

УДК 334.012.42:338.48(477)

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КЛАСТЕРНОЇ СТРАТЕГІЇ ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ РЕГІОНУ

С.В. Філіппова, д.е.н., професор

Р.Ю. Малік

Одеський національний політехнічний університет, Одеса, Україна

Філіппова С.В., Малік Р.Ю. Деякі аспекти формування кластерної стратегії туристсько-рекреаційного комплексу регіону.

В статті розглянуті теоретичні та практичні аспекти формування стратегії туристсько-рекреаційних кластерів, визначена відмінність кластера в туристській сфері від інших, пропонується алгоритм формування стратегії туристсько-рекреаційного комплексу регіону на основі кластеризації.

Ключові слова: кластер, туристсько-рекреаційний комплекс, туристсько-рекреаційне районування території

Філіппова С.В., Малік Р.Ю. Некоторые аспекты формирования кластерной стратегии туристско-рекреационного комплекса региона.

В статье рассмотрены теоретические и практические аспекты формирования стратегии туристско-рекреационных кластеров, определено отличие кластера в туристской сфере от других, предлагается алгоритм формирования стратегии туристско-рекреационного комплекса региона на основе кластеризации.

Ключевые слова: кластер, туристско-рекреационный комплекс, туристско-рекреационное районирование территории

Filyppova S.V., Malik R.Yu. Some aspects of forming cluster strategy of tourism and recreation complex in the region.

In the article discussed the theoretical and practical aspects of strategy of tourism and recreational clusters, unlike some of the cluster in the tourist area on the other, the algorithm of forming a strategy for tourism and recreation complex in the region on the basis of clustering.

Keywords: cluster, tourist and recreational complex, tourist and recreational zoning

Сучасний туризм стає важливою складовою частиною діяльності людини, направленої на відновлення і розвитку його фізичних, духовних і інтелектуальних сил. Проблема розвитку туризму в більшій мірі являється регіональною проблемою. Тому розробкою стратегій розвитку туризму повинні займатися регіональні органи влади в альянсі з науково-дослідними установами, які розташовані на території регіону.

За останні 10 років туризм в Одеському регіоні став розвиватися великими темпами. Виникла гостра необхідність в розробці науко-обґрунтованої стратегії розвитку, заснованої на кластерному підході.

Аналіз досліджень і публікацій

Проблемами розвитку кластерів займалися іноземні вчені Е. Бергман, Е. Браун, Енрайт, М. Портер, М. Превезер, Г. Свон, Е. Фезер та ін.

У працях українських дослідників Ю.Н. Гладкого, Ю.В. Макогона, С.І. Соколенка, О.А. Спориш, В.А. Рубе, Л.М. Черчик, І.М. Школи значна увага приділяється теоретичним та практичним аспектам формування стратегічних напрямків розвитку підприємницької діяльності та кластерних утворень в регіоні.

Вирішенню регіональних проблем туристично-рекреаційного комплексу присвячені роботи таких авторів: О.І. Амоші, О.О. Бейдика, О.А. Воробйової, Т.П. Галушкіної, В.Г. Герасименка, П.Т. Губенка, В.Ф. Данильчука, С.Г. Нездоймінова. Однак у дослідженнях вищезазначених учених існує низка невіршених питань, що потребують подальших досліджень.

Мета дослідження полягає в уточненні понятійно-категорійної системи «кластер», «туристсько-рекреаційний кластер», «туристсько-рекреаційний комплекс», виявлені передумов щодо формування стратегії туристсько-рекреаційного кластера регіону, також запропонувати стратегічні заходи щодо формування туристсько-рекреаційного комплексу регіону, заснованому на кластерному підході.

Виклад основного матеріалу

Причинами інтересу до розробки кластерів є тенденції, що склалися, в розвитку управління економікою, тенденції угруповання і консолідації

капіталів, які можуть привести до активізації процесів інтеграції підприємств.

Основоположник кластерного підходу М. Портер розкриває сутність кластера як «зосередження в географічному регіоні взаємопов'язаних підприємств і установ в межах окремої галузі» [1].

По своїй економічній суті кластери займають проміжне місце між автономними організаціями, регіональними промисловими комплексами і галузевими альянсами, крім того, кластер несе на собі і відбиток проектних систем, оскільки часто є плодом свідомих організаційних зусиль осіб, що розглядають формування кластера як управлінський проект.

