

Опанасюк Н. А.
кандидат юридичних наук, доцент кафедри
туризму Національного університету фізичного
виховання і спорту України,
перший віце-президент Туристичної асоціації України

Охріменко А. Г.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент Київського національного
торговельно-економічного університету

КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД У РЕГІОНАЛЬНОМУ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Актуальність і проблемність досліджень, пов'язаних із розвитком туристичних кластерів, зумовлена: 1) ймовірною значною ефективністю кластерних утворень у туризмі; 2) недостатністю досліджень щодо формування й функціонування таких кластерів; 3) відсутністю єдиної методики ідентифікації регіональних туристичних кластерів; 4) недосконалістю механізму державно-приватного партнерства щодо розвитку туризму; 5) відсутністю правових норм щодо утворення й функціонування туристичних кластерів. Саме тому актуалізується питання дослідження сутності, місця й ролі туристичних кластерів на регіональному рівні та обґрунтування необхідності їх функціонування й розвитку в Україні.

Як зазначають провідні науковці й практики, застосування кластерного підходу найбільш актуально саме на регіональному рівні внаслідок необхідності тісного контакту між учасниками кластера, що припускає деяке територіальне обмеження. Розташування в одному регіоні співучасників дозволяє оперативно визначати мету, завдання та приймати необхідні рішення щодо існуючих проблем.

У сучасній науці існують різні думки і підходи щодо сутності кластерів, узагальнюючи їх, зазначимо такі трактування:

- географічна концентрація подібних, суміжних або додаткових підприємств з активними каналами для бізнес-трансакцій, комунікацій і діалогу, які поділяють спеціалізовану інфраструктуру, робочі ринки, послуги та мають спільні можливості або загрози;
- галузеве або територіальне добровільне об'єднання підприємницьких структур, які тісно співпрацюють з науковими (просвітницькими) установами, громадськими організаціями та органами влади з метою підвищення конкурентоспроможності власної продукції та сприяння економічному розвитку регіону;
- мережа постачальників, виробників, споживачів, елементів промислової інфраструктури, дослідницьких інститутів, взаємозалежних в процесі створення доданої вартості;
- група розташованих на певній території взаємозалежних підприємств і організацій, які доповнюють та посилюють конкурентні переваги один одного;

– група локалізованих взаємозалежних компаній, постачальників обладнання, комплектуючих, спеціалізованих послуг тощо, науково-дослідних і навчальних інститутів, інших організацій, які доповнюють і посилюють конкурентні переваги один одного [6].

Таким чином, можна констатувати, що кластер являє собою територіально-виробничу й галузеву форму об'єднання певних суб'єктів (підприємств, установ та ін.), що характеризуються спільністю діяльності, використанням спеціалізованої інфраструктури і ресурсів, взаємодоповненням один одного та підсиленням конкурентних переваг.

Вивчення та узагальнення пропонованих зарубіжними і вітчизняними вченими підходів до характеристики сутності кластерів дозволяє зробити висновок, що вони розглядаються з трьох основних точок зору:

- як регіонально обмежені форми економічної активності в певних секторах економіки;
- як вертикально інтегровані виробничі ланцюжки (наприклад, «постачальник - виробник - продавець - споживач»);
- як високо агреговані галузі або сектори економіки [3; 5].

Кластерний підхід є досить перспективною основою для створення нових форм співпраці в туристичній сфері. Згідно із дослідженнями, туристичний кластер - це комплекс територіально локалізованих і взаємопов'язаних підприємницьких структур різних галузей господарства великого міста, діяльність яких спрямована на створення умов для духовних та емоційних переживань споживача турпослуг, і підвищення конкурентоспроможності міста на вітчизняному й міжнародному туристичних ринках [2]. У цьому визначенні слід звернути увагу, що поняття «велике місто» охоплює також і «регіон».

