

УДК 338.482.2

## ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТСЬКИХ КЛАСТЕРІВ ЯК СИНТЕТИЧНИХ УТВОРЕНЬ

**ТИЩЕНКО Олександр Миколайович**

*доктор економічних наук, професор*

**ПЕТРОВА Надія Борисівна**

*кандидат економічних наук, ст. викладач*

**Т**уристичний бізнес в усьому світі відіграє одну з ключових ролей у формуванні національної економіки. В Україні, державі, яка багата на рекреаційні та історико-культурні ресурси, туризму також приділяється почесне місце. Кількість туристів, що бажають відвідати Україну, з кожним роком зростає, через що наукові розробки, пов'язані з розвитком і вдосконаленням туристичної галузі, стають все більш актуальними.

Для оптимізації організаційних процесів у сфері туризму (створення бізнесу, впровадження інноваційних технологій, розробка нових маршрутів, укладання договорів з туристичними операторами, будівництво готелів і т. п.) все більшого поширення набувають кластерні форми утворення.

Кластери як інтегровані групи підприємств, фірм, організацій та установ, діяльність яких знаходиться в одній сфері бізнесу, є глобальним явищем. Вони характерні перш за все для розвинених країн, але не можна заперечувати їх наявність у країнах третього світу і в країнах з перехідною економікою. Головна концепція кластерної теорії – це об'єднання окремих елементів в єдине ціле для

виконання у взаємодії певної функції або реалізації певної мети. Кластеризація в туризмі є індикатором того, що глобалізаційні процеси охоплюють багато галузей економіки. Кластери утворюються в результаті просторового прояву дій ринкових сил. Оскільки будь-яке кластерне утворення є багатокомпонентне, а сфера туризму не є виключенням, то для використання теорії кластерів у дослідженнях туризму необхідно проводити аналіз взаємодії таких компонентів:

- об'єктів природної і культурної спадщини (туристські цінності);
- інфраструктурних об'єктів, пов'язаних з обслуговуванням туристів;
- освітніх організацій (підготовка кадрів);
- органів управління в туристській сфері;
- проектних та наукових установ.

Аналіз робіт з кластерної тематики показує, що в даний час кластерами іменуються зовсім різні за своїм генезисом об'єкти. У результаті вивчення досвіду кластеризації в багатьох країнах світу в роботі [6] географічно виділяється два типи кластерів:

- позапросторові (галузеві) – група споріднених взаємопов'язаних галузей сільського господарства, промисловості та сфери послуг, найбільш успішно спеціалізовані в міжнародному розподілі праці; до цього типу відносяться промисловий і національний кластери;
- просторові – група географічно сконцентрованих у певному регіоні компаній із суміжних галузей, що виробляють схожу або взаємодоповнюючу продукцію і характеризуються наявністю інформаційного обміну між фірмами – членами кластера та їх співробітниками, за рахунок якого підвищується конкурентоздатність кластера в світовому господарстві;

до цього типу відносяться регіональний, транскордонний і локальний кластери.

Узагальнюючи висновки різноманітних досліджень з питань кластеризації господарства, можна виділити кілька головних причин необхідності стимулювання розвитку кластерів. Так, регіональні кластери здатні помітно підвищити ефективність діяльності входячих до їх складу фірм. Це пояснюється тим, що для них полегшуються питання координації спільних дій, посилюється обмін інформацією та впровадження нововведень, стає можливим спільне використання обслуговуючих інфраструктурних об'єктів та підготовка кадрів у великих освітніх структурах [7]. Стає можливим також реальне порівняння фірмами-конкурентами ефективності діяльності одного з одним. Крім того, в зонах формування регіональних кластерів можливе створення оптимальних умов для організації нових фірм, функціонування яких пов'язане з наявністю трудових ресурсів відповідної кваліфікації, особливих режимів оподаткування та інвестицій, обслуговуючих і координуючих структур. Вищенаведене зумовлює актуальність дослідження економічної і соціальної доцільності взаємодії підприємств

і організацій як синтетичних (не природних) утворень у формі кластерів. Тому існує також необхідність науково-методичних основ розробки та впровадження кластерних логіко-структурних моделей з метою їх використання при вивченні територіальної організації туризму.

