

УДК 338.482

М. В. Дроботова, к.е.н., доцент,**М. О. Куценко**

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

**КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ
ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ ЕФЕКТИВНОСТІ****M. V. Drobotova,****M. O. Kutsenko**

Cherkasy National University named after B. Khmel'nytskiy

**CLUSTERING IN TOURISM BRANCH
OF CHERKASY REGION AS A TOOL FOR ITS EFFICIENCY GROWTH**

У статті розглянуто концепцію і модель створення туристичного кластеру з метою підвищення ефективності діяльності індустрії туризму. Сформульовано організаційні аспекти створення кластеру, визначено передумови створення туркластеру в Черкаській області та його можливі складові, обґрунтовано економічний ефект його створення.

Ключові слова: кластер, туризм, ефект.

In the article the concept and model of tourist cluster creation in order to increase the efficiency of tourism industry are considered. Organizational aspects of cluster creating are formulated, preconditions for tourist cluster creation in Cherkasy region and its possible components are determined, economic effect of its creation is substantiated.

Key words: cluster, tourism, effect.

Постановка проблеми. Кластерні моделі останнім часом складаються у різних галузях народного господарства України, але цей процес певною мірою руйнується системними і тривалими кризовими явищами в її економіці. Не є винятком і галузь туризму, яка не скористалася з різних причин імпульсом від чемпіонату Європи з футболу 2012 року для виходу із своєї галузевої кризи. Попри певне відносне поживлення туризму в Черкаській області у 2010 р. порівняно з 2009 р. цю позитивну тенденцію зберегти не вдалось і докризовий рівень 2007–2008 рр. не досягнуто (рис. 1).



Рис. 1. Кількість туристів по видах туризму у Черкаській області за даними статзвітності за формами 1-ТУР та 1-ТУР (к)

Як видно з рис. 1, погіршення ситуації у туризмі області спостерігається по усіх його видах, отже, і загалом. Не покращила ситуацію і реалізація державної цільової програми «Золота підкова Чер-

кащини», яка супроводжувалася скандалами з приводу нецільового використання бюджетних коштів, про що багато говорилось у місцевих ЗМІ впродовж 2006–2008 років.

Ми бачимо вихід із ситуації, що склалася з туризмом на Черкащині, у її реформуванні шляхом цілеспрямованого формування обласного туристичного кластеру.

Аналіз останніх джерел і публікацій. Кластерний підхід викликає значний інтерес у фахівців та жваві дискусії у науковому середовищі. Втім, ще не склався узагальнений підхід до сутності регіонального чи галузевого кластеру, відсутні практичні напрацювання.

Так, М. Портер розглядає економічний кластер як «сконцентровані за географічним принципом групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, фірм споріднених галузей, а також пов'язаних з певною діяльністю організацій, що конкурують між собою, але при цьому ведуть спільну роботу [1, с. 259]».

В. Бороненко відзначає в економічному кластері «прикріпленість» його об'єктів «до конкретного» регіону та розмаїття економічних статусів учасників кластеру – це можуть бути і комерційні підприємства, і державні заклади, і громадські організації [2, с. 50].

М. Войнаренко підкреслює інший аспект кластерного групування – «це територіально-галузеве добровільне об'єднання підприємств, що тісно співпрацює з науковими установами та органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоспроможності власної продукції й економічного зростання регіону» [3, с. 28].

В науковій літературі є спроба визначити категорію власне туристичного кластеру. Це «система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристських підприємств, постачальників базових та додаткових послуг із приводу створення туристського продукту. До туристських кластерів відносяться групи підприємств, які спільно використовують туристські ресурси, спеціалізовану туристську інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність» [4, с. 112].

Жодне з розглянутих визначень не вбачає в економічному кластері певним чином організованої структури. Але ж без такої організації будь-яка «інтенсивна взаємодія» і «тісна співпраця» у конкурентному середовищі приречені на руйнування з боку конфліктів інтересів.