Варто також відмітити, що у аналізі, запропонованому М. Портером, при вивченні структури економіки США, серед дев'яти сервісних кластерів виділено таку категорію як «гостинність і туризм, таксі, сервіс розваг» [1]. Отже, в основоположних працях щодо кластерів мова йшла про використання їх і в туризмі. До факторів, що посилюють необхідність створення та функціонування кластерних утворень в туризмі, можна віднести:

- зростання рівня конкуренції між туристичними підприємствами, регіонами та окремими країнами, що викликано світовою економічною кризою, політичними й соціальними чинниками;
- наявність процесів концентрації туристичного ринку, зменшення кількості туроператорів і турагентів;
- низький рівень розвитку туристичної інфраструктури;
- неефективність застосування механізмів державно-приватного партнерства саме в сфері туризму.

Метою функціонування туристичного кластера є об'єднання ресурсів, ідей, можливостей різних структур у єдиний комплекс щодо найефективнішого представлення ресурсів регіону, формування та реалізації турпродукту на різних ринках. До важливих рис кластерів варто віднести провідну роль в них малих і середніх підприємств, що вказує на значення регіональних ресурсів для

функціонування кластера. Кластери можуть стати основою ефективного економічного розвитку регіонів, будучи інноваційними системами. Як зазначає проф. Д. Стеченко, «кластерний підхід у сфері туризму активізує підприємництво через концентрацію ділової активності, тому сприяє створенню робочих місць, доходів, поліпшенню якості турпослуг, життя населення на території його запровадження. Досягається це завдяки зростанню конкурентоспроможності, можливості інтеграції інтелектуальних, природно-рекреаційних, трудових, фінансових, матеріальних ресурсів у забезпеченні якості виробництва та надання послуг» [7].

Значення розвитку та функціонування туристичних кластерів для регіональної економіки може полягати у наступному:

- створення сприятливого середовища для залучення туристів, що передбачає зростання грошових, у тому числі валютних надходжень;
- зміцнення конкурентних переваг та доходності підприємств і організацій, що сприятиме збільшенню ними податкових виплат;
- покращення загального рівня розвитку та галузевої структури господарства регіону; стимулювання залучення інвестицій;
- сприяння розвитку малого і середнього бізнесу та розвитку підприємницької ініціативи;
- стимулювання інноваційної активності підприємницьких структур, у тому числі щодо туризму (розробка пропозицій нових туристичних маршрутів, продуктів і послуг);
- створення умов для професійного розвитку трудових ресурсів;
- зростання рівня зайнятості та, відповідно, зниження соціальної напруженості на ринку праці;
- зменшення дотаційної залежності одних регіонів і покращення фінансової незалежності інших;
- забезпечення об'єднання зусиль підприємницьких структур та органів влади для вирішення соціально-економічних завдань, що є найефективнішим механізмом приватно-державного партнерства;
- посилення ролі економічних факторів в управлінні кластерами і, відповідно, зменшення адміністративних.

До переваг розвитку туристичних кластерів для його безпосередніх учасників слід віднести:

- підвищення конкурентоспроможності підприємницьких структур;
- скорочення витрат (поточних, на підготовку та навчання персоналу, спільні маркетингові дослідження і т.д.);
- більш широкі можливості проведення маркетингових досліджень, рекламних компаній, PR-акцій, розширення ринків збуту;
- можливості ефективного обміну ідеями між фахівцями, а отже, формування конкурентного середовища.

Туристичний кластер може включати в себе безпосередньо туристичні підприємства (туроператори, турагенти), підприємства готельного господарства (готелі, мотелі, кемпінги тощо), музеї, виставкові центри, окремі заклади

ресторанного господарства, транспорту, розваг, спортивної інфраструктури, реклами та інші організації, пов'язані з туристичною та супутньою інфраструктурою.

Виділяються ознаки, що дозволяють ідентифікувати наявність туристичного кластера на території, зокрема, це:

- територіальна локалізація підприємств туристичної та рекреаційної спрямованості;
- наявність унікальних туристичних ресурсів;
- присутність на території туристичних підприємств, що пропонують конкурентоспроможні турпродукти;
- існування інфраструктури, достатньої для започаткування туристичної діяльності;
- наявність стійких економічних зв'язків між організаціями, орієнтованими на задоволення суспільних потреб в туризмі і рекреації;
- здатність туристичних підприємств території залучати туристів, які відрізняються високою вимогливістю до якості й складу туристичних послуг;
- наявність державних і громадських інститутів підтримки туристичної діяльності в регіоні [6].