В економічній та спеціальній літературі поняття «кластер» має різні тлумачення, але головна ознака – поєднання окремих елементів і компонентів у єдине ціле для виконання у взаємодії певної функції або реалізації поставленої мети. У перекладі з англійської мови кластер означає «пучок», «скупчення», «група» [1]. Методологічним основам кластеризації присвячені праці М. Портера [2], який визначив фактори кластерної моделі, що створюють реальну можливість покращення загального стану території. Наукові дослідження інших вчених [3] присвячені розвитку внутрішніх і зовнішніх функціональних структур кластерів, етапам їх створення та адаптації до нових умов розвитку продуктивних сил. Значний вклад в теорію кластерних об'єднань вніс Л. С. Марков [5], який об'єднав і хронологізував підходи західних вчених щодо визначення дефініції кластера (табл. 1).

Таблиця 1

## Хронологізація теорії визначення дефініції «кластер»

Автор	Рік	Джерело	Визначення
1	2	3	4
Porter	1990	The competitive advantage of nations	Промисловий кластер – ряд галузей, пов'язаних через зв'язки: покупець-постачальник або постачальник-покупець, або через загальні технології, загальні канали закупівель або розподілу, або загальні трудові об'єднання
Schmitz	1992	On the clustering of small firms	Кластер – група підприємств, що належать одному сектору і діючих у тісній близькості один до одного
Swann and Prevezer	1996	A comparison of the dynamics of industrial clustering in computing and biotechnology	Кластери – групи фірм у межах однієї галузі, розташовані в одній географічній області
Enright	1996	Regional clusters and economic development	Регіональні кластери – це промислові кластери, в яких фірми-учасники знаходяться в тісній близькості один до одного
Rosenfeld	1997	Bringing business clusters into the mainstream of economic development	Кластер – концентрація фірм, які здатні виробляти синергетичний ефект через їхню географічну близькість і взаємозалежності, навіть при тому, що їхній масштаб зайнятості може не бути виразним або помітним
Porter	1998	On competition	Кластер – географічно близька група пов'язаних компаній і взаємодіючих інститутів у специфічній області, пов'язана і взаємодоповнення їх спільністю
Feser	1998	Old and new theories of industry clusters	Економічні кластери не тільки пов'язані і підтримуючі галузі та інститути, а скоріше пов'язані і підтримують інститути, які більш конкурентоспроможні на підставі їх взаємозв'язків
Swann and Prevezer	1998	The dynamics of industrial clustering	«Кластер» означає велику групу фірм в пов'язаних галузях в окремій місцевості
Elsner	1998	An industrial policy agenda 2000 and beyond	Кластер – група фірм, які функціонально пов'язані як вертикально, так і горизонтально. Функціональний підхід підкреслює якість існуючих взаємозв'язків між фірмами та інститутами, що підтримують кластер – такі взаємозв'язки визначаються через ринок
Steiner and Hartmann	1998	Learning with clusters	Кластер – ряд взаємодоповнюючих фірм (у виробничому або обслуговуючих секторах) суспільних, приватних і напівсуспільних дослідних інститутів та інститутів розвитку, які пов'язані ринком праці та / або зв'язками витрат-випуску, та / або технологічними зв'язками