Постановка завдання. Мета статті – спроектувати систему складових та взаємовідносин в туристичному кластері Черкаської області. Лише чітко визначений спільний інтерес учасників кластеру та певні прийняті усіма ними форми його організації і, відповідно, правила поведінки можуть розглядатися, на наш погляд, як необхідні й достатні передумови для досягнення довготривалого успіху.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виходячи з вищезазначеного, економічний кластер будь-якої галузі чи регіону ми розглядаємо як добровільну організаційну структуру суб'єктів підприємництва, зацікавлених в об'єднанні певних частин своїх активів на досягнення ефектів масштабу, емерджентності та синергізму, а також координації дій учасників для досягнення конкурентних переваг кластеру загалом і, відповідно, усіх його членів зокрема. Організаційно-правова форма засновників кластеру – холдинг з обов'язковою участю асоційованих членів, які мають спільні з холдингом функціональні інтереси (наукові, навчальні установи, кадрові агентства тощо) або зацікавлені в досягненні соціально-економічних результатів завдяки своїй інтеграційній та адміністративно-координаційній ролі (органи влади на усіх рівнях діяльності кластеру), хоч асоціанти і не є юрособами холдингу.

На нашу думку, така формула кластеру не вступає в будь-яке протиріччя з розглянутими вище, але, на відміну від них, має деякий організаційний базис, який забезпечує кластеру ринкову стійкість через існування спільних активів для одних учасників, через спільні функції – для других та спільні дії – для третіх. В усьому цьому ми і вбачаємо той інтеграційний аспект, який називають спільним інтересом учасників.

Аналіз показує, що Черкаська область має сьогодні необхідний потенціал для створення туристичного кластеру. За нашими експертними оцінками, економічний ефект від емерджентності такої системи у кластері становить 20-25 %, синергізм додасть ще 15-20 %, координація дасть теж до 25 %. Отже, загальне зростання ефективності туристичної галузі в області можна очікувати на рівні 50-60 %. Складніше спрогнозувати часовий інтервал для цього процесу. За умови цілеспрямованих програмних дій (не плутати із досвідом здійснення «Золотої підкови Черкащини») цей термін не буде перевищувати п'ять років. Тобто, середньорічний темп зростання галузі буде на рівні 10-12 %, що не видається, на перший погляд, високим. Але слід звернути увагу на три моменти:

- це перевищує темпи зростання, наприклад, економіки Китаю, що розцінюється як «китайське економічне диво»;
- темпи очікуються стабільно стійкі впродовж тривалого часу, що для ринкової економіки є скоріше винятком, а не правилом;
- прогноз не розглядає необхідність залучення інвестиційних ресурсів із-за меж кластеру.

Межі охоплення цього кластеру досить «розмиті», до того ж, вони і в процесі його функціонування будуть постійно змінюватись. При позитивних результатах суб'єкти зовнішнього середовища прагнутимуть стати учасниками кластеру, а при невдачах відбуватиметься зворотний процес. Але об'єктивних підстав для фіаско не існує і не може бути, до нього можуть призвести лише суб'єктивні (людські) фактори (корупція, інсайдерство, зловживання, непрофесійність, крадіжки тощо).

Запропонований туристичний кластер повинен мати чотири кластероутворюючі сектори, а саме:

1. Сектор створення, виробництва та просування туристських продуктів (ядро кластеру: туроператори, турагентства, готельно-ресторанні заклади та ін.).
2. Сектор надання сервісних послуг суб'єктами кластеру (кредитування, страхування, підготовка фахівців, наукова підтримка тощо).
3. Допоміжний сектор, учасники якого орієнтують свій бізнес на вирішення окремих завдань функціонування туристичної сфери області (сувеніри, туристське спорядження, поліграфічна продукція, ЗМІ, народні традиції та обряди, фонди підтримки, зацікавлені агенції тощо).
4. Сектор забезпечення життєдіяльності кластеру (юридичні, консалтингові, рекламні, логістичні послуги, владні повноваження, внутрішньокластерна та міжкластерна координація, регіональні програми).

Не існує жодних передумов для того, щоб приступати до розробки і впровадження проекту регіональної кластеризації туристичної галузі в Черкаській області лише після того, коли усі чотири сектори набудуть повних масштабів, досконалості, розвитку тощо.

