

Панасенко А.С., Нестеренко О.А., Челембієнко К.С.

студенти

*Полтавський національний технічний університет
імені Юрія Кондратюка***КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД У СФЕРІ ТУРИЗМУ**

Панасенко А.С., Нестеренко О.А., Челембієнко К.С. Кластерний підхід у сфері туризму. Досліджено сучасний стан та розвиток кластерної моделі організації туристичної діяльності регіону в Україні та світі. Описано особливості найвідоміших туристичних кластерів світу та наведено переваги даного типу об'єднання. Проаналізовано досвід використання кластерних утворень на території України, метою яких є розвиток туристичної діяльності в регіонах, упровадження та реалізація проектів щодо збільшення туристичного потенціалу на внутрішньому та зовнішньому ринках. Аналіз проведено на прикладі Полтавської регіональної громадської організації «Обласний туристичний кластер», діяльність якої є однією з найефективніших на території Полтавської області. Даний кластер об'єднує в собі представників різних галузей туристичної індустрії, що дає йому змогу ефективно реалізувати нові проекти.

Ключові слова: кластер, регіон, кластерна модель, внутрішній ринок, зовнішній ринок.

Панасенко А.С., Нестеренко О.А., Челембієнко Е.С. Кластерный подход в сфере туризма. Исследовано современное состояние и развитие кластерной модели организации туристической деятельности региона в Украине и мире. Описаны особенности самых известных туристических кластеров мира и приведены преимущества данного типа объединения. Проанализирован опыт использования кластерных образований на территории Украины, целью которых является развитие туристической деятельности в регионе, внедрение и реализация проектов по увеличению туристического потенциала на внутреннем и внешнем рынках. Анализ проведен на примере Полтавской региональной общественной организации «Областной туристический кластер», деятельность которой является одной из наиболее эффективных на территории Полтавской области. Данный кластер объединяет в себе представителей разных отраслей туристической индустрии, что позволяет ему эффективно реализовать новые проекты.

Ключевые слова: кластер, регион, кластерная модель, внутренний рынок, внешний рынок.

Panasenko A.S., Chelembiienko K.S., Nesterenko O.A. Cluster approach in the sphere of tourism. This article shows the research of the modern condition and development of the cluster model of touristic activity in certain regions in Ukraine and the world. Also this paper describes peculiarities of the most famous world clusters and brings benefits of this type of the association. The experience of using cluster formations in Ukraine is analysed, showing that their aim is the development of the regional touristic activity, the introduction and the realization of projects according to the increase of the touristic potential in home and foreign markets. The analysis is conducted on the basis of Poltava public organization «Regional touristic cluster», which activity is one of the most effective throughout Poltava. This cluster consolidates representatives of different spheres in tourism industry, which allows it to operate new projects.

Keywords: cluster, region, cluster model, home markets, foreign markets.

Постановка проблеми. Одним із вагомих чинників забезпечення економічного зростання країни та її регіонів, є розвиток туристичної діяльності. Експерти та фахівці даної сфери зазначають, що відбувається постійне, хоча й не стабільне, зростання її ролі у структурі світової економіки. На індустрію туризму в цілому припадає близько 10% світового валового національного продукту та 11% світових споживчих витрат. Туристична галузь належить до числа найбільш ефективних та конкурентоспроможних галузей. Світові тенденції економічного розвитку разом з особливостями розвитку сфери туризму на даному етапі визначають створення якісних умов для господарчої діяльності з принципово новим характером економічних зв'язків та економічних

відносин, збільшують вимоги до інноваційного підходу з приводу методів взаємодії між представниками влади, бізнесом та громадськими інституціями.

Диверсифікація розвитку господарських комплексів регіонів є одним із ключових напрямів ефективного підприємництва і збалансованого функціонування економіки. До підходів до диверсифікації регіональної економіки належить розвиток кластерних організацій. Зважаючи на світовий досвід упровадження кластерної моделі в окремих регіонах, можна стверджувати, що учасники кластерних об'єднань отримують низку переваг: зростання продуктивності; розповсюдження інформації серед учасників; ефективні комунікації; запровадження інноваційних проектів; високу конкурентоспроможність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ідея кластерного об'єднання зародилася більше століття тому, проте модель економічного кластеру у його сучасному розумінні запропонував М. Портер у праці «Міжнародна конкуренція. Конкурентні переваги країн». Дослідженням цього питання займалися А. Маршалл, А. Вебер, П. Перру, І. Толенадо, Д. Сольте та ін. Над вивченням цього питання працювали вітчизняні та зарубіжні автори, серед них: М. Войнаренко, С. Соколенко, Д. Стеченко та ін. Розвиток туризму як напрям бізнесової діяльності вивчали такі науковці: Л. Гринів, Ю. Зінько, В. Кравців, В. Липчук, Ю. Ніколаєнко, Ю. Стадницький, О. Старовойтенко та ін. З регіонального погляду проблематика розвитку туризму вивчається М. Багровим, Ю. Веденіним, О. Лихоманковим, А. Голиковим, І. Твердохлебовим та ін. Над питаннями щодо вдосконалення конкурентного регіонального кластерного розвитку працювали: М. Портер, Р. Бленді, Т. Андерсон, Ф. Котлер, А. Маршалл, М. Малій, Н. Булатова, Л. Марков, О. Д'якова, Ю. Міхеєв, Г. Хасаєв та ін.