Закінчення табл.1

1	2	3	4
Roelandt and den Hertag	1999	Cluster analysis and cluster-based policy making in OECD countries	Кластери можуть бути охарактеризовані як мережі виробників сильно взаємозалежних фірм (включаючи спеціалізованих постачальників) пов'язаних один з одним, що збільшує вартість ланцюга виробництва
Simmie and Sennett	1999	Innovation in the London metropolitan region	Ми визначаємо інноваційний кластер як велику кількість пов'язаних індустріальних та / або сервісних компаній, що мають високий рівень співпраці, в т. р. через ланцюг поставок, і функціонують при однакових ринкових умовах
Bergman and Feser	1999	Industrial and regional clusters	Промислові кластери можуть бути визначені в самому загальному вигляді як група комерційних підприємств і некомерційних організацій, для яких членство у групі є важливим елементом індивідуальної конкурентоспроможності кожного члена фірми. Кластер пов'язує разом угоди купівлі-продажу або загальні технології, загальних покупців або канали розподілу, або трудові об'єднання Регіональні кластери – це промислові кластери, які сконцентровані географічно, звичайно всередині регіону, який утворює столичний район, ринок праці та інші функціональні господарські одиниці
Egan	2000	Toronto Competes	Кластер – це форма промислової організації, яка залежить від мереж високо спеціалізованих, взаємопов'язаних фірм приватного сектору та закладів громадського сектору, чия кінцева продукція проникає на ринки за межі центрального (metropolitan) регіону
Crouch and Farrell	2001	Great Britain: falling through the holes in the network concept	Більш загальна концепція кластеру передбачає щось значно ширше: тенденція для фірм подібного типу бізнесу розташовуватися близько один до одного, хоча без володіння особливо важливим – присутністю в області
Van den Berg, Braun and van Winden	2001	Growth clusters in european cities	Популярний термін – кластер найтісніше пов'язаний з місцевим або регіональним мережним розмахом... Більшість визначень розділяють поняття кластерів як локалізованих мереж спеціалізованих організацій, чії процеси виробництва тісно пов'язані через обмін товарами, послугами та / або знанням
OECD	2001 2002	World congress on local clusters Regional clusters in Europe	Регіональні кластери відносяться до географічно обмежених концентрацій взаємопов'язаних фірм і можуть використовуватися як ключове слово для більш старих концепцій подібно до індустріальних районів, спеціалізованих промислових агломерацій та місцевих виробничих систем
Visser and Boshma	2002	Clusters and networks as learning devices for individual firms	Кластери визначаються як географічні концентрації фірм, залучених в подібну і пов'язану діяльність
Andersson et al.	2004	The cluster policies whitebook	Кластеризація в загальному вигляді визначається як процес спільного розташування фірм та інших дійових осіб всередині концентрованою географічної області, кооперації навколо певної функціональної ніші та встановленні тісних взаємозв'язків і робочих альянсів для посилення їх колективної конкурентоспроможності
Марков Л. С.	2006	Экономические кластеры: понятия и характерные черты	Кластери – це просторово сконцентрована критична маса спеціалізованих, численних дійових осіб, які залучені до комбінування, конкуренції і кооперації

Що стосується сфери туризму, розвиток якої проголошено пріоритетним напрямом розвитку економіки України [4], то поки вона не має методики організації кластерних структур, через що утворення кластерів на різних ієрархічних рівнях – регіональних, локальних – проводяться на основі узагальнених окремих публікацій зарубіжних авторів. Крім того, на сьогоднішній день відсутня також дефініція кластера, що знайшла б своє закріплення на законодавчому рівні в туристській сфері, хоча як вітчизняні, так і закордонні науковці виявили цілу низку факторів, що характеризують особливості кластерних об'єднань в туристській сфері.

Головна концепція кластерної теорії – це об'єднання окремих елементів в єдине ціле для виконання у взаємодії певної функції або реалізації певної цілі. О. М. Кальченко [8] поєднав підходи до визначення кластера в сфері туризму, таким чином визначивши туристський кластер як систему інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристських підприємств, постачальників базових та додаткових послуг із приводу створення спільного туристського продукту. До туристських кластерів відносяться групи підприємств, сконцентрованих географічно в межах регіону, які спільно використовують туристські ресурси, спеціалізовану туристську інфраструктуру, ло-

кальні ринки праці, здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність.

Туристичний кластер – це, в першу чергу, спільнота різних підприємств і організацій на певній території, що направлені або опосередковано пов'язані із наданням туристських послуг [8]. Границі туристського кластера досить складно підпорядкувати стандартним системам галузевої класифікації.