Навпаки, на нашу думку, формування такого кластеру стане поштовхом як до економічного та інфраструктурного прискорення в галузі, так і до збалансування зазначених секторів кластеру за їх можливостями. Зрозуміло, що такий процес йтиме тим швидше, чим інтенсивніше в нього спрямовуватимуться необхідні й достатні інвестиції. Саме в подібній ситуації і буде позитивно проявлятися роль запропонованого нами холдингового «ядра» кластеру, який матиме можливості для:

- фінансування найбільш актуальних інвестпроектів для досягнення міжсекторної збалансованості у туристичному кластері за рахунок внутрішніх можливостей холдингу;
- надання необхідних кредитних гарантій від холдингу як потужної юридичної господарської особи або ж майна холдингу в заставу під банківські кредити для учасників кластеру, переважна більшість яких є дрібними оргструктурами і не мають доступу до кредитних ресурсів для свого розвитку, не маючи достатньої кількості ліквідного майна під заставу;
- забезпечення консалтингової та, при необхідності, юридичної й організаційної підтримки інвестиційно активних учасників кластеру незалежно від того, чи є вони формами, чи асоційованими учасниками кластеру;
- здійснення координаційних функцій у вказаному процесі, збалансованість якого буде постійно порушуватись чинниками ринкової стихії, а тому вимагатиме і постійного цілеспрямованого втручання.

Розглянуті вище аспекти динамічного процесу паралельного формування і, в той же час, вдосконалення кластерної організації галузі виступатимуть ще й додатковою мотивацією для тяжіння до кластеру інших суб'єктів ринку через більш активну співпрацю на рівні господарських угод між ними та учасниками кластеру.

На рис. 2 наведено схему потенційного кластеру Черкаської області. Завдання туристичного кластеру для подальшого цільового розвитку туризму в Черкаській області можливо сформулювати таким чином:

- збільшити кількість в'їзних туристів шляхом популяризації туристичних об'єктів території;
- збільшити прибутковість туризму шляхом збільшення середніх витрат туристів і забезпечення їх довшого перебування у місті;
- використати бізнес-туризм як додаткову можливість для збільшення прибутків від туризму;
- розпочати комплексну програму збору статистичних даних серед ключових учасників кластеру та проводити регулярні опитування в'їзних туристів;
- надати можливість сектору розвитку туризму та іміджевої діяльності Черкаської державної обласної адміністрації займатися координацією діяльності учасників кластеру;
- зосередитися на покращенні туристського досвіду для ключових пріоритетних сегментів, що передбачає збереження культурної спадщини, забезпечення інформації для туристів, збільшення номерного фонду готелів економ-класу, покращення рівня надання громадських і транспортних послуг, а також запровадження прямих рейсів до основних туристичних центрів.

