експертів, кластеризацією охоплено близько 50% економік провідних країн світу, наприклад, в ЄС нара-

ховується вище 2 тис. кластерів, у яких зайнято 38% трудових ресурсів [12, с. 47].

Індустрія туризму Середземноморського регіону має ряд специфічних особливостей, що надають актуальність кластерному підходу в розвитку сфери відпочинку та подорожей: ширина та глибина міжкраїнових зв'язків, фрагментарна структура, переважаючі форми малого та середнього бізнесу, нематеріальний характер туристичного продукту. Закордонний досвід функціонування туристичних кластерів підтверджує, що вони базуються, першою чергою, на основі визначних історико-культурних і природних місць території, що формує основний туристичний потік, а інші ресурси регіону дозволяють залучати додаткових подорожуючих і збільшувати тривалість їх перебування [6, с. 40]. Специфікою туристичних макрорегіонів є роль держави в організації та функціонуванні туристичних кластерів. В економіці розвинутих країн туристичні послуги є одним із найважливіших інструментів зростання ВВП. Кластер у туризмі — це зосереджений на території туристичного пункту господарський комплекс підприємств та організацій, учасники якого об'єднані в єдиний ланцюг створення інтегрованого туристичного продукту; мають структуру управління та механізм координації та регулювання господарської діяльності; співпрацювати в спільних інтересах залучення туристів та підвищення міжнародної конкурентоспроможності відпочинкових напрямків [11, с. 3].

Цілком очевидно, що весь середземноморський регіон не може конкурувати з іншими напрямками. Вірніше, субрегіони у Середземномор'ї, що представляють кластери країн зі схожими характеристиками та пропозицією специфічних типових видів відпочинку (наприклад, Кіпр/Греція/Туреччина; Алжир/Марокко/Туніс; Єгипет/Ізраїль/Ліван) можуть конкурувати з іншими напрямками за межами Середземномор'я. В ідеалі, наприклад, на території Ізраїлю, Палестини, Сирії, Єгипту, Іраку повинен існувати міждержавний кластер, основною діяльністю якого була б організація паломницького, релігійного та пізнавального туризму. Потужні туристські регіональні кластери сформувалися на узбережжі Середземного, Адріатичного, Іонічного, Тірренського, Егейського, Лігурійського морів [7, с. 15].

Ключовими факторами успіху туристичного кластера, на думку фахівців, є наявність унікальної цінності макрорегіону, формування його бренду [4, с. 20] на основі відповідності рівня сервісу та інфраструктури вимогам ключових туристичних потоків, використання усіх

наявних ресурсів і надання додаткових послуг для збільшення часу перебування туриста у регіоні. Розвиток туристичного кластера має, перш за все, враховувати структуру відпочиваючих, яких необхідно і можливо залучити у Середземноморський регіон. Так, для внутрішнього туристичного сервісу пріоритет віддається ціні та розвитку транспортної системи; для ділового туризму навпаки, принциповим є сервіс-розміщення та рівень комфорту; для в'їзного туризму важливі сервіс, трансфер і ціна, наявність якірних туристичних елементів. За рахунок останніх необхідно привернути увагу до інших туристичних об'єктів і маршрутів; розвивати інші види туризму (сільський, активний, тощо). Зміщення акценту з культурно-пізнавального туризму на активний, дозволить залучити клієнтів з більш високим рівнем доходів [1, с. 18].

У світові туристичній індустрії виокремлюють різні географічні структурні схеми туристських кластерів. Так основокластерні організації туризму в Туреччині, Італії, Греції та інших країнах Середземномор'я мають різну структуру — "стрічковий", "зірковий" або "розсереджений" каркас, котрий багато в чому залежить від стану транспортної інфраструктури, специфіки туристських ресурсів, наявності в кластері рівнозначних міст (курортів), історичних та географічних умов розвитку регіону (країни). Існує кілька факторів, які сприяють формуванню міждержавних туристичних кластерів Середземноморського регіону [9, с. 7]:

- територіальна близькість туристських кластерів різних країн;
- відсутність адміністративних та візових бар'єрів;
- налагоджені міжнародні відносини між країнами;
- близьке мовне середовище, спільність історії розвитку;
- загальна транспортна інфраструктура, що об'єднує водні системи;
- належний стан фінансового, економічного, політичного, природного середовища та систем безпеки.