Туристський кластер повинен складатись із комбінації галузей, що створюють турпродукт, і умови для підвищення його конкурентоспроможності. Границі туристського кластера можуть змінюватись у зв'язку з появою нових підприємств і галузей, зі зміною умов ринку, державного регулювання.

В структурі типового туристського кластера О. М. Кальченко виділяє чотири основні сектори:

- сектор виробництва туристських послуг;
- сервісний сектор;
- допоміжний сектор;
- сектор забезпечення життєдіяльності туристського кластера [8].

Сектор виробництва туристських послуг включає підприємства, що безпосередньо виробляють та реалізують туристські послуги: туроператорські фірми та туристські агенції, заклади з розміщення, оздоровлення, перевезення, харчування та організації дозвілля туристів.

Сервісний сектор об'єднує банківсько-кредитні та страхові установи, навчальні заклади туристського профілю, наукові установи, а також бізнес-центри, лізингові компанії.

Допоміжний сектор, по-перше, включає різноманітні підприємства з виробництва сувенірів, туристського спорядження, специфічних для певної місцевості товарів; по-друге, поліграфічні підприємства, картографічні фабрики, періодичні видання, телерадіокомпанії; по-третє, органи державної влади, агенції регіонального розвитку, міжнародні та державні фонди і програми.

Сектор забезпечення життєдіяльності туристського кластера зв'язує між собою інші сектори і координує їх діяльність. Він включає маркетинговий, рекламно-інформаційний, логістичний та юридично-аудиторський відділи [9].

Наявність всіх вище перерахованих елементів туристського кластера не є обов'язковими. Склад його учасників може розширюватись залежно від тісноти зв'язків, рівня сформованості кластера. З частиною компаній сервісного та допоміжного секторів туристський кластер може укласти угоди про співробітництво, що не передбачають їх входження до кластера. Відмінності кластерної моделі об'єднання підприємств туристського бізнесу від інших об'єднань наведені в табл. 2.

Схема формування туристського кластера є досить складною і охоплює не лише туристські підприємства, а й цілий ряд підприємств, організацій, територій і об'єктів, що належать до споріднених галузей (рис. 1).

Таблиця 2

Порівняльна характеристика туристичного кластеру та об'єднання підприємств (за матеріалами [10])

Об'єднання підприємств туристичного бізнесу	Кластерна модель об'єднання підприємств туристичного бізнесу
Об'єднуючим є пільговий доступ до туристичних ресурсів	Об'єднуючим є спільний доступ до туристичних та інших ресурсів
Членство є обмеженим	Відкритий до вступу нових членів
Засновуються на договірній (контрактній) основі	Заснована на соціальних цінностях, що сприяє підвищенню рівня довіри та взаємовіддачі
Засновані на принципах кооперації	Об'єднує принципи кооперації та конкуренції
Спільна мета ведення	Комплексне бачення мети

Основними перевагами кластерної моделі організації туристської діяльності національних підприємств є:

- підвищення економічної ефективності і конкурентоспроможності спільної діяльності об'єднаних у туристський кластер підприємств порівняно з відокремленою діяльністю;
- зменшення собівартості послуг за рахунок спільного використання туристських ресурсів та туристської інфраструктури, розширення кола конкуруючих між собою постачальників та споживачів туристських послуг, розвитку кооперації та 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, їх стажування, підвищення кваліфікації;
- покращення інвестиційної привабливості регіонів;
- кластеризація туристської діяльності при правильній організації стимулює зростання і розвиток інших виробництв;
- кластерні технології сприяють налагодженню зв'язків між державними і бізнесовими колами при розв'язанні економічних проблем регіонів.

Як можна побачити на рис. 1, туристський кластер, на відміну від інших форм кластерних утворень, не є природним утворенням, оскільки всі сфери діяльності, що залучені в формуванні туристського кластера, приєднуються шляхом регламентованих відносин (укладанням договорів, підписанням правових та нормативних актів тощо). Крім того, на відміну від існуючих кластерних об'єднань, туристські кластери мають деякі особливості:

- об'єднання структур здійснюється на підставі взаємовигідних умов та синтетично;
- кордони кластера не мають чітко визначених меж;
- виявити «ядро» кластера є вкрай складним процесом, оскільки реалізація туристської послуги відда-

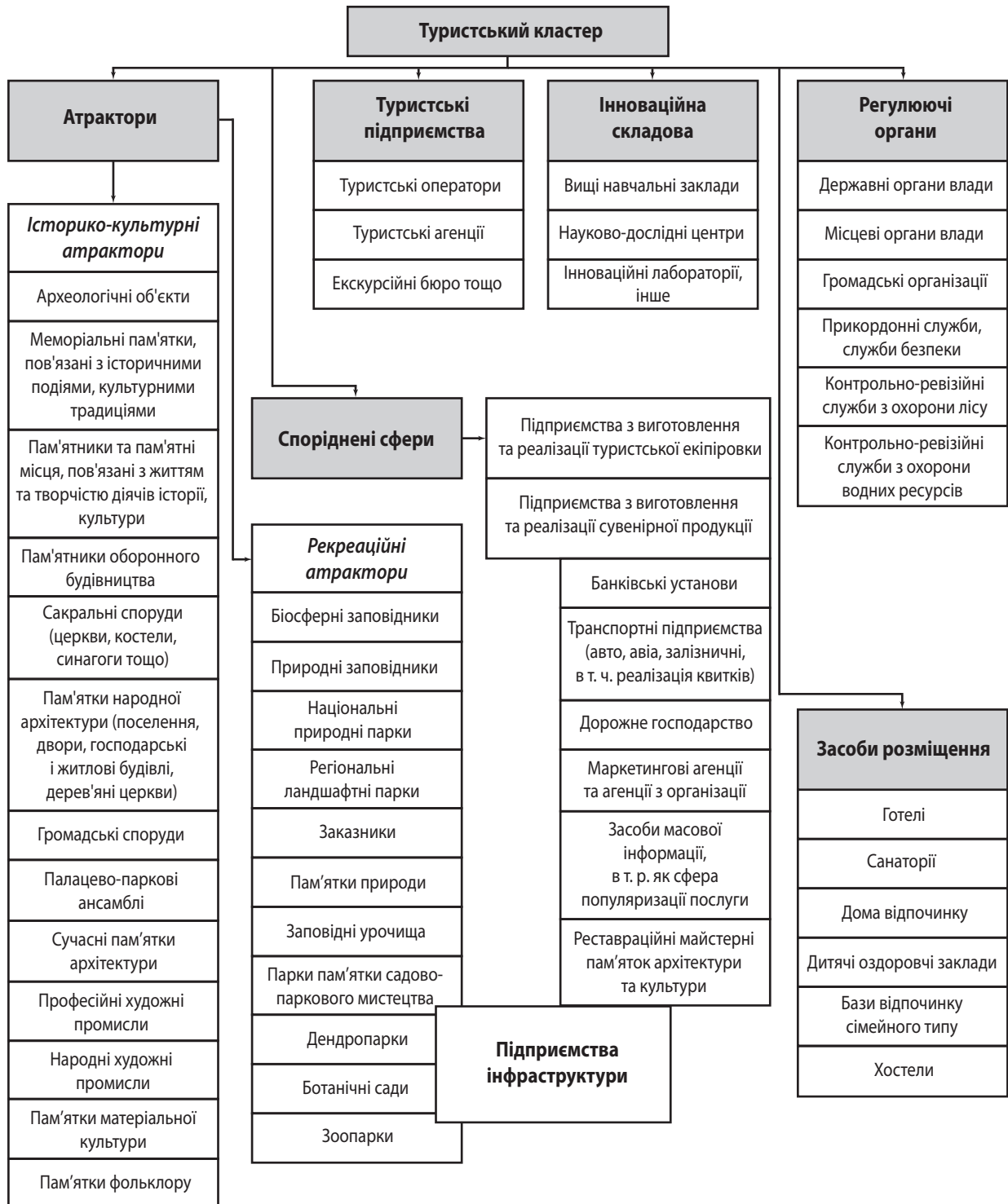


Рис. 1. Схема формування туристського кластеру

лена від споживача і часто навіть не обмежена географічними кордонами;

- реалізатори туристських послуг часто існують на віртуальному рівні (мова йде про можливість бронювання туру, квитка на рейс, місця в готелі або санаторії через Інтернет-агенції) і можуть належати відразу до багатьох туристських кластерів;

- найбільша концентрація підприємств-реалізаторів туристського продукту спостерігається в місцях найбільш віддалених від власне продукту;
- інноваційна складова туристського кластера враховує необхідність обслуговувати одразу всі рівні туристського кластера (підготовка фахівців в сфері туризму і готельного господарства, менеджерів,

екскурсоводів та професійних гідів, виробників та продавців туристської екіпіровки, розробників туристських маршрутів, тощо) (рис. 2).

Що стосується досвіду створення туристських кластерів в зарубіжних країнах, то дана проблема має досить високий рівень наукового та практичного опрацювання в Італії. Завдяки державній підтримці було створено дієвий кластер в Італії – місцева туристська система «Тразименське озеро» в Умбрії, яка об'єднує поряд із туристськими підприємствами і закладами розміщення та харчування, також торговельні організації, підприємства з виробництва товарів широкого споживання, товарів, специфічних для даної місцевості (вино, оливкова олія). З інших діючих кластерів слід згадати «Салінунтінські терми» (Сицилія), «Адріатичне море і берег», «Міста мистецтв, культури та бізнесу» (Емілія-Романія) тощо. Запровадження кластерної моделі в туризмі здійснюється і в інших країнах Західної Європи. Функціонують ряд туристських кластерів у Шотландії, кластер туризму і відпочинку у Північній Ірландії (Велика Британія), численні кластери з організації дозвілля у Франції.

В Росії також відбуваються процеси становлення кластерної моделі в туризмі як ефективної моделі організації туристичної діяльності. Зокрема, найбільшим потенціалом, за оцінками експертів, володіє туристичний кластер міст Північно-Західного округу Росії (Великий Новгород, Псков, Вологда, Смоленськ). Іншим перспективним кластером на території Росії є туристсько-рекреаційний кластер Краснодарського краю [9].

Важливим є також визначення особливостей позиції туристського продукту чи послуги для адаптації складових туристського кластера до забезпечення його найефективнішої реалізації (максимізації прибутку в довгостроковій перспективі) (рис. 3).

Таким чином, можна дати дефініцію туристського кластера, враховуючи всі особливості його формування та кінцеву мету, як *синтетичне об'єднання туристських атракторів, підприємств та засобів розміщення з інноваційним сектором економіки, низкою споріднених сфер та регулюючими органами з метою досягнення синергетичного ефекту розвитку туристської сфери з подальшою інтеграцією на економічну і соціальну сфери.*

В Україні процес впровадження кластерної моделі організації господарської діяльності знаходиться у стадії становлення. Не дивлячись на здійснення ряду заходів, спрямованих на підвищення конкурентоздатності окремих секторів економіки України та її регіонів на базі кластерної моделі, кількість діючих кластерів в Україні залишається незначною. Особливо це стосується туристської галузі, що є перспективною в цьому відношенні. Кластерні технології застосували спочатку на Хмельниччині, а трохи згодом на Івано-Франківщині. На Хмельниччині така модель впроваджується досить успішно, вже діють чотири кластери. Це: будівельний та швейний у Хмельницькому, туристичний та харчовий кластер в Кам'янці-Подільському. Успішно діє кластер агроекотуризму «Оберіг». Зараз він об'єднує 6 тисяч працівників. Це перший подібний кластер сільського туризму в Україні [8].

Перспективи розвитку туристського кластеру в Україні мають багато позитивних аспектів, серед яких найважливішими є:

- оздоровлення нації шляхом популяризації активного способу життя та мислення;
- оновлення економіки шляхом розвитку споріднених з туризмом сфер;
- збереження пам'яток культури та архітектури;
- підвищення рівня освіти шляхом відкриття доступу до джерел формування історії;
- оновлення екології шляхом розвитку екологічно чистих видів відпочинку.

Таким чином, гармонійний розвиток туристської сфери України буде більш системним за умови кластерних формувань. Кожна зі складових кластера туристської сфери потребує додаткового вивчення свого можливого потенціалу задля підвищення синергетичного ефекту всього кластера. Ці питання набувають великої актуальності, тому що від розвитку складових залежить як загальний стан туристської сфери, так і економіки України, рівень та якість життя населення і стабільність екологічного становища.

## Література

1. Горлачук В. В. Кластерна модель розвитку туризму в місті. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/portal/SocGum/Npchdu/Economy/200996/96-14.pdf>
2. Портер М. Э. Конкуренция: Учебное пособие. Пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2001. – 496 с.
3. Пойтченко К. А. Кластери як фактор структуривання економіки // Стратегія економічного розвитку України. – 2001. – Вип. 7.– С. 623 – 628.
4. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18 листопада 2003 р. №1282 – ІV.
5. Марков Л. С. Экономические кластеры: понятия и характерные черты. – Режим доступа: [http://www.globalteka.ru/referat/doc\\_details/2835-----.html](http://www.globalteka.ru/referat/doc_details/2835-----.html)
6. Пилипенко И. В. Повышение конкурентоспособности с помощью развития кластеров и промышленных районов // Гуманитарный стратегический маневр / Под ред. В. Н. Кузнецова. – М.: Книга и бизнес, 2004. – С. 130 – 155
7. Ковалев Ю.П. Региональные туристские кластеры как перспективная составная часть туристского хозяйства России / Смоленский гуманитар. ун-т. Смоленск. – Режим доступа: <http://www.shu.ru/pages/magazin/base>
8. Кальченко О. М. Кластеризация в туристичній галузі. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vcndtu/Ekon/2009\\_39/22.htm](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vcndtu/Ekon/2009_39/22.htm)
9. Гонтаржевська Л. Г. Ринок туристичних послуг в Україні: Навч. посіб./ Л. Г. Гонтаржевська – Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.
10. Стан туристичної інфраструктури Чернігівщини: проблеми і перспективи. – Режим доступу: <http://val.ua/culture/Culture//>

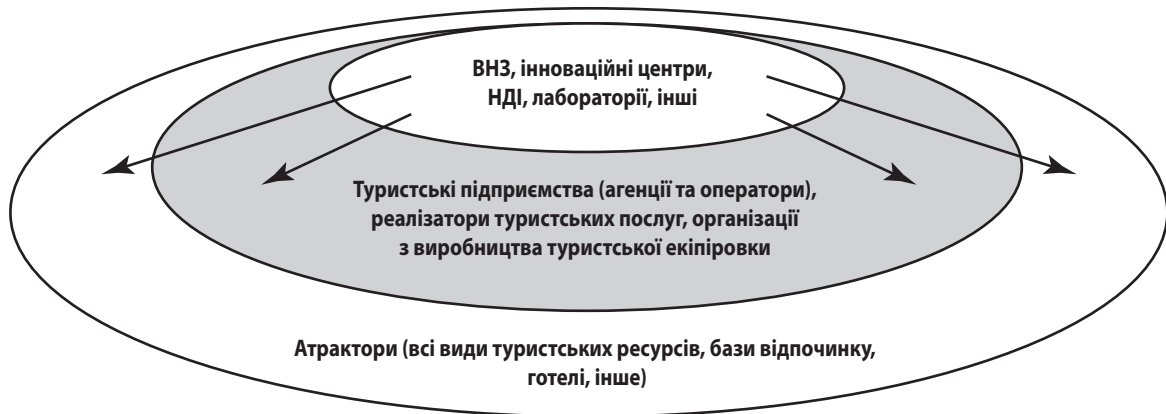


Рис. 2. Роль інноваційної складової в забезпеченні діяльності туристських кластерів

