

УДК 338.48

Щеглюк С.Д.

*кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник сектору просторового розвитку
Інституту регіональних досліджень імені М.І. Долишнього
Національної академії наук України*

ПЕРЕВАГИ КЛАСТЕРНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ У РЕГІОНІ

Статтю присвячено обґрунтуванню доцільності виявлення переваг кластеризації у туристичній сфері регіону для підвищення рівня її конкурентоспроможності. Розкрито конкурентні переваги на трьох рівнях організації кластерних утворень: нано-, мікро- та мезо-. Доведено доцільність вирішення низки завдань регіональних програм шляхом активізації регіонального туристичного кластеру.

Ключові слова: кластеризація, конкурентні переваги, туристичний кластер, регіональна програма, показники ефективності діяльності кластера.

Щеглюк С.Д. ПРЕИМУЩЕСТВА КЛАСТЕРНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ В РЕГИОНЕ

Статья посвящена обоснованию целесообразности выявления преимуществ кластеризации в туристической сфере региона для повышения уровня ее конкурентоспособности. Раскрыты конкурентные преимущества на трех уровнях организации кластерных образований: нано-, микро- и мезо-. Доказана целесообразность решения ряда задач региональных программ путем активизации регионального туристического кластера.

Ключевые слова: кластеризация, конкурентные преимущества, туристический кластер, региональная программа, показатели эффективности деятельности кластера.

Shcheglyuk S.D. BENEFITS OF CLUSTER TOURISM SECTOR IN THE REGION

The article deals rationale identify the benefits of clustering in the tourism sector in the region to improve its competitiveness. Revealed competitive advantage at three levels of cluster formations, nanolevel, microlevel and mesolevel. The expediency of solving a number of problems of regional programs by enhancing regional tourism cluster.

Keywords: clustering, competitive advantages, tourism cluster, regional program performance of the cluster.

Постановка проблеми. В Україні тривають процеси реформування влади і реорганізації економіки на тлі зatoryжної антитерористичної операції та євроінтеграційних прагнень, що значно ускладнює умови розвитку бізнесу. Головним завданням уряду на сьогоднішньому етапі є формування сприятливих умов діяльності бізнесу для забезпечення приросту ВВП, росту внутрішнього ринку та підвищення купівельної спроможності громадян. Пошук нових точок зростання та розуміння принципів оптимальної локалізації видів діяльності лежить в основі реалізації стратегічних завдань розвитку регіонів та держави. В умовах нестабільності активізується увага до ефективних видів інтеграції для мінімізації витрат, ризиків господарської діяльності та підвищення ефективності й конкурентоспроможності підприємств. Саме такими формами організації підприємницької діяльності визнано кластери, які є просторовими утвореннями із налагодженою горизонтальною інтеграцією в межах одного або суміжних видів економічної діяльності, характеризуються концентрацією підприємств та високим рівнем інноваційності, а відтак і конкуренції товарів та послуг. Доведено, що виявлення конкурентних переваг регіону та створення низки кластерів є перспективним напрямом зниження диспропорцій розвитку економічного простору. Тому, актуальність теми даного дослідження, що стосується виявлення та оцінки переваг кластерної організації підприємств регіону у туристичній сфері, є важливою з огляду на переорієнтацію туристичних потоків внутрішніх та зовнішніх туристів через військовий конфлікт на Сході України, активізацію малого прикордонного руху, спрощення політики перетину кордону в перспективі впровадження безвізового режиму з ЄС та формування сталого розвитку туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку кластерів, переваги кластеризації економіки та підвищення конкурентоспроможності економіки розкрито у працях М. Портера [1], С. Соколенка [2],

В. Чужикова [3], характеристика туристичних кластерів, особливості формування та становлення, оцінка ефективності господарської діяльності, маркетингові стратегії розвитку туристичних кластерів та чинники їх створення широко висвітлені у працях О. Коваль [4], Т. Ткаченко [5] та ін. вітчизняних і зарубіжних вчених.

