

УДК 35.071.5: [332.122:338.43]:330.15

## КЛАСТЕРНА ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ АГРОТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

*І. Дидів, аспірант*

*Львівський національний аграрний університет*

**Постановка проблеми.** Розбудова синергії сільського туризму має поетапний характер, залучаючи до створення комплексних туристичних продуктів все більше коло учасників. Дієвим механізмом, спроможним поліпшити соціальну ситуацію та сприяти соціально-економічному піднесенню сільських територій, є розвиток малого підприємництва на селі. Однією з форм підприємницької діяльності нині все активніше виступає сільський зелений туризм, що динамічно розвивається новими підходами до принципів впровадження ефективних соціально-економічних відносин через кластеризацію [2].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Останні тенденції розвитку великих агротуристичних підприємств передбачають створення кластера туризму, який охоплює підприємства та організації різної галузевої належності. Усі учасники таких підприємств, об'єднавши туристичні ресурси, отримують вигоду від сумісних зусиль у вигляді ширшого кола можливостей і збільшення доходів [3].

Як зазначає М. Портер, кластер – це об'єднання взаємопов'язаних і взаємодоповняльних підприємств, організацій, установ і пов'язаних із ними за географічними та функціональними ознаками органів державного управління, наукових закладів, різних інфраструктурних складових, які працюють на певній території з певною метою [6, с. 256].

Серед економістів у всьому світі набуває визнання точка зору, що регіони, на території яких складаються кластери, набувають лідерства в економічному розвитку. Такі регіони-лідери визначають конкурентоспроможність національних економік [6].

Кластер туризму утворюється навколо так званого стрижневого бізнесу, яким займаються туристичні фірми, що створюють туристичний продукт. Але при цьому вони перекуповують послуги інших видів бізнесу: готельного і ресторанного, перевезень, торгівлі, розважального тощо. Підприємства всіх цих видів бізнесу утворюють кластер туризму, суть якого полягає в злагодженому розвитку групи юридично незалежних компаній з одного регіону, які працюють у суміжних галузях, тобто такі компанії діють в єдиному бізнес-напрямі [7].

Однією з перспективних форм економічної інтеграції є формування інноваційних кластерів, які становлять собою групи підприємств, фірм, організацій та установ, діяльність яких провадиться в одній (чи споріднених) сферах бізнесу за економічними інтересами та регіональною ознакою. Перевага і новизна кластерного підходу полягають у тому, що він надає високої значущості мікроекономічній складовій, а також територіальному і соціальному аспектам економічного розвитку [4].

**Постановка завдання.** Мета нашого дослідження – з'ясувати концептуальні засади розвитку кластерної форми організації сільського туризму на регіональному та

місцевому рівнях та їхні складові.

**Виклад основного матеріалу.** Україна вже має позитивний досвід створення регіональних і місцевих кластерів туризму, проте досвід ефективності функціонування їх практично відсутній, що зумовлено насамперед прогалинами у нормативно-правовому регулюванні [1]. Важливим аспектом проблеми розвитку кластерних структур є рівень кластеризації: державний, регіональний, місцевий (мікрорівень). У структурі кластерних систем за економічними регіонами України слід виокремити: Подільський (Вінницька, Тернопільська, Хмельницька області); Кам'янець-Подільський туристичний кластер; кластер сільського туризму «Оберіг» (с. Гриців, Хмельницька область); Карпатський (Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська, Чернівецька області); кластер виробництва сувенірів «Сузір'я»; туристський кластер «Сім чудес України»; кластер гостьового бізнесу «Сільська Родина»; Причорноморський – АР Крим (Миколаївська, Одеська, Херсонська області, м. Севастополь) туристсько-рекреаційний кластер (м. Судак, м. Чорноморське); кластер сільського туризму та багато інших [4; 5].

Формування туристичного кластера на регіональному рівні повинно бути не стихійним, а систематизованим, чітко впорядкованим процесом, який вимагає змістовного методологічного підґрунтя з метою ефективної його організації. До механізму формування туристичного кластера повинні належати такі основні блоки.

1. Визначення ініціативної групи – реальних учасників кластера (органи державної влади, органи місцевого самоврядування, провідні суб'єкти туристичної діяльності, спеціалізовані громадські та міжнародні організації, наукові та освітні установи).