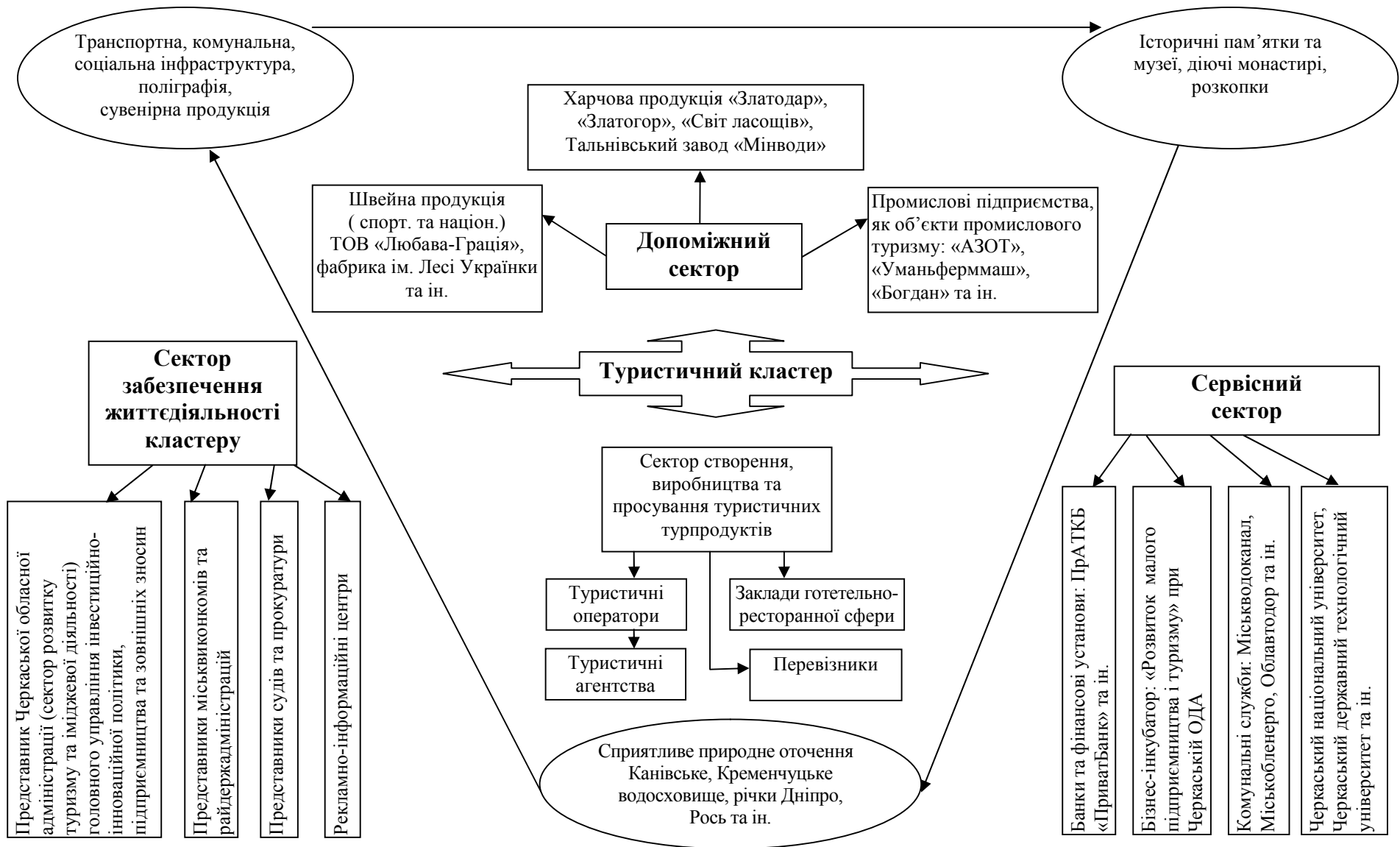


Рис. 2. Схема потенційного туристичного кластеру Черкаської області

Певні ключові елементи стратегії туризму вже наявні в місті, але потрібно забезпечити лідерство в кластері та узгодити діяльність його учасників.

Все це, загалом, сприятиме зростанню господарської активності не лише в межах туристичного кластеру, а й у регіональній економіці в цілому.

Лише після отримання реальних економічних результатів від здійснення проекту кластеризації туристичної галузі Черкащини, після досягнення певної збалансованості між окремими секторами кластеру можна переходити до вирішення завдання його подальшої спеціалізації.

Відомо, що спеціалізація як економічний чинник сприяє зростанню продуктивності праці, що в даному випадку еквівалентно зростанню ефективності туристичного бізнесу. Експортна орієнтація деяких елементів туристичного кластеру області є очевидною, аксіоматичною. Перш за все – потенціал комплексу «Софіївка» та могила хасидського пророка Нахмана в Умані, шевченківські святині в Канєві й на Звенигородщині, комплекс гетьманської столиці поблизу Чигирини, об'єкти трипільської культури, пам'ятки Корсунь-Шевченківської битви та інші об'єкти.

Без сумніву, експортні можливості цього потенціалу використовуються на практиці неприпустимо слабо. Однією з причин такого стану речей є розрізненість та нескоординованість учасників туристичного ринку області. Усунути її міг би туристичний кластер, але вже на другому етапі свого формування, хоча вже й сьогодні видно потужні прояви певних функціонально, історично, культурно та комплексно орієнтованих утворень на туристичній карті Черкащини. Не вдаючись у рамках цієї статті до їх детального визначення і, тим більше, аналізу, ми вважаємо за необхідне вказати на принципово інший, ніж традиційний секторальний, принцип розбудови туристичного кластеру. Мова йде про так звані доменні угруповання в туристичній галузі. Під такими доменами ми розуміємо певним чином орієнтовані туристичні об'єкти на відносно невеликій території та групи суб'єктів туристичної і супутніх галузей, які до цих об'єктів тяжіють.