Постановка завдання. Позитивно оцінюючи напруження вчених, зазначимо, що недостатньо уваги приділено саме перевагам кластеризації туристичної сфери над іншими видами інтеграції та організації виробничої діяльності, а також складовим конкурентних переваг для розвитку туристичного кластера в регіоні. Метою даної публікації є визначення конкурентних переваг формування туристичного кластеру в регіоні, виявлення переваг кластерної організації туристичного бізнесу над іншими просторовими формами організації економічної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зауважимо, що під «кластеризацією економіки» ми розуміємо процес становлення мережевої просторової форми організації економічної діяльності, шляхом об'єднання підприємства та установ, встановлення між ними співпраці, результатом якої є оптимізація діяльності розрізнених суб'єктів господарювання та утворення кластерів, як інструментів підвищення конкурентоспроможності. У найближчі роки, на думку експертів, просторова організація туристичної сфери буде визначатися формуванням цілої низки регіональних і локальних кластерів. Кластери є сучасною організаційною формою, що сприяє кооперації, стратегічно узгодженій діяльності підприємств і організацій, переходу на інноваційний шлях розвитку економіки і зростання міжнародної конкурентоспроможності [6, с. 100; 7, с. 26-27].

Згідно з означення, до туристичних кластерів відносяться групи підприємств, сконцентрованих географічно в межах регіону, які спільно використовую-

ють туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність [8, с. 43].

Туристичний кластер в регіоні формується навколо стратегічних підприємств і спрямовує діяльність на внутрішніх та зовнішніх споживачів туристичного регіонального ринку завдяки створенню нового туристичного продукту на основі маркетингових комунікацій. Дослідження туристичної сфери з використанням перспективних просторових форм організації діяльності дають можливість стверджувати, що підвищення ефективності, конкурентоспроможності та інноваційного розвитку можна досягти за умов економічного зближення суб'єктів туристичної сфери діяльності і розташування їх у певному регіоні.

Отже, кластер в туризмі – це взаємопов'язана мережа підприємств, що сконцентровані на території туристичного регіону (міста, району), всі учасники якого беруть участь у формуванні єдиного ланцюжка створення вартості туристичного продукту та підпорядковані єдиному механізму управління економічною діяльністю й пов'язані з наданням туристичних послуг.

Зазначимо, що до складу туристичного кластеру входять як підприємства споріднених видів діяльності (туроператори та турагенти; діяльність готелів та ресторанів; підприємства, що надають послуги з організації подорожей та ін.). Окрім того, саме добровільна кластеризація сприяє економії витрат за рахунок впровадження більш ефективного методу просування туристичних послуг на внутрішній та зовнішній ринки.

У Львівській області на основі багатих природних ресурсів та історико-географічних пам'яток, внаслідок підтримки місцевої влади та раціонального стратегічного планування регіонального розвитку офіційно діє один локальний туристичний кластер – туристичний кластер м. Львова, рекреаційний кластер (курортполіс) м. Трускавець-Східниця, потенційним або протокластером визнано кластер сільського зеленого туризму. Як зазначають науковці, через законодавчу невизначеність терміну «кластер» у вітчизняній господарській діяльності, то слід говорити про «кластерні утворення», які діють за принципами інтеграції в кластер. Водночас вони наполягають на тому, що за кластерним підходом функціонує велика кількість підприємств в усіх галузях, і кластерних утворень в Україні набагато більше: асоціації, корпорації, консорціуми, концерни, господарські товариства та професійні спілки [9, с. 3].

Розуміння переваг у діяльності кластерів потребує детального наукового обґрунтування. Розкриємо суть поняття переваги та конкурентної переваги. Згідно зі словником української мови, під перевагами розуміють певну якість, властивість, що вирізняє що-небудь від чогось; кількість, більшу, ніж у когось чи чогось; привілей, особливе право на що-небудь [10]. У теорії конкурентних переваг «конкурентна перевага» трактується як перевага над конкурентами, що досягається за рахунок пропонування споживачам товарів чи послуг вищої якості або завдяки низьким цінам, або через надання великих вигод, які компенсують високі ціни на товари і послуги.

Зазначимо, що у моделі національного ромба конкуренції М. Портера взаємопов'язані ключові детермінанти конкурентних переваг для формування кластера:

1. Стратегія фірми, їх структура і суперництво.
2. Параметри попиту.
3. Споріднені та підтримувальні види економічної діяльності.

4. Якість бізнес-середовища (параметри чинників).

Окрім них суттєвий вплив на реалізацію конкурентних переваг мають можливості або шанси, а також влада (уряд, місцева влада тощо).

Серед параметрів чинників ми зазначили якість бізнес середовища, не применшуючи важливість конкурентних переваги інших ресурсів: природних, інформаційних, інфраструктурні та ін. Однак природні чинники регіону можуть давати конкурентні переваги лише в коротко- та середньостроковій перспективі (окрім унікальних), а основою довгострокових конкурентних переваг повинні бути спеціалізовані чинники, які у постіндустріальному суспільстві дають значний ефект: людський та соціальний капітал, інституційна інфраструктура, неформальні зв'язки (інституційні норми та правила) тощо.