2. Проведення комплексного маркетингового дослідження.

3. Формулювання основної мети туристичного кластера. Традиційно це підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту регіону, оскільки кластерна модель базується на використанні географічного чинника, який є геопросторовою концепцією об'єднання бізнес-інтересів підприємців.

4. Формулювання цілей туристичного кластера (перетворення території на провідний туристичний центр).

5. Побудова структури туристичного кластера – це надзвичайно важливий етап, оскільки тут визначаються концептуальні основи взаємодії учасників та забезпечення їх діяльності (див. рис.).

Така структура, розроблена ініціативною групою та конкретизована під певну ситуацію, може бути представлена ширшому загалу – потенційним учасникам кластера. Типову структуру туристичного кластера в регіоні формують такі складові, як ядро, учасники, механізм управління, сектори.

Сектори кластера відображають функціональний розподіл його учасників за такими групами: управлінські (здебільшого це органи державної влади), виробничі (суб'єкти туристичної діяльності та органи державної влади як суб'єкти підприємництва), обслуговуючі (суб'єкти підприємництва суміжних галузей, які формують мезооточення), забезпечувальні (здійснюють фінансування функціонування кластера), допоміжні (засоби масової інформації, поліграфічні фірми тощо).

6. Розроблення статуту туристичного кластера.

7. Державна реєстрація туристичного кластера [2].

Кластер функціонує тільки в певному середовищі, а саме в сприятливих умовах (політичних, соціокультурних, економічних, природних), які є сукупністю зовнішніх чинників, що забезпечують конкурентоспроможність туристичних послуг.

Зазначимо, що характерними ознаками кластера є: максимальна географічна близькість; спорідненість технологій; спільність сировинної бази; наявність інноваційної складової [1].

Розвиток туристичного бізнесу на регіональному рівні сприяє розвитку малих і середніх підприємств, активізації і стимулюванню роботи цілої мережі галузей народного господарства (будівництва, торгівлі, сільського господарства, виробництва товарів народного споживання, транспорту і зв'язку), формуванню сучасної кадрової політики. Проте розвиток регіону повинен здійснюватися двосторонньо: від регіонального рівня до місцевого і в зворотному напрямі.

У сьогоденні реаліях зазвичай створюються кластери сільського туризму (КСТ) на місцевому рівні, оскільки організація їх є менш енергозатратним процесом. Таке формування відбувається з ініціативи громади з її спроможності до реалізації місцевого туристичного потенціалу.

Основні напрями, за якими працює КСТ на місцевому рівні: організаційний, освітній, інформаційний.

Організаційний:

- ◆ координація роботи місцевих підприємств з обслуговування туристів;
- ◆ взаємодія з органами місцевої влади та громадськими організаціями;
- ◆ забезпечення дотримання стандартів з обслуговування туристів.

Освітній:

- ◆ проведення тренінгів і семінарів;
- ◆ надання консультацій;
- ◆ підготовка до освітніх заходів, орієнтованих на наших гостей.

Інформаційний:

- ◆ маркетинг сільського туризму;
- ◆ PR-діяльність кластера сільського туризму агротуристичних підприємств;
- ◆ створення інформаційної інфраструктури для забезпечення потреб туристів.



Рис. Типова структура туристичного кластера в регіоні [2].

У такому об'єднанні може налічуватися понад 100 членів. Окрім власників агроосель, це й екскурсоводи, підприємці – власники магазинів, працівники культури, організатори так званих атракцій, місцеві органи самоврядування, освітні заклади, які також отримують свою частку від того, що витрачає турист,

перебуваючи в КСТ. У розвиток КСТ власники агроосель вкладають не тільки фінансові, а й матеріальні, людські та ідейні ресурси, а це впливає на збільшення кількості відпочивальників, відповідно і на поліпшення якості послуг та їх розширення. Обрана форма кластера – це ефективна на сьогодні форма кооперації зусиль жителів селища. Одним із принципів кластера є одночасна присутність партнерства та конкуренції, що привносить у справу солідаризм та постійне підвищення якості послуг. Кластер у селі – це як одна сім'я, одночасно дружні, але й змагаються між собою. Кластер є громадською структурою, неприбутковою за формою. Щоб стати її членом, треба бути зацікавленим у розвитку сільського зеленого туризму на території. Член кластера отримує доступ до інформації, можливості навчання, можливості бути прорекламованим тощо. Із кожним днем КСТ зростає інформаційно, наповнюється новими ідеями, новими досягненнями, новими знайомствами; створюються нові робочі місця і це лише початок інновації, яка сформує постійну мережу зайнятості населення.