Залежно від мети створення кластери можуть мати внутрішню орієнтацію (наприклад, спрямовані на активізацію підприємницької діяльності в галузі або регіоні, вирішення проблем зайнятості) або експоорієнтовну спрямованість. Саме до таких і належать туристичні кластери.

Вважаємо доцільним розглянути дефініцію поняття «туристсько-рекреаційний кластер» та основні відмінності кластера туристичної галузі від інших видів кластерів.

Туристсько-рекреаційний кластер – сконцентрована на певній території група соціальних інститутів сфери туризму і гостинності: туроператори, турагенти, засоби розміщення, організації громадського харчування, транспортні компанії, ВНЗ, науково-дослідницькі інститути, органи державної влади та ін., взаємодоповнюючі і посилюючі конкурентні переваги окремих компонентів і кластера в цілому [2].

Головна відмінність кластера в туристській сфері від інших (виробничих, агропромислових, сервісних та ін.) – в його маршрутній територіальній організації. Туристський маршрут і відповідний йому туристський потік зв'язує об'єкти, перетворюючи їх з тих, що конкурують у взаємодіючі елементи системи. Завдяки туристському потоку формується кластер [3]. Домінантою туристського кластера може бути як об'єкт інфраструктури (засіб розміщення), так і об'єкт туристського інтересу (санаторно-курортний комплекс), але у будь-якому випадку головна умова розвитку туристського кластера – це наявність або поява маршрутів і туристських потоків. Яскравими прикладами виникаючих туристських кластерів є активізація туризму на території у зв'язку з культурною подією, що викликає подієві туристські потоки.

Узагальнюючи визначення ряду авторів щодо кластерної моделі, можна стверджувати, що регіональна сутність кластеру – це поєднання зусиль управління можливостей підприємств певного технологічного процесу в регіоні для досягнення конкурентних переваг мети.

Особливістю застосування сучасного кластерного підходу при плануванні розвитку туризму в Україні полягає в тому, що увага акцентується на розвитку одиничних територій з високим рівнем туристського потенціалу, тоді як багато інших частин області залишаються за межами проектів.

Таким чином, туристський кластер формується в межах туристського району і характеризується наявністю бізнес-компоненти (туристських підприємств), що має тісні зв'язки. Береться до уваги можливість розвитку спеціалізованого туристського підприємництва в кожному кластері для збалансованого розвитку усієї туристсько-рекреаційної системи. Кожен кластер повинен мати можливість створення особливих туристських брендів [4]. Кожен кластер повинен виконувати свої особливі функції в регіональній туристсько-рекреаційній системі, виділятися своїми видами туризму і рекреації.

На думку вченого-туризмознавця С.Г. Нездоймінова регіональний туристсько-рекреаційний комплекс потребує аналізу стану, який має бути спрямований у двох напрямках:

1) туристсько-рекреаційне районування території, яка характеризує поширення ресурсного потенціалу і міру його використання підприємцями у тому числі: районування за рівнем споживання; районування за рівнем спеціалізації підприємств індустрії туризму;

2) інвентаризацію наявних ресурсів регіонального туризму (матеріально-технічних, трудових, інформаційних, фінансових) і їх оцінку [5].

На наш погляд в Одеському регіоні ефективно функціонуючі туристсько-рекреаційні кластери поки відсутні, тому слід говорити про передумови, механізми та стратегію формування таких кластерів.

За результатами досліджень Міжнародної фундації сприяння ринку в 2004 році [6], в якості потенціальних кластерів Одеського регіону були виділені такі кластери: транспортно-логістичний; туристично-рекреаційний; металосервіса; машинобудування; рибного господарства.

Завдяки вигідному географічному розташуванню, виходу до моря, унікальним природно-кліматичним умовам, наявності родовищ лікувальних грязей, добре розвинутої мережі санаторно-курортних та анімаційних установ, протяжної пляжної лінії, визначним історичним пам'яткам Одеський регіон є одним з найпопулярніших курортно-туристичних центрів України.

За даними головного управління статистики в Одеській області станом на 2012 р. функціонують: санаторії та пансіонати з лікуванням – 32; санаторії-профілакторії – 9; будинки і пансіонати відпочинку – 8; бази та інші заклади відпочинку – 379; дитячі оздоровчі табори – 1033. Мережа туроператорів і турагентів нараховувала 331 підприємство [7].