Аналіз складових туристичного кластеру та особливостей його розвитку в регіоні на основі вивчення зарубіжного досвіду дозволяє виділити переваги його діяльності як для підприємства всередині кластеру (для видів економічної діяльності, або сфери), так і для соціально-економічного розвитку регіону, а також оцінити переваги функціонування кластерного утворення над іншими формами інтеграції виробничої діяльності.

Отже, діяльність регіонального туристичного кластера формує конкурентні переваги на трьох рівнях:

1) нанорівні – внутрішньокластерному, діяльнісно-видовому (між учасниками кластера);

2) мікрорівні – між різними формами просторової організації бізнесу (між кластером і вільними економічними зонами, курортполісом, асоціаціями та фаховими спілками тощо);

3) мезорівні – регіональному (між регіонами, у яких економіка кластеризована та некластеризована).

Особливістю туристичного кластеру є полісуб'єктність його складу та синергійні ефекти від реалізації конкурентних переваг на кожному з рівнів. При оцінці переваг діяльності підприємств (на нанорівні) туристичного кластера слід, на думку експертів, розглядати векторні значення показників, що відображають інтереси всіх учасників кластерного утворення до їх об'єднання та після [8, с. 45], а також рівень зростання конкурентоспроможності туристичного продукту, туристичної destinations тощо.

До таких показників відносять:

1. Покращення основних показників виробничо-господарської діяльності (обсяг реалізації, зростання замовлень, дохід, зниження собівартості виробництва, прибуток, рентабельність).

2. Показники ефективності використання окремих видів ресурсів – фондівдача, трудомісткість виробництва продукції, тощо.

3. Зростання інноваційної активності: кількість інноваційних ідей персоналу підприємства; частка реалізованих інноваційних ідей в загальній кількості висунутих новацій; часовий лаг між виробленням нової ідеї до початку здійснення проекту.

4. Доступність отримання додаткових позикових коштів.

5. Зниження ризиків операцій.

Брак статистичних даних з туристичної діяльності в регіоні не дозволяє оцінити показники діяльності підприємства кластера до їхньої інтеграції та після неї. Однак, попри недоліки у статистичному супроводі, науковцями розроблені методичні підходи до оцінки переваги діяльності підприємств різних видів діяльності в туристичному кластері над іншими професійними об'єднаннями. Для цього слід застосовувати соціологічне опитування з метою вияв-

лення рівня задоволеності туристичними послугами клієнтів, оцінки налагодження співпраці між місцевою, регіональною владою та бізнесом, рівня доступу до інновацій, рівня співпраці між малим та середнім бізнесом, якістю сформованого бізнес-середовища, прояву соціального ефекту для регіону тощо.

Оцінити переваги діяльності туристичного кластеру над іншими професійними об'єднаннями можна на основі вивчення умов та результатів його діяльності: обсяги надходжень від реалізованих туристичних послуг, кількість туристів та тривалість їх перебування у туристичній дестинації, експортна орієнтація діяльності кластеру, розподіл прибутку між учасниками об'єднання, формування соціального капіталу та співпраця між учасниками утворень, доступ до інновацій, вартість формування та просування бренду туристичної дестинації, синергетичний ефект від співпраці між владою, бізнесом, громадськістю, захист прав інтелектуальної власності.

Щодо переваг діяльності туристичного кластеру в межах адміністративного регіону або кількох регіонів, за межами одного адміністративного регіону (наприклад, Карпатський макрорегіон, Карпатський єврорегіон тощо), то тут важливим є стратегічна позиція та пріоритетність розвитку туризму у стратегічних та програмних документах. У просторовому підході до визначення переваг діяльності кластер повинні переважати системні оцінки конкурентних переваг, які можна залучити до діяльності: розвинена транспортно-логістична мережа, кваліфікований персонал, інформаційна інфраструктура, маркетингові канали поширення інформації, створення експортного туристичного продукту високої якості тощо.

