

УДК 910.1

Доан П.В.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛОКАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

У статті розглянуто наукові теорії територіальної організації виробництва, на основі яких формується новітня концепція локальних туристичних систем (ЛТС), дано визначення ЛТС та сформульовано їх основні характеристики.

В статье рассмотрены научные теории территориальной организации производства, на основе которых формируется концепция локальных туристических систем (ЛТС), дано определение ЛТС и сформулировано их основные характеристики.

There are analyzed scientific theories of territorial organization of production that are being a basis for new tourist local systems (LTS) concept, there is given a definition of LTS and formulated its main characteristics.

Концепція локальних туристичних систем (ЛТС) – це сучасна модель територіального управління розвитком туризму в Італії. Її формування стало результатом поширення на індустрію туризму принципів системного підходу, економічної теорії, суспільної географії та менеджменту. Якщо говорити більш предметно, то теорія локальних туристичних систем запозичила елементи теорії промислових і економічних районів, суспільно-географічних комплексів, кластерів та інноваційних середовищ, дестинацій тощо. Дослідження ЛТС як альтернативної новітньої моделі управління

туризмом почалося в 90-х роках ХХ ст., а вже у 2001 р. вона була прийнята на законодавчому рівні в Італії. За більш ніж десятиріччя країна відчула позитивні наслідки місцевого управління туризмом, яке дозволяє швидше реагувати на зміни в кон'юнктурі ринку, впроваджувати новітні технології (системи бронювання в реальному часі, платформи з управління об'єктами інфраструктури тощо), проводити концентровану політику маркетингу, дотримуватися принципів сталого розвитку, постійно стежити за станом туристсько-рекреаційних ресурсів і так далі. Тому для того, щоб краще розуміти концепцію власне локальних туристичних систем, необхідно проаналізувати теорії, на основі яких вона сформувалася.

Концепція промислових районів. Теоретична база поняття промислового району була закладена в ХІХ ст. Альфредом Маршаллом, який описав процес концентрації підприємств (здебільшого малих і середніх за розміром) однієї сфери виробництва на окремих територіях крупних промислових центрів Великобританії. Такі скупчення автор називав «індустріальними (промисловими) районами». Маршалл виділяв промислові райони невеликих за розміром підприємств і протиставляв їх великим компаніям (заводам) з вертикальною інтеграцією. Таким чином, малі виробництва мали можливість успішно конкурувати з крупними, розташовуючись близько один від одного і концентруючи ресурси в одному місці. Важливе місце в його теорії посідає поняття «зовнішньої економії», що характеризується трьома чинниками: наявністю кваліфікованої робочої сили, локальною торгівлею та місцевим поділом праці між невеликими підприємствами [3]. Маршалл вказував на три головні переваги, які отримує фірма, що належить до локалізованого промислового району:

- швидке розповсюдження нових ідей та вдосконалення галузі;
- наявність спеціалізованих постачальників товарів та послуг;
- широкий доступ до вузькокваліфікованої робочої сили.

З часом теорія Маршалла набула розвитку і стала підґрунтям для формування концепцій економічних районів, територіально-виробничих і суспільно-географічних комплексів тощо. Вдосконаленням і поглибленням теорії промислових районів займалися такі вчені, як Майкл Піоре, Чарльз Сабел, Джакомо Беккатіні, Франк Пайк, Вернер Сенгенбергер та інші.

Концепція туристських кластерів. Поряд із концепцією промислових районів розвивалася кластерна модель організації виробництва, одним із основоположників якої є американський дослідник Майкл Портер. Теорія промислових кластерів сформувалася на основі концепції чотирьох факторів конкурентних переваг країн, визначених самим Портером і відомих як «правило ромба». До факторів конкурентоздатності автор відніс умови для факторів виробництва, стан попиту, споріднені й підтримуючі галузі, а також стійкі стратегію, структуру і конкуренцію [4, с. 219-220]. Кластерна концепція ґрунтується на твердженні, що кращі умови для створення конкурентних переваг регіонів виникають тоді, коли фірми, що працюють в одній галузі

господарства на географічно сконцентрованій території. За визначенням Портера кластер — це група географічно близьких (у автора — «сусідніх») взаємопов'язаних компаній та організацій, що діють в одній сфері економіки і характеризуються спільністю діяльності та взаємодоповненням одне одного [4, с. 258]. При цьому розміри кластерів можуть варіюватися від території одного міста до меж цілого ряду країн.

Портер у своїй праці пише не про штучне створення кластерів за ініціативи владних структур, а про виявлення вже існуючих реальних утворень та їх підтримку з боку державних органів і дослідницьких інститутів. Крім того, автор стверджує, що необхідно підтримувати розвиток усіх без винятку кластерів, тому що неможливо передбачити який розвиватиметься швидше, а який повільніше. На думку Портера, державна політика, за якої підтримка надається тільки тим кластерам, що наразі мають високі темпи розвитку, є хибною. Таким чином, дослідник надає пріоритетного значення у підвищенні конкурентоздатності й забезпеченні економічного розвитку країни промисловим кластерам як новій формі просторової організації виробництва [4, с. 313-326].

Портер у своїй праці «Конкурентні переваги націй» аналізував здебільшого концентрацію промислових підприємств, але частково торкнувся й індустрії туризму. Зокрема, автор пише: «... взаємопов'язана діяльність домогосподарств кластера матиме більший результат, ніж самотійна діяльність окремих виробників. Наприклад, для типових туристських кластерів рівень задоволеності відпочинком залежить не тільки від основної атракції, а й від супутніх послуг, надаваних готелями, ресторанами, магазинами, транспортними компаніями тощо. Оскільки діяльність членів кластера взаємозалежна, то хороше враження від однієї послуги покращить сприйняття й інших... В умовах недорозвиненої економіки будівництво туристського кластера може дати поштовх до покращення інфраструктури і сприяти розсосередженню економічної діяльності.» [4, с. 279, 301]. Крім того, Портер приводить успішні приклади готельної корпорації Marriott і туристського кластера виноробів Каліфорнії.

Не дивлячись на посилання Портера до індустрії туризму, дослідження туристських кластерів в роботах сучасних дослідників досить обмежені. Однією з найбільш повних і ґрунтовних можна назвати працю Сари Нордін (Університет Середньої Швеції Mittuniversitetet) «Туристська кластеризація та інновації». Автор спроектувала портерівську «концепцію ромба» до індустрії туризму і визначила основним фактором конкурентоздатності й успішного функціонування туристського кластера наявність тісно пов'язаних підприємств туризму, що активно впроваджують інновації. Крім того, дослідник пише про необхідність планування співпраці між місцевими учасниками кластера з метою досягнення стабільної конкурентної позиції на ринку. Нордін наводить наступні приклади кластеризації в туризмі: виноробний кластер долини Напа (США), Кластерний консорціум Південної Африки (прийнятий у

1998 р. спільними зусиллями державної влади і бізнес структур), кластер Північного Квінследа (Австралія) та деякі інші.

Поряд із послідовниками Портера є ряд науковців, що не згодні з його теорією. Наприклад, можна назвати таких дослідників, як Рон Мартін (університет Кембриджа, Великобританія) та Пітер Санлі (університет Саутгемптона, Великобританія). Обидва дослідники жорстко критикують кластерну концепцію організації виробництва і наголошують на тому, що теорія Портера не є універсальною і її не можна застосовувати, вирішуючи питання економіки підприємства, організації виробництва та менеджменту. Основною причиною незгоди з теорією Портера дослідники називають відсутність специфічних характеристик та кількісних показників, що дають можливість оцінки діяльності кластерів.

Концепція туристських районів. Поняття туристського району формувалося на основі теорії промислових районів Маршалла, досліджень європейських вчених, а також доробок вітчизняних економ-географів, що розробили концепцію територіально-виробничих комплексів, економічних і суспільно-географічних районів. Одним із перших дослідників, хто писав про туристські райони був австрійський науковець Йозеф Страднер. У своїй праці під назвою «Туризм» (1905 рік) вчений окреслював предмет дослідження туризму і наголошував на проблемі районування, оскільки межі туристських районів не збігаються з кордонами адміністративних одиниць [1]. Серед радянських дослідників першим про туристське районування писав професор Інституту географії Академії наук СРСР Володимир Преображенський. У 1973 р. (з уточненнями 1980 р.) ним було розроблено схему районування території СРСР, яка включала 4 зони і 20 районів. Через декілька років районування Преображенського деталізував Ігор Зорін – професор Російської міжнародної академії туризму. Серед інших вітчизняних вчених, хто займався питаннями туристичного районування, слід назвати А.Ю. Александрову, Д.В. Ніколаєнко, А.В. Даринського, Ю.Д. Дмитревського, Н.С. Мироненка, А.М. Сазикіна, А.А. Романова, Т.А. Ірисову та інших [5]. Серед сучасних дослідників туристського районування можна назвати Енріко Сантареллі (Болонський університет), Магду Антоніолі-Корільяно (університет Бокконі), Дугласа Пірса (Кентерберійський університет), Чарльза Стенфілда (Університет Роуена, Нью Джерсі), Дональда Гетза (Університет Квінследа) та інших.

У спеціалізованій туристознавчій літературі чіткого визначення туристського району досі не існує. Виходячи з теорій, на основі яких сформувалося дане поняття, виділяють характерні особливості туристських районів. Серед них головними є наявність визначеної території, необхідних рекреаційних ресурсів та інших факторів атрактивності, спеціальної туристської інфраструктури тощо. Крім того, в межах району повинна існувати мережа суб'єктів ринку, що тісно співпрацюють між собою і забезпечують його успішне функціонування. При цьому, кожен окремий суб'єкт розглядається як окрема ланка цілого.

Концепція менеджменту дестинацій. Поняття туристичної дестинації відносно молоде в науці, його активне обговорення в спеціалізованих туризмознавчих виданнях охоплює приблизно два останні десятиріччя. За визначенням Європейської Комісії це — окрема територія, що позиціюється для туристів як місце для відвідування і в межах якої турпродукт формується одним або декількома визначеними адміністративними органами чи організаціями [15]. Концепція дестинації основну увагу фокусує на маркетингу і стратегії локальної мережі суб'єктів туристичного ринку, що виражається в координації спільної діяльності задля формування інтегрованого ринкового продукту. Дана концепція тісно пов'язана з використанням системного (наявність інтегрованої системи акторів ринку) і територіального (прив'язка до конкретної території та її економічного зростання) підходів.

З розвитком парадигми туристичної дестинації актуальними питаннями стали їх менеджмент і маркетинг. Найактивніше розвитком даної концепції (*Destination Management and Marketing Concept*) займаються такі вчені, як Brent Ritchie та Джулі Отто (Університет Калгарі), Дімітріос Бухаліс (Університет Борнмута), Роб Лоу (Політехнічний університет Сянгану), Томас Бігер (Університет Санкт-Галлена), Пітер Келлер (Університет Лозанни), представники Міжнародної асоціації наукових експертів з туризму (*AIEST – International Association of Scientific Experts in Tourism*) та інші. Під поняттям туристичної дестинації вони розуміють унікальну мережу акторів (туроператорів, турагентів, транспортних перевізників, готелів, закладів ресторанного бізнесу та інших закладів сфери обслуговування), що діють на визначеній території і забезпечують формування пакету послуг, запропонованого туристам під час відпочинку. Таким чином, вищезгадані науковці й організації основним фактором створення і успішного функціонування дестинацій визначають попит (ринок).

Концепція SLOT (Local System of Tourist Offer). Дана концепція була розвинена здебільшого італійськими дослідниками Мауріціо Рісполі та Міхелем Тамма (університет Ка' Фоскарі у Венеції) і поєднала в собі системний підхід з принципами менеджменту. Використовуючи системний підхід, дослідники розглядають дестинацію в сукупності всіх її атракцій та послуг, що можуть бути надані туристам. Особливий акцент вони роблять на взаємозв'язку між продуктом, що постачається на ринок туристичними компаніями, і сукупною пропозицією дестинації. Під поняттям *SLOT* науковці розуміють сукупність послуг і факторів атрактивності певної території, що може забезпечити добре сформовану і комплексну туристичну пропозицію, яка відображає унікальну систему гостинності й підсилює привабливість місцевих ресурсів і автентичність локальної культури [12].

До складових *SLOT* належать такі елементи:

- система (сукупність інтегрованого продукту конкретної території, що вимагає тісної кооперації між всіма виробниками товарів та послуг);
- місцевість (прив'язка до визначеної території в усій сукупності своїх специфічних характеристик, які репрезентують її туристичну привабливість);
- туристична пропозиція (наявність в межах даної системи широкої пропозицій турпродукту);
- локальна система пропозиції (означає готовність території до взаємозв'язку із зовнішніми ринками) [12].

Концепція інноваційного середовища (інноваційного кластера).

Однією з сучасних концепцій територіального управління індустрією туризму, розвиненою на базі економічних і суспільно-географічних теорій, є поняття інноваційного середовища (за деякими джерелами – інноваційного кластера). Характерною ознакою даної теорії є врахування фактору соціуму (місцевого населення) як одного із визначальних для розвитку території. Першими про інноваційний напрям почали писати дослідники з Франції та Швейцарії, а основоположником вважають Філіппа Айдалота – професора Паризького університету. У 1984 р. за його ініціативи і безпосереднього керівництва була створена група вчених GREMI (з франц. – «Європейська група з вивчення інноваційного середовища»), представлена такими дослідниками, як Роберто Каманьї, Деніс Майа, Олів'є Кровуазьє, Мюріель Табарі та іншими. Група GREMI об'єднала європейських та північноамериканських науковців, що займаються вивченням взаємозв'язку між технологічними інноваціями та розвитком території. Загалом дана концепція охоплює багато сфер людської діяльності, в тому числі культуру і туризм. Серед представників GREMI дослідженням рекреаційного напрямку займаються Педро Коста, Вероніка Пейраш-Гаду та інші [7, 9].

Інноваційне середовище передбачає виникнення соціальних зв'язків як між працівниками однієї компанії, так і між робітниками інших підприємств в межах кластера. Ці зв'язки ґрунтуються, в першу чергу, на спільному сукупному попередньому досвіді роботи працівників. Подібні інноваційні середовища (кластери) зазвичай формуються на території міст, в межах яких відносини між фірмами та відокремленими представниками галузі сформувались давно і сприяють активній комунікації. За словами Роберти Капелло (університет Молізе, Мілан): «Накопичувальний і спільний процес навчання стимулює інноваційну діяльність за допомогою неформального обміну інформацією та накопичення спеціальних знань». Науковець пише, що навчання відбувається різними способами: шляхом обміну інформацією між співробітниками фірм, переходу окремого працівника з однієї компанії в іншу тощо [6]. Існує багато спільного між моделлю інноваційного середовища і класичного кластера. Обидві концепції ґрунтуються на співпраці між підприємствами малого та середнього бізнесу, що розташовані в межах визначеної території

(зазвичай міста) і багато в чому покладаються на навички та знання персоналу. Суттєвою відмінністю кластерів інноваційного типу є швидше впровадження інновацій, а також тісніша співпраця між робітниками різних підприємств з метою досягнення спільних цілей та ідей (зазвичай технологічно-інноваційного характеру).

Одним із яскравих прикладів дослідження інноваційного середовища в туризмі є праця Вероніки Пейраш-Гаду (університет Савойя, Франція) «Сталий розвиток гірських територій: планування нових курортів». В своїй роботі автор проаналізувала розвиток гірських територій Альп, придатних і потенційних для розвитку туризму, з точки зору концепції інноваційного середовища — в сукупності соціально-економічних зв'язків. Вона поділила курорти на дві категорії — традиційні туристичні дестинації та точкові курортні зони. Перші характеризуються наявністю сформованого локального середовища, в якому розвиток має інертний характер, а інновації впроваджуються поступово. Другому типу курортів не характерна наявність інноваційного кластера, але на відміну від попереднього розвиток тут більш динамічний, а розбудова туристичної інфраструктури не відповідає традиційній спеціалізації території. Таким чином, автор розмежувала туристичні дестинації відповідно до моделі їх розвитку [9].

Отже, розглянуті вище концепції територіальної організації виробництва дали основу для розробки сучасної теорії локальних туристичних систем. Засновниками даного напрямку стали італійські вчені. Здебільшого теорію розвивали прихильники Флорентійської наукової школи, серед представників якої потрібно назвати Лучіану Лаццеретті та Франческо Капоне (Флорентійський університет). Розвиток своєї теорії вони розпочали із запозичення основоположних елементів концепції промислових районів Маршалла і їх поширення на галузь культури, а згодом і туризму. Вони стверджували, що туристичну галузь формують два основних фактори, а саме:

- наявність мережі малих і середніх за розміром прибуткових, неприбуткових підприємств і державних установ, що зацікавлені в розвитку місцевих ресурсів задля досягнення конкурентного, довготривалого і сталого зростання всієї громади (кластер акторів);
- наявність туристсько-рекреаційних ресурсів, що належать до художньої, історико-культурної та природної спадщини (САЕН – cultural, artistic and environmental heritage).