Всі вищеперераховані чинники створюють потенціал для розвитку високоефективного, конкурентоздатного туристсько-рекреаційного комплексу міжнародного рівня, на основі якого формується сприятливий імідж регіону на міжнародній арені, що забезпечує зростаючі потреби населення в послугах, пов'язаних з відпочинком, лікуванням і туризмом.

Проте ці фактори є необхідними, але недостатніми передумовами для формування кластерної

стратегії туристсько-рекреаційного комплексу регіону. Ми, вважаємо, що головним чинником повинна бути чітко продумана та ретельно вивірена стратегія формування туристсько-рекреаційного кластера, створення адекватного механізму управління соціально-економічним розвитком регіону, включаючи його організаційно-управлінські і фінансово-економічні складові, а також ефективну політику органів місцевої влади.

Для створення передумов щодо формування стратегії туристсько-рекреаційного кластера необхідно використовувати деякі ключові поняття. Ключові поняття складають основу системи опису кластерів. У роботі російського вченого Г.Б. Клейнера запропоновано розглядати кластери, як сукупність чотирьох видів систем [8]. Усе різноманіття систем підрозділяється на:

1) «об'єкти» – юридичні і фізичні особи, організації, підприємства, їх групи, держави і так далі;

2) «процеси» – послідовні і більш менш еволюційні зміни стану тих або інших фіксованих середовищ або об'єктів і їх груп;

3) «середовища» – системи взаємодії економічних об'єктів і місце протікання економічних процесів;

4) «проекти» – відносно короточасні істотні зміни ситуації в соціально-економічній сфері.

Ці чотири типи систем представляють усю різноманітність економічних систем в координатах «час – простір». При визначенні ключових понять «об'єкти» підрозділяються на три категорії: «об'єкти – виробники товарів і послуг»; «об'єкти – товари і послуги»; «об'єкти – споживачі товарів і послуг». Для опису туристського кластера поняття «середовища» розуміється ще і як туристсько-рекреаційні ресурси.

До проблем, пов'язаних з формуванням туристсько-рекреаційного кластера, яким нині приділяється недостатня увага, відноситься проблема формування позитивного іміджу території, на якій формується кластер. Варто наголосити, що стримуючим чинником розвитку туризму в регіоні є проблема безпеки. Рішення цієї проблемою повинні займатися регіональні органи влади.

Завдяки сприянню з регіональними органами влади кластерні структури зможуть вирішувати питання поліпшення умов діяльності і захисту інтересів своїх учасників. У своїй діяльності кластер створить оптимальну, спрощену і вигідну систему доступу до фінансових (інвестиційних) ресурсів для своїх учасників і партнерів.

Ми єдині з думкою українського вченого В.М. Степанова, а саме він наголошує, що ефективно побудована стратегія туристсько-рекреаційного кластера дозволить:

— встановити взаємозв'язки, які роблять учасників кластера сильнішими в порівнянні з тими підприємствами, які працюють самостійно;

— зорієнтувати діяльність кожного учасника на потреби ринку за рахунок узгодженої загальної стратегії кластера;

— значно розширити збут (в т.ч., за рубіж), підвищити повноту і своєчасність постачання, зменшити витрати на постачання і збут за рахунок розвитку внутрішньої системи постачання і єдиної системи поширення продукції і послуг, побудованою на принципах довіри;

— стабілізувати господарську діяльність учасників (навіть в умовах кризи), що дозволить збільшити кількість робочих місць і рівень заробітної плати;

— створити унікальні передумови для розвитку інноваційної діяльності, підвищення якості продукції, продуктивності і рентабельності підприємств-учасників кластера;

— спростити доступ до ринкової інформації (її вільний обмін усередині кластера) за рахунок створення загальної кластерної інформаційно-аналітичної системи, мережі корисних контактів;

— полегшити для учасників кластера доступ до новітніх технологій, передових методів організації виробництва, підвищити професійний рівень освіти [9].

На нашу думку, стратегія формування туристсько-рекреаційного комплексу Одещини повинна базуватися на кластерному підході, а саме нами запропоновані такі заходи:

1) Необхідно визначити основні конкурентні туристські переваги області шляхом порівняння з іншими в Україні і визначити території, де виділені переваги проявляються найяскравіше;

2) Потім слід провести туристське районування, при якому необхідно інтегрувати підходи і принципи природного і соціально-економічного районування. Одним з основних принципів туристського районування має бути принцип завершеності туристських маршрутів, а також облік виділених конкурентних туристських переваг. Далі в межах виділених районів необхідно намітити території, які відрізнялися б вираженням якої-небудь основної переваги. У такому разі кожен туристський район міг би пропонувати особливі турпродукти і взаємодоповнювати один одного в регіональній системі. Туристський район при такому підході являється протокластером, тобто територією потенційно здатною виконувати туристські функції.