Незважаючи на вже проведені дослідження, дана проблема формування та розвитку туристичних кластерів є інноваційною, тому виникає необхідність розглянути її детальніше та зупинитися на кластерному підході до розвитку сфери туризму.

Постановка завдання. Отже, виходячи з результатів досліджень, можна зробити висновок, що рівень економічного розвитку учасників кластерів зазвичай на декілька позицій вищий, аніж в інших структурах регіонів та країн у цілому. Саме тому практичні та теоретичні дослідження проблем, які пов'язані з розвитком кластерних об'єднань, є досить важливими та актуальними. Окрім того, кластери є перспективними для тих сфер господарства, які акумулюють у собі різноманітні сфери виробництва, зокрема для туризму, тому, на нашу думку, важливо детальніше зупинитися на формуванні туристичних кластерів, які, як правило, розглядають як систему інформаційної та інтенсивної виробничо-технологічної взаємодії підприємств туристичної діяльності, постачальників додаткових та базових послуг для створення «основного продукту» кластера – туристичного продукту.

Виклад основних результатів. Туристична діяльність потребує інтеграції зусиль підприємств різної спрямованості, допомагаючи цим формувати комплексний туристичний продукт, який може конкурувати на ринку не тільки на регіональному рівні, а й на міжнародному.

Регіон розміщення кластеру також отримує відповідні переваги, адже зростання продуктивності на підприємствах-учасниках зумовлює економічний розвиток регіону в цілому, формування нових робочих місць, скорочення безробіття та підвищення ВВП. Під час розвитку диверсифікованого кластера суттєво проявляється ефект синергії, який полягає

саме в тому, що відбувається покращення різноманітних економічних процесів.

Сутність кластерного підходу полягає в тому, що це нова управлінська технологія, яка дає змогу підвищити конкурентоспроможність окремого регіону, галузі або обох разом. Застосовуючи кластерний підхід, ми підвищуємо ефективність функціонування та конкурентоспроможність підприємств регіону (оскільки кластер обмежений географічно) шляхом координації та об'єднання зусиль (у тому числі й у просуванні наперед визначеного спільного продукту, в нашому випадку туристичного) не лише безпосередніх виробників продукту, а й допоміжних підприємств, які опосередковано пов'язані з виробництвом кінцевого продукту кластера. Для того щоб діяльність кластера була ефективною, учасники кластера повинні вміти залучати туристів та пропонувати їм послуги.

З-поміж найбільш ефективних форм інноваційного економічного розвитку вітчизняні та закордонні науковці виокремлюють кластерний підхід до структурування економіки, аргументування вибраних стратегій регіональної та національної економічної політики та зростання рівня конкурентоспроможності послуг та продуктів. Саме через це вивчення досвіду і можливостей запровадження кластерної моделі організацій у туристичній діяльності є досить актуальним та перспективним.

До туристичних кластерів належать групи підприємств, сконцентрованих географічно в межах регіону, які спільно застосовують спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці та інші функціональні структури господарства [1]. Під час формування кластерів у сфері туризму схожі та взаємопов'язані підприємства й організації взаємодоповнюють і кооперуються для створення відносин взаємної довіри, взаємообміну ідеями й інформацією, спільної координації дій. Саме високий ступінь довіри дає змогу знизити вартість операцій, що здійснюються між партнерами. Навіть якщо туристичні компанії раніше не працювали разом, але мали інформацію одна про одну і здійснювали неформальні зв'язки у рамках регіону, то це вже створює базу для формування довіри. Підприємства туристичного бізнесу, об'єднавшись у туристичний кластер у межах регіону, отримують змогу ефективніше відстоювати свої інтереси на рівні місцевих органів влади, а також брати участь у великих інвестиційних програмах. Механізм формування туристичних кластерів традиційно містить два складника: створення ініціативної групи з формування кластеру, до якої мають входити як представники головних підприємств потенційного туристичного кластеру, так і фахівці, що мають досвід запровадження кластерної моделі в інших регіонах чи галузях (наприклад, спеціалісти агенцій регіонального розвитку, експерти різноманітних програм та ініціатив); офіційне визнання і

реєстрація кластеру органами державної та місцевої влади [2]. У структурі туристичного кластеру доцільно виділяти чотири основних сектори:

- сектор виробництва туристичних послуг;
- сервісний сектор;
- допоміжний сектор;
- сектор забезпечення життєдіяльності туристичного кластеру [3].