Проаналізувавши регіональні програми розвитку Львівської області [12; 13], можна стверджувати, що реалізація пріоритетних завдань напряму «Туристична привабливість» у 2016 р., можлива при активізації регіонального туристичного кластеру та інтеграції зусиль відповідальних департаментів Львівської обласної державної адміністрації та Львівської обласної ради на виконанні спільних заходів у рамках регіональних програм (програма «Охорона і збереження культурної спадщини Львівської області на 2016–2018 роки», програма «Охорона навколишнього природного середовища на 2016–2020 роки», програма з міжнародного і транскордонного співробітництва, європейської інтеграції на 2015–2018 роки) [12, с. 29–30].

Слабкою ланкою у змісті Програми [12], на нашу думку, є критерії досягнення поставлених завдань, вони потребують конкретизації, розмірності та фіксації моменту досягнення.

У змісті програми «Підвищення конкурентоспроможності Львівської області» (затвердженої рішенням Львівської обласної ради від 26.04.2016 р. № 163), стверджується, що найвищі темпи кумулятивного зростання зайнятості впродовж 2008–2015 рр. на рівні 2,5 % характерні саме для туризму [13, с. 6]. Отже, значний соціальний ефект для регіональної економіки області в туризмі слід і надалі підтримувати та сприяти нарощенню. Водночас слід концентрувати

увагу на вирішенні проблем у розвитку малого та середнього бізнесу (який домінує у сфері туризму): скорочення ринків збуту продукції та обмежена можливість виходу підприємств на ринки ЄС.

Висновки. Отже, визначення конкурентних переваг для створення та ефективної діяльності туристичного кластеру на трьох рівнях: для підприємств, для перспективних мережевих форм організації економічної діяльності та для соціально-економічного розвитку регіону потребує удосконалення методичного та статистичного супроводу із врахуванням інституційного забезпечення регіональної економіки.

Розглядаючи конкурентні переваги для формування туристичного кластеру, як вигідний товар, важливим завданням постає маркетингове просування туристичного регіону, що також раціонально реалізовувати у туристичному кластері, залучаючи інвесторів та місцеву владу для зміцнення конкурентних позицій Львівської області.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Портер М. Конкуренція / М. Портер. – М.: Изд-во «Вільямс», 2005. – 602 с.
2. Соколенко С. Проблеми і перспективи посилення конкурентоспроможності економіки України на основі кластерів / С. Соколенко // Економіст. – 2008. – № 10. – С. 31–35.
3. Чужиков В.І. Глобальна регіоналістика: історія та сучасна методологія: монографія / В.І. Чужиков. – К.: Вид-во КНЕУ, 2008. – 272 с.
4. Коваль О.М. Перспективи створення туристичних кластерів на Закарпатті / О.М. Коваль. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: tisit.edu.ua/tisit_news/128.
5. Ткаченко Т.І. Сталый розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т. І. Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доповн. – К.: КНТЕУ, 2009. – 463 с.
6. Iordache C. Clusters – Tourism Activity Increase Competitiveness Support / C. Iordache, I. Ciochina, M. Asandei // Theoretical and Applied Economics. – 2010. – Vol. XVII, № 5 (546). – Pp. 99–112.
7. Karlsson C. Handbook of research on cluster theory. New York: Edward Elgar Publishing, 2008. – 316 p., p. 26–27.
8. Федоренко Л.Н. Оценка эффективности деятельности туристического кластера / Л.Н. Федоренко // Вектор науки ТГУ. Серия «Экономика и управление». – 2011. – № 1 (4). – С. 42–46.
9. Дегтярьова І.О. Наукові та практичні аспекти застосування кластерного підходу в управлінні конкурентоспроможністю регіонів України / І.О. Дегтярьова // Державне управління: теорія та практика. – 2011. – № 1. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej13/txts/Degtyaryova.pdf>.
10. Словник української мови: в 11 томах. – Том 6, 1975. – С. 132. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sum.in.ua/p/6/132/1>.
11. Стегней М.І. Інноваційна діяльність як фактор конкурентоспроможності підприємств та ризики, пов'язані з нею / М.І. Стегней, Г.Г. Білак, Д.О. Стець // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. – 2014. – № 6. – С. 177–185.
12. Програма соціально-економічного та культурного розвитку Львівської області на 2016 рік. (Рішення Львівської обласної ради №162 від 26.04.2016 р.) – Львів – 2016 – 35 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.loda.gov.ua/strategiya_rozvytku.
13. Програма підвищення конкурентоспроможності Львівської області (Рішення Львівської обласної ради №163 від 26.04.2016 р.). – Львів, 2016 – 22 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.loda.gov.ua/strategiya_rozvytku