Водночас, додатково до представлених вище факторів діяльності туристичних кластерів, необхідно враховувати наступні показники: динаміку та структуру туристичного потоку; середню кількість днів перебування туриста на території; доходи, одержувані підприємствами туристичної сфери на одного туриста; кількість працівників, зайнятих у туристичній сфері, повторне відвідування кластера та поява нових атракцій у кластері. Важливо,

що аналіз туристичного кластера і розрахунок представлених вище показників повинні будуватися за певним алгоритмом [3, с. 50].

Оскільки кластер за визначенням — це група географічно взаємодіючих компаній та організацій, він повинен мати територіальну прив'язку. Отже, кластер має географічні кордони. Межі туристичного кластера можна визначити в результаті аналізу сукупності туристичних маршрутів. Географічний каркас туристичних кластерів країн Середземноморського регіону формують транспортні комунікації (дорожня мережа, річкові та морські комунікації), які поєднують між собою "опорні пункти" кластера в межах його кордонів. "Опорні пункти" — це населені пункти, що становлять інтерес для організації туристичної діяльності та мають необхідну для цього інфраструктуру, підприємства та об'єкти [8, с. 11].

Окрім "опорних пунктів", туристський кластер може мати "центри туристських потоків" — великі населені пункти, через які до кластера прибувають туристи з інших регіонів та країн. Як правило, такі центри є не тільки пунктами прибуття та вибуття туристів, відправною точкою всіх маршрутів, але й самі мають потужні туристичні ресурси. Основні характеристики кластера (структура, географічні межі, тип географічного каркасу) можуть бути використані в ході ідентифікації кластера та проведення аналізу його стану (виявлення конкурентних переваг та проблем, негативних факторів, що перешкоджають розвитку кластера; аналіз поточного становища кластера в порівнянні з попереднім періодом або з кластерами-конкурентами).

Можна сформулювати наступні принципи, необхідних функціонування туристичного кластера [2, с. 34]:

- необхідно забезпечити для усіх суб'єктів діяльності належний рівень взаєморозуміння та готовності до співпраці;

- принципи рівноправності та паритету між усіма учасниками процесу;

- конструктивний діалог, спрямований отримання конкретних результатів;

- принципи добровільності у плані вибору рівнів та форми спільної роботи;

- суб'єкти кластера якнайповніше інформують один одного в процесі спільної діяльності;

- кожен учасник процесу виконує всі взяті він зобов'язання, визначені укладеним договором.

Сутність туристичного кластера розкривається через його основні функції [5, с. 112].

По-перше, туристичний кластер дозволяє притягти до бюджету регіону іноземної валюти, збільшити податкові надходження. Кластер дозволяє підвищити продуктивність праці та впровадити інновації, розвинути місцеву інфраструктуру та збільшити кількість робочих місць. Діяльність туристичного кластеру створює стимул для збільшення масштабу діяльності підприємств, пов'язаних із виготовленням різного роду продукції, зокрема сувенірної. Туристичний кластер стимулює природоохоронну діяльність, а також сприяє збереженню історико-культурної спадщини.

По-друге, розвиток туристичного кластера сприяє розвитку рекреаційного потенціалу регіону, що, своєю чергою, стимулює збереження людського потенціалу та трудових ресурсів і реалізує таким чином соціальну функцію. Діяльність туристичного кластера можна назвати безпечною у плані екології, вона стимулює раціональне використання людського дозвілля, сприяє міжрегіональному співробітництву.

По-третє, діяльність туристичного кластера дозволяє поєднати відпочинок з отриманням туристами нової інформації, що збагачує їх життєві уявлення та розвиває інтелектуальні здібності. Це інформація про історію та культуру, традиції, побут інших народів. Туризм дозволяє певною мірою виховувати молоде покоління, передаючи представникам традиційні цінності, виконуючи при цьому гуманітарну функцію.

У середземноморському регіоні успішно функціонують розташувалися національні туристичні кластери [9, с. 16]:

- Іспанії (Коста-Брава, Коста-дель-Маресме, Коста-дель-Гарраф, Коста-Дорада, Коста-Бланка, Костадель-Соль, Коста-де-ла-Луз, Канарські острови, Балеарські острови);

- Франції (Блакитний берег — Ніцца, Канни, Ментона, Антіб, Грас, Сен-Тропе, Вільфранш-Сюр-Мер, Жуан-ле-Пен, Гольф-Жуан, Сен-Рафаель, Вільнев-Лобе);

- Італії (Лігурія, Палермо, Трапані, Наполі, Женова, Венеція, Форте де Марміл, Сорренто, Мінорі, Мессіна, Песаро і т.д.);