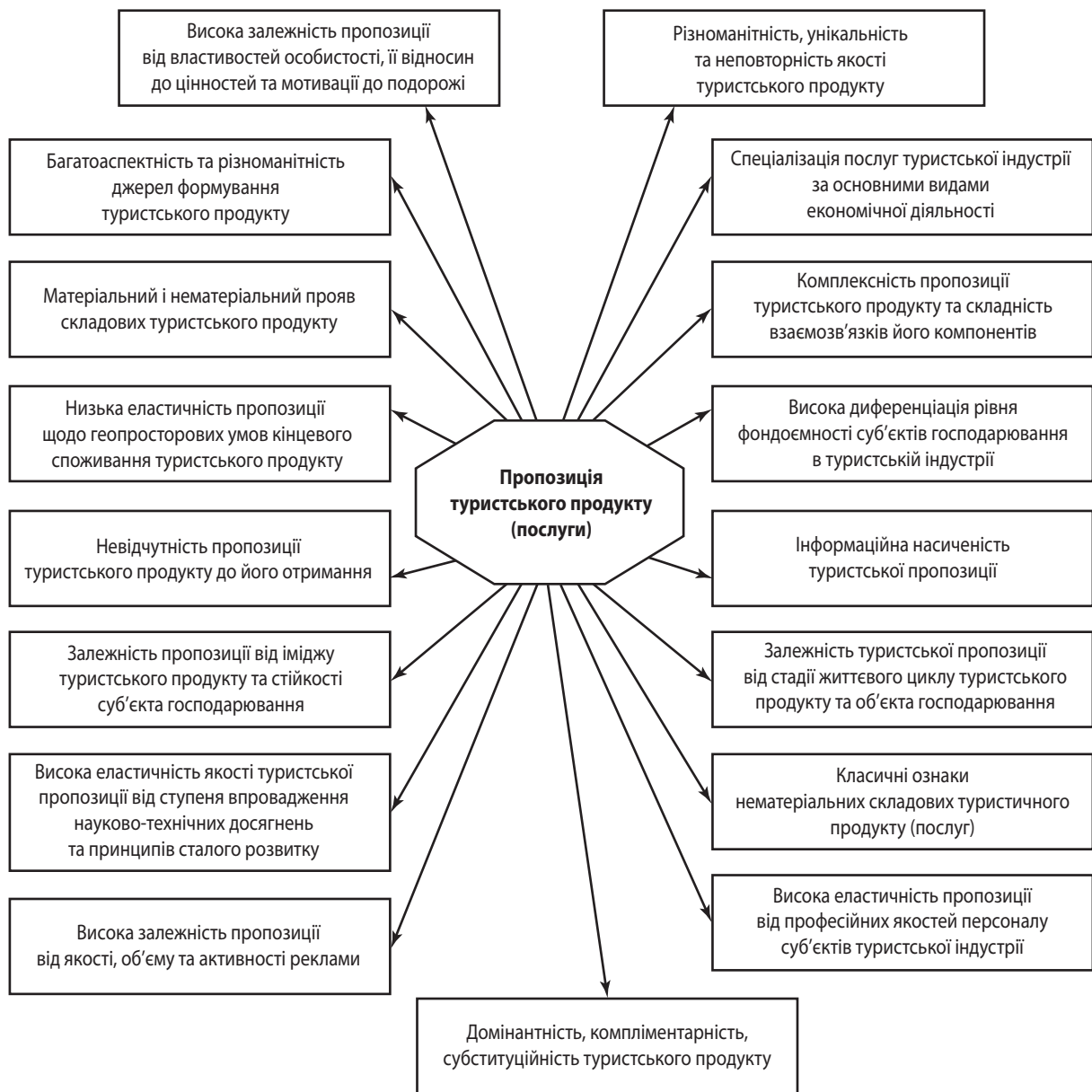


Рис. 3. Особливості пропозиції туристського продукту (послуги), що впливають на формування туристського кластеру