У селі туриста приймає не один власник агрооселі, а вся громада, тому стає зрозумілим, що сільський туризм є не просто бізнесом, а ще й благородною справою відродження нашої країни. На тлі повального безробіття, морального і матеріального зубожіння, крадіжок і пияцтва КСТ є тим, що повертає надію на кращий добробут і життя сільської громади. Для того, щоб відпочити на селі, треба зовсім небагато – чисту хату, приємних господарів і людину, яка все це знайде, організує і підготує [3]. Ефективна взаємодія всіх елементів туристичного кластера допоможе не тільки значно поповнити бюджети територій, а й утворити нову сферу зайнятості населення, стимулювати залучення до обороту додаткових капіталів. Крім того, функціонування кластера дасть змогу зберегти культурно-історичні пам'ятки, природні парки і заповідники, оздоровити екологічну ситуацію, розвинути сферу послуг, удосконалити інфраструктуру територій [1].

**Висновки.** Розвиток агротуристичного підприємства залежить від ефективного партнерства, взаємної вигоди від об'єднання зусиль всіх зацікавлених сторін (підприємців, територіальних громад, органів влади), в основі якого має бути створення та функціонування туристичних кластерів.

Кластеризація сільського туризму на регіональному та місцевому рівнях дає змогу ефективніше використовувати наявні ресурси окремих учасників, збільшуючи їх дохід через створення спільного конкурентоспроможного туристичного продукту.

#### Бібліографічний список

1. 10 років від започаткування власного агротуристичного бізнесу в Україні / [З. Домбровський, О. Гордієнко, П. Горішевський та ін.]. – К. : Проект, 2011. – 230 с.
2. Крайник О. Туристичний кластер регіону як форма соціального діалогу: управлінський аспект / О. Крайник, М. Біль // Демократичне самоврядування. – 2009. – Вип. 4. – С. 38–43.
3. Мацюк Л. В селі туриста приймає не один власник агрооселі, а вся громада / Л. Мацюк // Туризм сільський зелений. – 2013. – № 1. – С. 28–29.
4. Михайліченко Г. І. Формування інноваційних туристичних кластерів як конкурентної переваги розвитку регіону / Г.І. Михайліченко // Вісник

- Національного університету «Львівська Політехніка», 2012. – № 727. – С. 341–348.
5. Орлик О. А. Кластери як інноваційна форма розвитку агропромислового виробництва / О. А. Орлик // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – Вип. 1. (44). – С. 258–265.
  6. Портер М. Конкуренция : пер. с англ. / М. Портер. – М. : Вильямс, 2005. – 608 с.
  7. Чорненька П. В. Організація туристичної індустрії / П. В. Чорненька. – К. : Атіка, 2009. – 392 с.

#### **Дидів І. Кластерна форма організації агротуристичного підприємництва**

З'ясовано концептуальні засади розвитку кластерної форми організації сільського туризму на регіональному та місцевому рівнях. Встановлено основні етапи формування туристичного кластера. Зазначено, що кластерна форма організації сільського туризму за теперішніх обставин сприяє значному розвитку сільських територій.

**Ключові слова:** сільський туризм, кластер сільського туризму, агротуристичне підприємство, сільські території.

#### **Dydiv I. Cluster form of organization agritourism of enterprise**

Conceptual bases of cluster forms of rural tourism at the regional and local level is elucidated. The basic stages of formation of tourism cluster are established. It is noted that cluster form of rural tourism in current circumstances contributes to a significant of rural development.

**Key words:** rural tourism, rural tourism cluster, agro tourist enterprises, rural territory.

#### **Дыдив И. Кластерная форма организации агротуристического предпринимательства**

Установлено концептуальные основы развития кластерной формы организации сельского туризма на региональном и местном уровнях. Определены основные этапы формирования туристического кластера. Указано, что кластерная форма организации сельского туризма в нынешних обстоятельствах способствует значительному развитию сельских территорий.

**Ключевые слова:** сельский туризм, кластер сельского туризма, агротуристическое предприятие, сельские территории.