3) На наступному етапі в кожному протокластері пропонуємо виділити провідну доміную, об'єкт який здатний своєю появою і розвитком структурувати простір навколо себе. У такому разі на основі туристських районів складаються або можуть скластися в перспективі територіальні об'єднання підприємств – туристські кластери. У зв'язку з цим на основі сітки туристських районів слід визначити просторову структуру майбутніх туристських кластерів. В межах протокластера виділяються три зони. Перша – центральна зона, ядро, своєрідний генератор туристських інновацій, розподільник туристських потоків. Друга зона – базова. Це територія-концентрація основних туристських об'єктів і маршрутів. Третя зона – ареал перспектив туристського бізнесу. Третя зона

кластера може виходити за межі адміністративних меж регіону, охоплюючи території міжрегіональної туристської співпраці.

Висновки

Таким чином, туристсько-рекреаційний кластер формується в межах туристського району і характеризується наявністю бізнес-компоненти (туристичних підприємств), що має тісні зв'язки. Кожен кластер повинен виконувати свої особливі функції в регіональній туристично-рекреаційній

системі, виділятися своїми видами туризму і рекреації.

Роблячи висновок, можна сказати, що у зв'язку із збільшенням інтересів туристів відвідувати туристсько-рекреаційний комплекс Одещини, в регіоні необхідно розробити науково-обґрунтовану стратегію розвитку туристсько-рекреаційного комплексу на основі кластеризації.

Список літератури:

1. Портер М. Конкуренция : [пер. с англ.] / М. Портер ; под ред. Я.В. Заблоцкого. – М. : ИД Вильямс, 2003. – 496 с.
2. Морозова Ю.Ю. Кластерный подход к управлению организациями туристского бизнеса: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (рекреация и туризм)» / Морозова Юлия Юрьевна; Сочинский государственный университет туризма и курортного дела. – Сочи, 2011 – 25 с.
3. Воронов А. Кластерный анализ – база управления конкурентоспособностью на макроуровне / А. Воронов, А. Буряк // Маркетинг. – 2003. – № 1. – С. 11-27.
4. Туристские объекты, районы, кластеры: материалы I Международной конференции по проблемам развития туризма (г. Пермь, 11 – 13 октября 2008 г) / Пермский государственный университет; редкол.: А.И. Зырянов [и др.]
5. Нездоймінов С.Г. Формування кластерної стратегії розвитку підприємництва в регіональному туристично-рекреаційному комплексі / С.Г. Нездоймінов // Економічні інновації: Формування економічних стратегій розвитку підприємства, регіону, держави: зб. наук. праць. – Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2009. – Вип. 38. – С. 134-143.
6. Українські Кластери [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ucluster.org
7. Головне управління статистики в Одеській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.od.ukrstat.gov.ua
8. Клейнер Г.Б. Синтез стратегии кластера на основе системно-интеграционной теории / Г.Б. Клейнер, Р.М. Качалов, Н.Б. Нагрудная // Отраслевые рынки. – 2008. – № 5-6(18).
9. Степанов В.Н. Территориально-производственный кластер как интегрированная организационно-экономическая система (теоретико-методологический аспект) // Економічні інновації. – Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2010 – Вип. 40 – С. 343-353.
10. Семенов В.Ф. Регіональний вимір рекреаційно-туристичної діяльності / В.Ф. Семенов, М.Д. Балджи, В.М. Мозгальова; за ред. В.Ф. Семенова: монографія. – Одеса: Вид-во «Optimum», 2008. – 201 с.

Надано до редакції 20.01.2013

Філіппова Світлана Валеріївна / Svitlana V. Filyppova

Малік Роман Юрійович / Roman Yu. Malik
zevsen@rambler.ru

Посилання на статтю / Reference a Journal Article:

Деякі аспекти формування кластерної стратегії туристсько-рекреаційного комплексу регіону [Електронний ресурс] / С.В. Філіппова, Р.Ю. Малік // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2013. – № 1 (6). – С. 186-189. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n1.html>