В таких туристичних доменах, крім регіональних спільних інтересів, на які ми вже вказували, чітко проявляються і більш об'єктивно орієнтовані інтереси (до речі, як і свої локальні проблеми, характерні лише для конкретного домену).

Тому заслуговує на поглиблене та всебічне дослідження і опрацювання запропонований нами доменно-кластерний метод структуризації туристичної галузі загалом і на Черкащині зокрема. В його основі лежить не тільки визначення спільних інтересів суб'єктів туристичного ринку області та тих, хто до нього тяжіє, але й формування певних угруповань туристичних об'єктів та ресурсів за відповідними критеріями, що їх об'єктивно поєднують. Такий метод формування сприятиме загостренню конкуренції як між суб'єктами господарювання в галузі, так і між їх угрупованнями у боротьбі за туристів, що також додасть економічній динамічності розвитку туризму в області.

Окремі заходи та комплексні проекти в туристичній галузі області вкрай необхідні, бо саме вони здатні виступати провокаторами до загострення конкуренції між турпродуктами, суб'єктами галузі та їх угрупованнями. Без такого процесу, що відбувається постійно, кластеризація галузі, незалежно від вибраної її форми та механізмів, буде проходити мляво і не дасть очікуваного ефекту.

Ми вважаємо, що потенційно потужний імпульс до започаткування зазначеного процесу було змарновано при здійсненні в області державної програми «Золота підкова Черкащини» і конкурентоспроможність суб'єктів туристичного ринку області та відповідної інфраструктури залишилась, на жаль, низькою. Очікувати наступного подібного поштовху від держави у реальній перспективі марно, а тому слід шукати некапіталомістких підходів до розв'язання проблем. Одним із доступних і ефективних заходів щодо підвищення конкурентоспроможності паралельно із здійсненням проекту кластеризації туристичної галузі області може стати широке застосування суб'єктами цього ринку механізмів франчайзингу. Це стимулюватиме інноваційні процеси та продукти в галузі і сприятиме загостренню конкуренції як необхідної умови успішної кластеризації.

Висновки з проведеного дослідження та перспективи. На рис. 2 показано один із можливих варіантів схеми цього потенційного кластеру, який не виключає й інші підходи до кластеризації туристичної сфери області. Мова може йти про територіально-функціональну структуризацію кластеру, яка вже має на Черкащині свої очевидні прояви. Але цей підхід є темою для подальшого дослідження.

Ми також вважаємо, що необхідно не лише цілеспрямовано формувати обласний туристичний кластер за однією з можливих схем, але й визначити та розбудувати програмно-цільовими підходами:

- напрямки його загальної спеціалізації;

- територіальні домени орієнтаційно-функціонального типу у складі обласного кластеру (шевченківська, гетьманська, мистецька, рекреаційна та інша тематика).

Для подібних та інших досліджень кластеру потрібна наукова підтримка, яку можуть надавати вчені ЧНУ, ЧДТУ та ін.

Список літератури

1. Портер М. Конкуренция / М. Портер. – М. : Вільямс, 2005. – 608 с.
2. Бороненко В. Изучение роли кластеров в повышении конкурентоспособности региона / В. Бороненко // Економіст : науковий та громадсько-політичний журнал. – 2008. – № 10. – С. 50–51.
3. Войнаренко М. Кластери як полюси зростання конкурентоспроможності регіонів / М. Войнаренко // Економіст. – 2008. – № 10. – С. 27–32.
4. Гонтаржевська Л. Г. Ринок туристських послуг в Україні : навч. посіб. / Л. Г. Гонтаржевська. – Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2013.

Відомості про авторів

М. В. Дроботова, кандидат економічних наук, доцент, Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького.

М. О. Куценко, старший викладач, Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького.