

УДК 338.48

Ю.О. Оленічева, к.е.н.

(Донецький інститут туристичного бізнесу)

## ПРОБЛЕМИ Й ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ В УКРАЇНІ

У статті проаналізовано останні тенденції на світовому ринку туристичних послуг, розкрито особливості формування кластерів у туризмі, проаналізовано проблеми й перспективи їхнього створення в Україні.

*Ключові слова:* туризм, кластеризація, туристичний кластер.

В статье проанализированы последние тенденции на мировом рынке туристических услуг, раскрыты особенности формирования кластеров в туризме, проанализированы проблемы и перспективы их создания в Украине.

*Ключевые слова:* туризм, кластеризация, туристический кластер.

The article reveals recent trends in the global tourism market and features of the development of clustering process in tourism. It also analyzes problems and prospects for their creation in Ukraine.

*Keywords:* tourism, clustering, tourism cluster.

**Постановка проблеми.** В останні роки туризм, як і інші галузі, розвивався в умовах посилення впливу зовнішніх факторів. Але, незважаючи на виникаючі проблеми, туризм є незаперечним засобом економічного зростання, що забезпечує збільшення національного доходу країн світу й поліпшення економічних показників. Пошук підходів підвищення ефективності туристичної діяльності, які формують зростання добробуту населення за всіма показниками в нашій країні, є одним з найважливіших завдань соціального й економічного розвитку України. Різноманіття підходів організації туризму відображають світові досягнення та специфіку розвитку кожної країни. Одним з ефективних способів організації туристичної діяльності є туристичні кластери. В останні роки в багатьох країнах набула розвитку сфера туризму на кластерній основі. Аналіз досвіду організації туристичних кластерів у світовій практиці показує досить різноманітний склад їхніх учасників, вплив на який надають різні групи факторів – кліматичні й ландшафтні особливості, історичні, етнокультурні, релігійні та інші. Переважання конкретних груп чинників на території розміщення кластеру може чинити вплив на рівень ефективності діяльності як окремих учасників, так і всього кластеру [1].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемами створення, функціонування і розвитку кластерів займалися такі вчені, як М. Портер [2], О.Д. Коль [3], І.І. Потапова і Є.В. Відішева [4], В.Ф. Данильчук [5] та ін.

Але за сучасних умов проблемам кластеризації в туристичній галузі приділяється недостатньо уваги, тому питання створення й функціонування туристичних кластерів взагалі і в Україні зокрема є актуальним і потребує подальшого вивчення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Класичне визначення поняття «кластер», сформульоване М. Портером, визначає його як «географічну концентрацію взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників, сервісних компаній, фірм з близьких галузей і асоційованих інституцій (таких, як університети, організації зі стандартизації та торговельні асоціації), що відносяться до певної галузі» [2, с. 153].

У літературі зустрічаються різні трактування поняття «туристський кластер». Наприклад, туристсько-рекреаційний кластер (англ. cluster) визначається як «сконцентрована на певній території група взаємопов'язаних компаній: туроператорів, турагентів, сфери розміщення, постачальників туристичних послуг, транспортних компаній, інфраструктури;

науково-дослідних інститутів; вузів та інших організацій, взаємодоповнюючих один одного і підсилюючих конкурентні переваги окремих компаній і кластеру в цілому» [6]. Також кластер визначається як «сукупність сконцентрованих за географічною ознакою організацій, які представляють тісно пов'язані між собою галузі, що мають відношення до індустрії гостинності» [7]. І.І. Потапова і Є.В. Відішева, вказуючи на переваги кластерного підходу в туризмі, визначають кластер як «стійке партнерство взаємопов'язаних підприємств, установ, організацій, окремих осіб» [4, с. 60], яке може мати потенціал, що перевищує суму потенціалів окремих складових.

Туристський кластер – це комплекс територіально локалізованих і взаємопов'язаних підприємницьких структур різних галузей господарства крупного міста, діяльність яких спрямовано на створення умов для духовних та емоційних переживань споживача туристських послуг і підвищення конкурентоспроможності міста на вітчизняному й міжнародному туристичних ринках [3].

Також туристичний кластер – це система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових і додаткових послуг, спрямованих на створення спільного туристичного продукту. До туристичних кластерів належать групи підприємств, сконцентрованих географічно в межах регіону, які спільно використовують туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність [8].

Структуру туристського кластеру наведено на рис. 1.



Рис. 1. Структура туристського кластеру

Основними перевагами кластерної моделі організації туристичної діяльності національних підприємств є:

підвищення економічної ефективності й конкурентоспроможності спільної діяльності об'єднаних у туристичний кластер підприємств порівняно з відокремленою діяльністю;

зменшення собівартості послуг за рахунок спільного використання туристичних ресурсів і туристичної інфраструктури, розширення кола конкуруючих між собою постачальників і споживачів туристичних послуг, розвитку кооперування, договірної спеціалізації;

стимулювання інноваційного розвитку, розширення доступу до інновацій шляхом збільшення міжфірмових потоків ідей та інформації;

формування локального галузевого ринку праці, що дозволяє здійснювати обмін співробітниками, їхнє стажування, підвищення кваліфікації;

покращення інвестиційної привабливості регіонів;

кластеризація туристичної діяльності при правильній організації стимулює зростання й розвиток інших виробництв;

кластерні технології сприяють налагодженню зв'язків між державними й бізнесовими колами при розв'язанні економічних проблем регіонів [9].

В Європі високим рівнем кластеризації у сфері туризму особливо виділяються Італія, Франція та країни Балтійського регіону. Розвиток туристичних кластерів в Італії відзначається високим науковим рівнем. Це дозволило в комбінації з системною державною підтримкою створити високоефективні кластери, які активно використовують багаті природні ресурси. Заслужують бути відміченими такі кластери:

туристична система «Тразименське озеро» в Умбрії (об'єднує поряд з туристичними підприємствами, закладами розміщення й харчування також торговельні структури, підприємства з виробництва товарів, специфічних для даної місцевості (вино, оливкова олія);

«Салінунтінські терми» (Сицилія);

«Адріатичне море і берег»;

«Міста мистецтв, культури та бізнесу» (Емілія-Романія).

Межі туристичного кластеру досить складно визначити, керуючись лише стандартними системами галузевої класифікації. Туристичний кластер складається з комбінації галузей, що створюють туристичний продукт, і умов, які забезпечують його конкурентоспроможність. Кордони туристичного кластеру можуть змінюватися в залежності від появи нових підприємств і галузей, а також від змін умов ринку і меж, державного регулювання. У сусідів України – Росії та Білорусі, також відбуваються процеси становлення ефективною кластерної моделі організації туристичної діяльності. Найбільшим потенціалом, за оцінкою експертів, володіють досить близькі до північно-східних регіонів України туристичні кластери Західного округу Росії (Псков, Смоленськ, Орел, Великий Новгород). Одним з найперспективніших на території Росії є туристсько-рекреаційний кластер Краснодарського краю, діяльність якого розгортається біля південно-східних кордонів України на Чорному й Азовському морях. Білоруські туристичні кластери формувалися й розвивалися в рамках «Комплексної програми розвитку сфери послуг в Республіці Білорусь на 2006-2010 рр.». За п'ять років Білорусь збільшила питому вагу сфери послуг у галузевій структурі економіки країни до 48%. Згідно з новою державною програмою розвитку туризму в Білорусі на 2011-2015 рр. експорт туристичних послуг до 2015 р. має вирости ще в 3,5 рази і досягти 510 млн дол. США.

Важливими напрямками розвитку цієї програми є використання туристами білоруських водоймищ, мандрівки на парусних яхтах, катамаранах, човнах і рибальство. Цією програмою передбачається будівництво й реконструкція більш 200 туристичних об'єктів, включаючи аквапарки, басейни, готельні комплекси, мисливські будинки й пам'ятники культури [8].

В Україні поки ще немає зрілих туристсько-рекреаційних кластерів. Можна лише послатися на перші спроби їхнього створення в Прикарпатті, Криму, приморських регіонах України. Мова йде поки що про передумови, умови й механізми формування таких

кластерів. Перш за все вони формуватимуться на базі особливих економічних зон туристсько-рекреаційного типу [9].

Для більшості пересічних українців стає недоступним організований відпочинок навіть на внутрішньому ринку (рис. 2).

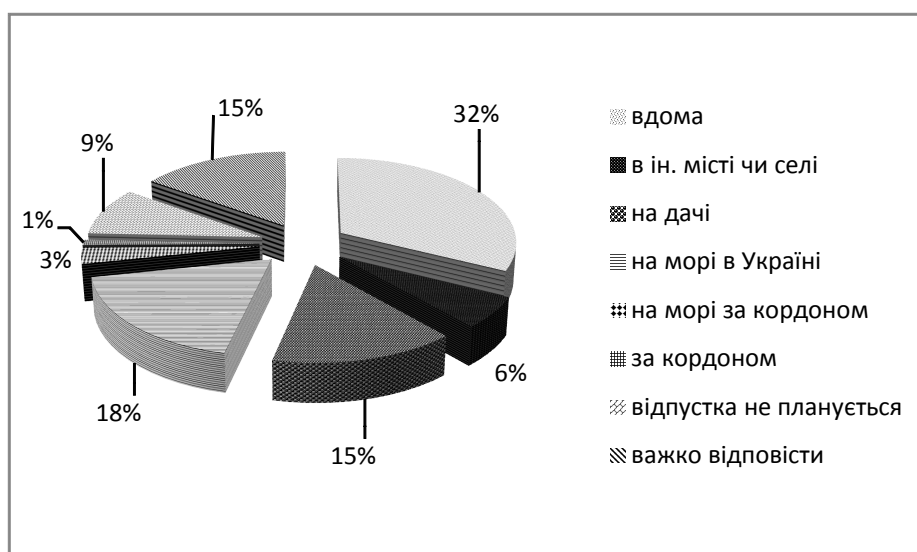


Рис. 2. Дані опитування українців про можливість проведення відпустки в 2011 р. (складено за даними Research & Branding Group)

Перед Україною стоїть завдання забезпечити розвиток масового в'їзного туризму, територіально правильно в масштабах усієї країни організувати надання туристичних послуг, що є перспективним, зважаючи на те, що глобальні витрати на відпочинок збільшуються (рис. 3).

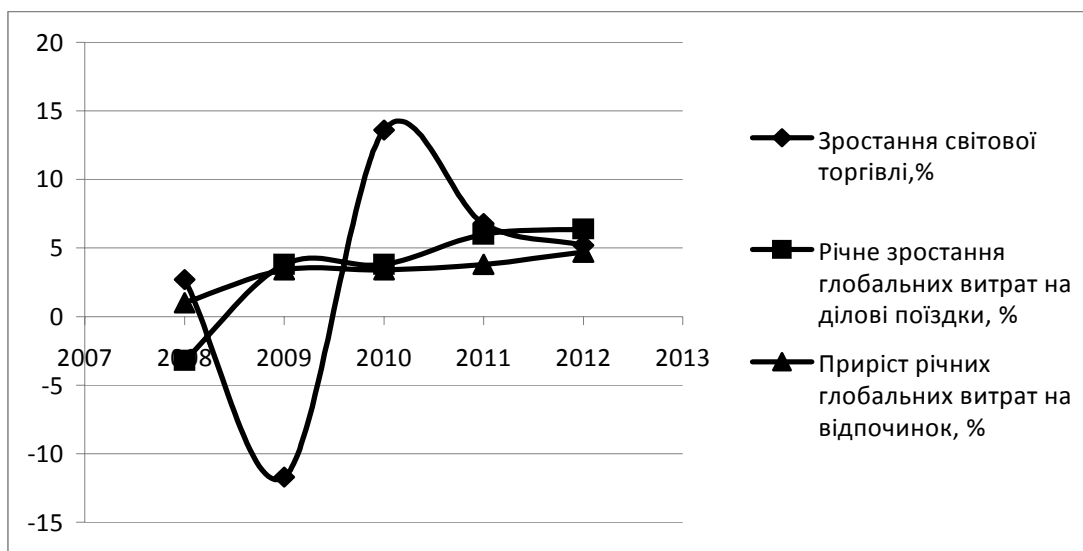


Рис. 3. Динаміка витрат на туризм у 2008-2012 рр. (складено за даними Research & Branding Group)

Створення в певних районах України нових готельних комплексів дозволить зробити їх привабливими для туристів. Лише комерційна рентабельність може заохотити український бізнес надавати туристам необхідні послуги – доставку туристів до місць призначення, організацію харчування за передовими формами, включаючи систему «все включено»,

надання екскурсійних та інших послуг. Кластерна організація надання туристично-рекреаційних послуг на основі науково-обґрунтованих форм з використанням державно-приватного партнерства спроможна створити необхідні й достатні умови для найскорішого розвитку туристсько-рекреаційної інфраструктури й відповідної сфери супутніх послуг.

Тут майже повністю відсутня законодавча й правова база регулювання процесами формування туристичних кластерів, немає сучасної інфраструктури для обслуговування туристів, не створено сприятливого підприємницького й інвестиційного клімату в цій галузі. У складних умовах розпочинався процес розвитку туристичних кластерів в Україні. Вони виникли наприкінці 1990-х рр. на Поділлі – в Кам'янці-Подільському та Шепетівському районах Хмельниччини, а згодом – на Івано-Франківщині. Перші водні туристичні кластери сформувалися в Севастополі («Севастополь-кластур») і в Одеській області на Дунаї біля Кілії. Великих організаційних і фінансових труднощів зазнало формування туристичних кластерів на Чернігівщині. Сьогодні в цьому регіоні успішно працює «Кластер водного туризму». Тут спромоглися створити один з найбільш ефективних секторів розвитку малого й середнього бізнесу. Кластер організує захоплюючі туристичні подорожі човнами та катерами по Десні, влаштовує цікаві мандрівки на плотах, галерах, катамаранах мальовничими містами від м. Новгород-Сіверського до м. Чернігова і аж до м. Києва. У цього водного туристичного кластеру цікаві плани на майбутнє щодо активізації розвитку культурно-історичного й еколого-рекреаційного туризму шляхом створення круїзних «готелів на воді» та подорожей маршрутами в інші регіони і навіть за межі України. Треба сподіватись, що подібні програми розвитку туризму прийдуть і в інші регіони України [8].

Але, незважаючи на зростання інтересу до кластерів та ефективний досвід їхнього впровадження в зарубіжних країнах, кількість кластерів взагалі і туристичних зокрема в Україні збільшується досить повільно. Це пояснюється такими факторами:

- недосконалістю нормативно-законодавчої бази зі створення й діяльності кластерів;
- відсутністю досвіду й достатнього інформаційного забезпечення зі створення й функціонування кластерів;
- низьким сприйняттям інновацій підприємствами;
- недостатньою зацікавленістю малих і середніх підприємств об'єднуватись у великі виробничі системи;
- відсутністю інвесторів у зв'язку з інвестиційною непривабливістю регіонів;
- відсутністю державної фінансової підтримки кластерних утворень.

Для забезпечення формування сприятливих умов розвитку туристичних кластерів необхідним є здійснення в державі комплексу заходів, таких як:

- розробка й удосконалення законодавчої бази організації туристичних кластерів в Україні;
- проведення серед потенційних учасників і зацікавлених осіб інформаційної кампанії з роз'яснення конкурентних переваг кластерів;
- державна підтримка процесів кооперування, приєднання й інтеграції серед туристичних підприємств;
- підвищення ефективності системи навчання й підготовки спеціалістів зі створення й впровадження кластерної моделі у сфері туризму;
- створення промислових парків і технопарків як інфраструктури для розвитку кластерів, заохочення використання технологічних інновацій в роботі підприємств туристичного бізнесу;
- реалізація заходів податкового регулювання для учасників кластерів;
- зниження адміністративних бар'єрів [9].

**Висновки.** Таким чином, кластерний підхід у туристичній галузі підвищує ефективність роботи підприємств та організацій, що входять до кластеру, стимулює інновації та нові напрями діяльності, активізує підприємництво через концентрацію ділової активності, тому сприяє створенню робочих місць, доходів, поліпшенню якості туристичних послуг, життя населення на території його запровадження. Слід стимулювати розвиток

кластерів з боку держави. При цьому довготермінова стратегія розвитку туристичних кластерів повинна визначатися в тісному контакті органів державної влади і ключових підприємств туристичного бізнесу.

#### Список використаних джерел

1. **Формирование** туристических кластеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://book.net/?p=chapter&bid=2636&chapter=...>
2. **Японская** экономическая модель: Может ли Япония конкурировать? / М. Портер, Х. Такеути, М. Сакакибара; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 262 с.
3. **Коль О.Д.** Концептуальные основы формирования кластера туристских предпринимательских структур по въездному туризму в крупном городе / О.Д. Коль // Проблемы современной экономики. – 2010. – № 1 (33). – С.45.
4. **Потапова И.И.** Создание туристского кластера как фактор устойчивого комплексного развития туризма в регионе / И.И. Потапова, Е.В. Видищева // Вестник Сочинского государственного ун-та туризма и курортного дела. – 2008. – № 3–4 (5–6). – С.52–65.
5. **Данильчук В.Ф.** Економіка туризму. Концепція створення міжнародних туристичних центрів в Україні / В.Ф. Данильчук // Наукові записки КІТЕП. Щорічник. – Вип.2. – К.: Знання України, 2002. – С.107-113.
6. **Сетевой** проект развития туризма и формирование туристского кластера в регионе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.forumstrategov.ru/upload/documents/kotkin.zip](http://www.forumstrategov.ru/upload/documents/kotkin.zip)
7. **Анализ** условий, способствующих или препятствующих развитию индустрии туризма, и оценка перспективности развития туризма в Республике Карелия. – Петрозаводск, 2007.
8. **Українські** кластери [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ucluster.org/universitet/klastery-ukraina/2012-study/perspektivni-napryamki-klasterizacii-vodnikh-resursiv/klasteri-vodnogo-turizmu-ta-sanatorno-rekreacijjnogo-vidpochinku/>
9. **Кальченко О.М.** Кластеризація в туристичній галузі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/Portal/Soc\\_Gum/Vcndtu/2009\\_39/22.htm](http://www.nbu.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Vcndtu/2009_39/22.htm)

© Ю.О. Оленічева

Надійшла до редакції 05.03.2013