- Греції (Гліфада і Вульгмені, о. Корфу, о. Кріт, Лутракі, о. Міконос, Паралія Катерині, о. Родос, п-в Халкідікі, о. Евія, п-в Пелопонес);

- Хорватії (Ровінь, Дубровник, Спліт, Істрія, Нікола, Опатія, Пореч, Кварнерські острови, о. Брач);

- Туреччини (Аланія, Анталія, Белек, Батман, Бодрум, Ван, Гюмюльдур, Газіантеп, Даламан, Діярбакир, Інджекум, Сіде, Ерзурум,

Ізмір, Кемер, Кушадаси, Малатья, Мармаріс, Трабзон, Фетхіс, Чешме);

— Єгипту (Хургада, Абурамад, Ель-Ерк-Ель-Сагір, Верк, Махмудат, Абу-Нухас, Онгош, Ум-Гаммар, Шабрур-ум-Гаммар, Карлос-Ріф, Гіфтун);

— Тунісу (Сус, Хаммамет, Монастир, Мах-дія, острів Джерба, Табарка, Порт Ель-Кантауї, Кайруан, Сканес, Габес, острови Сіді-Фредж, Шаргі та Гарбі).

Досвід країн Середземномор'я, підтверджує, що туристичні кластери підвищують ефективність економіки і таким чином впливають на добробут регіону. При формуванні кластерів відбувається найбільша віддача від рекреаційних ресурсів, якими володіє країна або регіон. У багатьох розвинених країнах туристичні кластери вже стали приватною формою бізнес-груп. Горизонтальна і вертикальна інтеграція підприємств і організацій різних галузей, що входять в кластер, дозволяє ефективно використовувати внутрішні ресурси, що має принципове значення для розвитку кластерів. При цьому на розвиток кластерів впливають процеси глобалізації та регіоналізації, що проходять у світовій економіці. Метою формування туристичного кластера є оптимізація такого явища як економічна стійкість регіону [7, с. 12]. Синергетичний ефект, створюваний кластеризацією, дозволяє з великим успіхом розвивати інфраструктуру, збільшувати ефективність діяльності суб'єктів, що входять до кластера. Кластеризація стимулює інноваційну діяльність, дозволяє розвивати нові напрями у туристичному бізнесі.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Отже, процес кластероутворення у Середземноморському регіоні сприяє вирішенню цілого ряду проблем і завдань, зокрема, раціонально використовувати наявний природний потенціал регіону, розвивати внутрішній та в'їзний туризм, створити ефективний та конкурентоспроможний регіональний туристичний комплекс, продемонструвати історико-культурну спадщину регіону, сформувати систему державного регулювання туризму, підтримувати середнє та мале підприємництво, що функціонує у туристичній сфері. Окрім того, створення туристичного кластера дозволяє розробити єдину маркетингову стратегію щодо просування туристичного продукту, створити туристичний імідж регіону, залучити позабюджетні джерела, спрямовані на будівництво нових туристичних об'єктів та реконструкцію старих.

Водночас, забезпечується необхідна у розвиненому туристичному регіоні система підготовки та перепідготовки кадрів, формуються інвестиційні майданчики, діяльність яких спрямована на реалізацію механізмів розвитку малого та середнього бізнесу та приватного та державного партнерства.

Утворення туристичного кластера, який характеризується гнучкістю та адаптивністю до навколишнього середовища, дозволяє Середземноморським країнам послідовно поглиблювати спеціалізацію, зосередитися на нових та найбільш витончених видах діяльності. Така економіка швидко освоює унікальні, єдині у своєму роді виробничі компетенції та набуває унікальних порівняльних переваг, що підвищує інвестиційну привабливість. У результаті території, де з'являються кластери, стають більш привабливими для інвесторів, що допомагає їм інтегруватися у глобальні мережі та вписатися в ситуацію глобальної конкуренції.