У туристичній діяльності кластери мають такі переваги:

- ефективніше використання туристичних та рекреаційних ресурсів, підвищення та поліпшення конкурентоспроможності туристичного продукту на регіональному рівні;
- покращення інвестиційної привабливості регіону, підтримка інноваційних інвестиційних проектів у туристичній галузі;
- координування зусиль бізнесу, влади і громадських організацій за для розвитку інфраструктури в туризмі;
- загальне використання кадрового потенціалу, застосування планів підвищення та підготовки кваліфікації робітників та зменшення собівартості на туристичні послуги за рахунок преференцій для членів кластеру, спільного споживання певних ресурсів, узгодження тактик і стратегій бізнесової діяльності;
- впровадження спільних рекламних та маркетингових заходів, участь у туристичних ярмарках та виставках, розроблення та просування власного туристичного бренду регіону;
- підвищення можливості для розвинення інноваційних напрямів і форм туризму.

Нині підходи до розвитку туристичної діяльності та рекреації, засновані на кластерних моделях, знаходять усе більшого застосування за кордоном. На практиці вивчення кластеризації туристичної сфери та рекреації проводили у другій половині ХХ ст. У 1980–1990-х роках вона розповсюдилася в Північній Америці, Європі та нових промислових країнах [4]. Переважною формою кластерної моделі є тематичні кластери – штучні об'єднання, які сформувалися на однорідних сегментах ринку туристичних послуг та рекреації, які мають у собі певну продуктову ланку (наприклад, культурно-пізнавальну, розважальну, спортивну та ін.) [5]. Наукові дослідження демонструють, що тематичні кластерні організації сприяють формуванню таких ланцюгів додаткової вартості та системи накопичення вартості, які дають змогу туристам отримувати відповідний туристичний досвід та враження. Одним із найбільш відомих тематичних кластерних організацій рекреації та туризму США можливо виокремити кластер, який орієнтується на винний туризм Долини Напа, штат Колифорнія. Він має більше 200 виноградників (загальною площею 13 тис. га) та 250 підприємств винної індустрії міст Рутерфорд, Калистога, Юнтвілл, Оуквілл, та Сан-Хелена. Найвідомішими виробниками даного кластеру є «Мамм-Напа-

Веллі» (виготовляє вина з дотриманням найкращих класичних традицій), «Рутерфорд-Хілл-Вайнери» (використовується унікальна технологія для виготовлення різних вин) та «Клос-Пегас» (є власником унікальної та великої колекції марочних вин).

Прикладом створення дієвого кластера в Італії є місцева туристична система «Тразименське озеро» в Умбрії, яка об'єднує, крім туристичних підприємств, закладів розміщення та харчування, торговельні організації, підприємства з виробництва товарів широкого вжитку, товарів, специфічних для даної місцевості (вино, оливкова олія). Водночас налагоджено тісну співпрацю з асоціаціями міст, які виробляють вино та оливкову олію, з іншими державами щодо створення мережі озер, які приймають туристів на принципах стійкого розвитку. З інших діючих кластерів слід згадати «Салінунтинські терми» (Сицилія), «Адріатичне море і берег», «Міста мистецтв, культури та бізнесу» (Емілія-Романія).

Кластерна модель організації запроваджується в туризмі інших країн Західної Європи. Низка туристичних кластерів функціонує у Шотландії, кластер туризму і відпочинку – у Північній Ірландії (Велика Британія), численні кластери з організація дозвілля – у Франції.

Туризм давно визнають пріоритетним напрямом розвитку економіки України. Туристична галузь уже тривалий час є дієвим інструментом для створення нових робочих місць як у місті, так і в сільській місцевості; туризм сприяє розвитку інфраструктури в нашій країні. Проте ще досі не розглянуті та не вивчені питання щодо особливостей механізму розвитку туристичної галузі з урахуванням специфіки кластерного підходу.

Світова практика 90-х років ХХ ст. говорить про достатньо високу та стійку економічну результативність діяльності чималої кількості різних кластерних організацій, що підтверджує їхні переваги в конкуренції із традиційними організаціями бізнесу. Нині активно розвиваються кластери у Харківській, Сумській, Рівненській, Волинській, Івано-Франківській та Полтавській областях. Одна з перших спроб реалізації кластеризації в туризмі була запущена в 2001 р., коли створено туристичний кластер на Хмельниччині «Кам'янець». Метою кластера є впровадження та координація проектів для розвитку туристичної галузі в регіоні, популяризація міст, сіл та їхніх туристичних можливостей. У майбутньому планується створення інших туристично-рекреаційних кластерів, які зможуть задовольнити потреби українського споживача туристичних послуг і бути конкурентоспроможними на зовнішньому ринку туристичних послуг.