Відповідно до поєднання основоположних концепцій територіальної організації виробництва та факторів, що відповідають за ініціювання туристської діяльності на території, представники Флорентійської школи визначили наступні характерні риси локальних туристичних систем:

- гармонійне співіснування в межах ЛТС соціальної спільноти та економічного співтовариства;
- спеціалізація території на туристській діяльності, при чому вона має давати найбільші прибутки для місцевої економіки;

- існування супутніх (допоміжних) галузей економіки;
- процес виробництва туристських послуг локалізований здебільшого в межах ЛТС і забезпечуються місцевими жителями;
- територія локальної системи може бути представлена у вигляді ланцюга, кожна ланка якого представляє окреме підприємство, що забезпечує виробництво одного або декількох складових турпакету;
- більшість учасників ринку є малими та середніми за розміром підприємствами, серед яких немає явного лідера чи монополіста.

Отже, під поняттям локальної туристичної системи розуміють виокремлену на основі суспільно-географічних зв'язків структуру, що спеціалізується на туристичній діяльності, володіє необхідними природними та історико-культурними ресурсами та функціонує за рахунок мережі тісно взаємопов'язаних підприємств (здебільшого малих і середніх), кожне з яких відповідає за надання одного або декількох типів послуг. Концепція ЛТС була розроблена італійськими науковцями на основі економічних і суспільно-географічних теорій, а також принципів системного підходу. Останні 12 років дана модель територіальної організації туристської діяльності успішно функціонує в Італії, при чому вона закріплена на законодавчому рівні. Локалізація управління і планування туризмом має ряд позитивних наслідків як для місцевої економіки чи населення, так і для сталого використання ресурсів.

Використані джерела:

1. Генезис та еволюція наукового туристського дискурсу [Електронний ресурс] / Божко Л. Д. // Вісник Харківської державної академії культури. — 2012. — №37. Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vkhdak/2012_37/v37-1-05.pdf.
2. Инновационные кластеры : основные идеи [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.innosys.spb.ru/?id=886>.
3. Маршалл А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. — М. : Прогресс, 1993. — 594 с.
4. Портер М. Конкуренция / М. Портер ; пер. с англ. — М. : Издательский дом Вильям, 2005. — 608 с.
5. Туристский регион : содержание и границы понятия (на примере анализа туристской учебной литературы) [Электронный ресурс] : Межвузовский сборник научных трудов. — СПб. : Изд-во Уральского юридического института МВД России, 2006. — С.287-295. — Режим доступа : http://tourlib.net/statti_tourism/bessonova2.htm.
6. Agglomeration economies and Urban Productivity : Location vs Agglomeration Economies / R. Capello [Electronic resource]. — Access mode : <http://www.sre.wu-wien.ac.at/ersa/ersaconfs/ersa99/Papers/a354.pdf>.
7. Costa P. Milieux effects and sustainable developments in a cultural quarter : The Barrio alto-Chiado area in Lisbon / P. Costa ; Institut de Recherches Economiques et Régionales. — Neuchâtel : Editions EDES, 2004.
8. Destination Branding : Insights and Practices from Destination Management Organizations : Journal of Travel / Virginia Polytechnic Institute ; [Edited by Richard R. Perdue]. — Virginia : SAGE Publications, 2005. — P. 328-338.
9. Le développement durable des territoires de montagne : un objet de concertation sur le devenir des stations touristiques : Paper presented at the meeting concentration et ségrégation dynamiques et inscriptions territoriales (Lyon, 1—3 September 2003) / ed. by V. Peyrache-Gadeau. — Institut de la Montagne, 2003.
10. Martin R. L. Deconstructing clusters: Chaotic concept or policy panacea? / R. L. Martin, P. Sunley. — Journal of Economic Geography. — Oxford : Oxford University Press, 2003. — P. 5-35.
11. Nordin S. Tourism clustering and innovations / S. Nordin. — Ostersund : European Tourism Research Institute, 2003. — 90 p.

12. Rispoli M. *Risposte strategiche alla complessità: le forme di offerta dei prodotti alberghieri* / M. Rispoli, M. Tamma. — Padova : Cedam, 1995. — 362 p.
13. Tamma M. *Destination management* / M. Tamma. — Torino : Giappichelli, 2002.
14. Tamma M. *Destination management e logica di sistema* / M. Tamma. — *La Rivista del Turismo*, 1999. — P. 46–48.
15. *Towards quality coastal tourism : Integrated quality management (IQM) of tourist destinations* / [Tourism Unit of European Commission]. — Luxembourg : Office for Official Publications of the EC, 2000. — 154 p.