У нашій країні існують окремі приклади туристичних кластерів, хоча деякі із них досить успішно функціонують, зокрема одним із перших - кластер сільського зеленого туризму у смт. Гриців Шепетівського району Хмельницької області, що був створений у 2002 році. В Україні також функціонують такі кластери, як: «Туристичний кластер – Славутич» (Київська область), туристичний кластер «Вознесенськ» (Миколаївська область), туристично-рекреаційний кластер «Гоголівські місця Полтавщини» (Полтавська область), туристичний кластер євро регіону «Слобожанщина» (Харківська область), транспортно-туристичний кластер «Південні ворота України» (Херсонська область), асоціація «Поділля Перший» (Хмельницька область), кластер водного туризму (Чернігівська область), а також кластери у Івано-Франківській та Луганській областях. Крім того, майже в кожній області існує доцільність створення туристичних кластерів [6].

Низький рівень розвитку кластерів в Україні пояснюється різними причинами: від відсутності інформації щодо їх ефективного функціонування до складних економічних проблем. Можна узагальнити наступні фактори, що негативно впливають на створення і функціонування туристичних кластерів в Україні:

- відсутність нормативно-правової бази та державної підтримки щодо створення умов для розвитку таких утворень (у законодавстві відсутній термін «кластер»), а проект концепції розвитку кластерних утворень не був прийнятий;
- відсутність інформаційної бази щодо необхідності, переваг і механізму функціонування туристичних кластерів та програм їх розвитку;
- низький рівень підприємницької ініціативи та довіри між можливими учасниками кластеру (бізнес-структури, владні органи) та небажання ділитися інформацією, знаннями, досвідом.

Одним із шляхів, що може сприяти розвитку туристичних кластерів є впровадження на державному та регіональних рівнях кластерної політики, під якою варто розуміти «сукупність планових заходів, що проводяться регіональними органами виконавчої та законодавчої влади, щодо створення та підтримки розвитку кластерів на певних територіях. Вони включають в себе інвестиційні, фінансові механізми, інформаційну підтримку і заходи нормативно-правового забезпечення [5]. Цілями кластерної політики є підвищення конкурентоспроможності і інноваційного потенціалу підприємств та окремих галузей, розвиток малого і середнього бізнесу та сприяння диверсифікації регіональної економіки.

Таким чином, кластери як інноваційна форма розвитку регіональної економіки є досить перспективними для України. Зважаючи на специфіку туризму, його міжгалузевий характер та територіальну локалізацію, існує необхідність розгляду та здійснення туристичної діяльності з позицій кластерного підходу. Тому важливо розвивати регіональне бізнес-середовище на основі державно-приватного партнерства з використанням сприятливих природно-кліматичних і культурно-історичних ресурсів з метою розвитку туризму. Такі умови сприятимуть розвитку кластерів, і, відповідно, ефективнішому функціонуванню регіональної економіки, оскільки кластери є не спонтанним об'єднанням, а стійкою системою й каталізатором позитивних соціально-економічних процесів.

Список використаних джерел:

1. Портер М. Конкуренция: пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
2. Оксенюк К.І. Кластерна модель нарощення стратегічного потенціалу регіону // Економічний форум. №2.- 2011. [Електронний ресурс] - Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekfor/2011_2/24.pdf
3. Коль О.Д. Концептуальные основы формирования кластера туристских предпринимательских структур по въездному туризму в крупном городе // Проблемы современной экономики. - №1 (33).- 2010.
4. Левченко Т.П., Яковлева-Чернышева А.Ю. Методические подходы к идентификации рекреационного кластера // Проблемы современной экономики.- № 1 (37).- 2011.
5. Voiko M., Bosovska M., Vedmid N., Melnychenko S., Okhrimenko A. Development of the tourist cluster // Problems and Perspectives in Management. – 2017. – №. 4 – С. 134-149.
6. Охріменко А.Г. Туристичні кластери як перспективні напрями регіонального розвитку // Університетські наукові записки. – 2013.- № 1.- С. 495 – 500.
7. Стеченко Д.М. Наукова сутність процесу кластеризації в сфері туризму // Вісник Хмельницького інституту регіонального управління та права – С. 376-380. [Електронний ресурс] - Режим доступу : <http://www.univer.km.ua/visnyk/684.pdf>