На території Полтавського регіону одним із найефективніших діючих кластерів є ГО «Обласний туристичний кластер», який зацікавлений в інтенсивному розвитку туристичної діяльності регіону. Метою діяльності Полтавської регіональної громад-

ської організації «Обласний туристичний кластер» на базі ТА «Алмаз-Тур» є захист законних соціальних, економічних, творчих, вікових, національно-культурних, туристичних, спортивних та інших спільних інтересів своїх членів. Основні напрями діяльності Полтавської регіональної громадської організації «Обласний туристичний кластер»:

- сприяння вирішенню соціальних, культурних, освітніх, наукових та управлінських проблем туристичного Кластеру;
- сприяння розвитку та координації туристичної галузі на Полтавщині;
- всебічна підтримка виховання поваги до краси рідного краю, туристично-рекреаційної привабливості та наявного культурного, історичного надбання українського народу;
- збереження та примноження вічних духовних цінностей, що мають стати орієнтиром для майбутніх поколінь;
- організація культурного спілкування, відпочинку членів туристичного кластеру, встановлення й підтримка зв'язків між ними, у тому числі для надання взаємної допомоги;
- забезпечення ефективних форм підвищення професійної кваліфікації членів туристичного кластера у навчальних закладах України та за кордоном, а також шляхом проведення семінарів, майстер-класів, конференцій, круглих столів, спрямованих на просування Полтавського обласного туристичного продукту на всеукраїнському та міжнародному ринках;
- сприяння та участь у підготовці й поширенні літератури туристично-рекреаційного, історико-культурного, наукового, освітнього, просвітницького та іншого спрямування;
- розвиток пізнавального, культурного, етнографічного, інклюзивного, зеленого туризму;

– організація та участь у заходах щодо обміну досвідом з іншими громадськими об'єднаннями, у тому числі за кордоном, та ін.

До складу кластера входять туристичні агенції, заклади розміщення, харчування, екскурсиводи, перевізники, музеї, громадські діячі та представники органів влади. ГО «Обласний туристичний кластер» пропонує проведення одноденних та більш тривалих екскурсій у місті Полтава та області. Метою діяльності є ознайомлення туристів з культурною спадщиною Полтавщини, котра пов'язанна з історичними подіями та видатними особами минулих століть. Після екскурсії туристи мають змогу відпочити у комфортабельних готельних номерах, скуштувати національні українські страви. Одним із напрямів діяльності ГО «Обласний туристичний кластер» є активна допомога організації відпочинку людям з обмеженими можливостями.

Висновки. Отже, кластер є однією з найбільш привабливих форм організації туристичної діяльності, особливо в умовах розвитку ринкової економіки господарювання. Кластерні технології сприяють налагодженню взаєморозуміння між управлінськими структурами і бізнесовими колами у процесі вирішення соціально-економічних проблем певного регіону. Створення туристичного кластеру надає широкі можливості реалізації міжнародних туристичних послуг у комплексі. Наявність злагодженої системи надання таких послуг створює позитивний імідж регіону та країни у цілому на міжнародній арені, роблячи територію більш привабливою і, як наслідок, економічно вигідною і прибутковою, а торговельні можливості при цьому спрощуються.

Проте нині в Україні немає відповідної законодавчої бази, яка допоможе регулювати відносини учасників кластера, допомагати розвивати кластерні об'єднання.

Список літератури:

1. Федоренко С.Г. Концепція кластерної політики в Україні / С.Г. Федоренко, А.М. Тугай, А.Ф. Гойко // Економіка та держава. – 2008. – № 11. – С. 5–15.
2. Черторижський В.М., Колодійчук А.В. Кластерна модель організації туристичної діяльності – чинник виходу та закріплення туристичних фірм на зовнішніх ринках / В.М. Черторижський, А.В. Колодійчук // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.7. – С. 75–81.
3. Смаль І.В. Кластерні технології в туризмі: регіональний аспект / І.В. Смаль, В.В. Смаль // Туристично-краєзнавчі дослідження. – 2007. – Вип. 7. – С. 3–24.
4. Кальченко О.М. Кластеризація в туристичній галузі / О.М. Кальченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vcndtu/2009_39/22.htm.
5. Адамова К.З. Тематические туристские кластеры / К.З. Адамова // Новый век: история глазами молодых. – 2008. – Вып. 7 – С. 215–218.