Література:

1. Альбещенко О. С. Світовий досвід державного регулювання та управління розвитком туристично-готельного підприємництва на прикладі країн Європи та США. *Modern Economics*, № 38. (2023). С. 16—21.
2. Бабушко С.Р. Туризм і гостинність: досвід і сучасні реалії: колективна монографія. Київ: Вид-во ФОП Гуляєва В.М., 2021. — 244 с.
3. Бігус М. М. Кластеризація як перспектива розвитку міжнародного туризму та активізатор економіки в Україні. *Науковий вісник НАТУ України. Серія економічна*. — 2017. — Вип. 27 (2). С. 48—52.
4. Коляденко С. В. Формування іміджу регіону в умовах розвитку туристичних кластерів. *Економіка і організація управління*. № 3 (31). 2018. С. 16—23.
5. Концептуальні підходи до організації та діяльності туристичних кластерів: монографія / За заг. ред. І.В. Давиденко і О.Л. Михайлюк — К.: ФОП Гуляєва В.М., 2020. — 497 с.
6. Docaj, X., Domi, S., Teropollari, A., Kadiu, E. *Tourism Clusters, Characteristics, Principles and Developing Theory*. *European Journal of Marketing and Economics*. 2018. Volume 1, Issue 3, pp. 39—43.
7. Glyptou K., Kalogeras N., Skuras D., Spilanis I. *Clustering Sustainable Destinations: Empirical Evidence from Selected Mediterranean Countries*. *Sustainability*, 2022, № 14, pp. 1—21.
8. Gomez-Vega M., Herrero-Prieto L. Lopez V. *Clustering and country destination performance at a global scale: Determining factors*

of tourism competitiveness. *Tourism Economics*, 2021, pp. 1–21.

9. Pivcevic Smiljana & Petric Lidija & Mandic, Ante. 2020. "Sustainability of Tourism Development in the Mediterranean-Interregional Similarities and Differences," *Sustainability*, MDPI, 2020, vol. 12 (18), pp. 1–17.

10. Porter, Micheal E. and Kramer, Mark R. (2006). "Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility", *Harvard Business Review*, 2006, pp. 78–92.

11. UNWTO/ World Tourism Barometer, Madrid, Spain. 2023. 9 p.

12. World Travel & Tourism Council (2023). *Travel & Tourism Economic Impact*. London: World Travel & Tourism Council. 417 p.

References:

1. Albeshchenko, O. S. (2023), "World experience of state regulation and management of the development of tourism and hotel entrepreneurship on the example of European countries and the USA", *Modern Economics*, vol. 38, pp. 16–21.

2. Babushko S.R. (2021), *Turyzm i hostynnist: dosvid i suchasni realii* [Tourism and hospitality: experience and modern realities], FOP Gulyaev V.M., Kyiv, Ukraine.

3. Bigus, M. M. (2017), "Clustering as a prospect for the development of international tourism and an activator of the economy in Ukraine", *Scientific Bulletin of National Technical University of Ukraine. The series is economical*, vol. 27, pp. 48–52.

4. Kolyadenko, S. V. (2018), "Formation of the image of the region in the conditions of the development of tourist clusters", *Economics and management organization*, vol. 3, pp. 16–23.

5. Davydenko, I.V. and Mykhailiuk, O.L. (2020), *Kontseptualni pidkhody do orhanizatsii ta diialnosti turystychnykh klasteriv* [Conceptual approaches to the organization and activity of tourist clusters], FOP Gulyaev V.M., Kyiv, Ukraine.

6. Docaj, X. Domi, S. Teropollari, A. and Kadiu, E. (2018), "Tourism Clusters, Characteristics, Principles and Developing Theory", *European Journal of Marketing and Economics*, vol. 1, pp. 39–43.

7. Glyptou, K. Kalogeras, N. Skuras, D. and Spilanis, I. (2022), "Clustering Sustainable Destinations: Empirical Evidence from Selected Mediterranean Countries", *Sustainability*, vol. 14, pp. 1–21.

8. Gomez-Vega, M. Herrero-Prieto, L. and Lopez, V. (2021), "Clustering and country destination performance at a global scale: Determining

factors of tourism competitiveness", *Tourism Economics*, vol. 1, pp. 1–21.

9. Pivcevic, S. Petric, L. and Mandic, A. (2020), "Sustainability of Tourism Development in the Mediterranean-Interregional Similarities and Differences", *Sustainability*, MDPI, vol. 12, pp. 1–17.

10. Porter, M. and Kramer, M. (2006), "Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility", *Harvard Business Review*, pp. 78–92.

11. UNWTO. (2023), *World Tourism Barometer*, Madrid, Spain.

12. WTTC. (2023), *Travel & Tourism Economic Impact*, London, UK.

Стаття надійшла до редакції 23.08.2023 р.

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України (Категорія «Б») з

ЕКОНОМІЧНИХ НАУК та ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

(Наказ Міністерства освіти і науки України
№ 886 від 02.07.2020)

Спеціальності - 051, 071, 072, 073, 075, 076, 281, 292