

УДК 338.485:332.145

КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЯК АКТИВАТОР ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСТА



Юхименко Петро Іванович,
*професор кафедри історії та
економічної теорії Білоцерківського
національного аграрного
університету, доктор економічних
наук*

Стаття присвячена дослідженню потенціалу туристичної кластеризації м. Біла Церква. Доведено, що формування ефективної туристичної політики в місті стає особливо актуальним в умовах значного невикористаного потенціалу туристичної галузі Київської області та інших макрорегіонах. Розкрито, що туристична кластеризація є особою формою внутрішньої інтеграції та співпраці, яка може забезпечити високу конкурентоспроможність міста та покращити його соціально-економічне становище. Проаналізовано переваги кластерного підходу до управління дестинаціями на території м. Біла Церква, які полягають у комбінації кооперації та конкуренції з метою отримання синергетичного економічного ефекту від діяльності.

Ключові слова: туристична кластеризація, внутрішній туризм, внутрішня інтеграція, управління дестинаціями.

Постановка проблеми. Сучасний цивілізаційний розвиток сприяє значному зростанню ролі туризму в світовій економіці, соціальних структурах та культурі. Сучасний туризм – це “потужна світова індустрія, на яку припадає 30% світової торгівлі послугами і 10% – світового валового продукту” [5, с.

8]. Він є відображенням розвитку демократизації суспільства, підвищення культурного рівня людей, поліпшення здоров'я населення, вносить свій внесок у соціально-економічний розвиток міст, регіонів і країни в цілому. Якщо взяти наше місто, то туризм приносить поки що незначну частку фінансових надходжень. Причиною цього є не тільки недостатність кількості туристичних ресурсів, а й організації туристичної діяльності. Хоча м. Біла Церква має не тільки великий туристичний потенціал, але й сприятливі умови та підтримку з боку керівництва міста щодо впровадження в свою діяльність інструментів розвитку туризму. Кластеризація туристичної галузі – один з новітніх способів розвитку рекреаційно-туристичної діяльності, що дозволяє об'єднати та структурувати різні сфери діяльності в єдину для отримання максимального ефекту. Зважаючи на вищесказане, запровадження розвитку нових кластерів туризму в м. Біла Церква є актуальним. Аналіз рекреаційно-туристичного потенціалу, прогнозування подальшого туристичного розвитку та розробка нових методів туристичного управління міста мають визначальне значення для розуміння перспектив туризму в місті та Київському регіоні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретико-методологічною основою нашого дослідження в області туристичної кластеризації стали концептуальні ідеї вітчизняних та зарубіжних науковців. Серед них варто виокремити праці українських вчених, таких як: Д. І. Басюк, В. В. Гоблик, М. П. Мальська, А. Ю. Парфіненко, В. І. Сідоров, К. І. Босенко, Д. М. Стеченко, та праці зарубіжних науковців, а саме М. Портера, М. Енрайта, М.Фельдмана, Дж. Хертога, М. Стейнера, В. Прайса, Е. Бергмана, Б. Гаррета, С. Девіса, Д. Джереффі, М. Кастельса, П. Кругмана, К. Моргана, Е. Менсфільда, Б.Харрісона.

Метою статті є розкриття особливостей функціонування туристичних кластерів, аналіз перспектив розвитку процесів кластеризації у туристичній галузі м. Біла Церква на основі раціонального використання рекреаційного та історико-культурного його потенціалів.

Виклад основного матеріалу. На туристичному ринку м. Біла Церква туристична кластеризація досить нове явище, адже

створення в ньому туристичних кластерів можна віднести до початку 2000-х років. Хоча реалізація цих ідей у місті обговорюється уже близько 10-15 років, але всі вони знаходяться на початковому етапі розвитку. Ще в середовищі бізнесу немає усвідомлення того, що підвищення конкурентоспроможності рекреаційно-туристичної сфери нашого міста можна забезпечити за рахунок активізації руху туристичних потоків по трасі Київ-Одеса. Одним із способів отримати конкурентні переваги на ринку, а також покращити привабливість нашого міста для потенційних туристів є створення такого територіально-галузевого об'єднання, як туристичний кластер. Саме він допоможе реалізувати стратегію розвитку Білої Церкви на період до 2025 року у напрямку «Підприємництво», де ставляться досить амбітні плани – до 2025 року місто повинно мати 1 млн. туристів.

В науковому середовищі туристичний кластер розглядають як систему інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг із приводу створення спільного туристичного продукту [1, с. 28-29]. В значній мірі в його створенні має бути зацікавлене керівництво громади міста, оскільки кластер – продукт співпраці підприємств індустрії туризму з усіма іншими видами бізнесу міста, які пов'язані з їх обслуговуванням. Зокрема це готелі, заклади громадського харчування, туристичні компанії, освітні заклади, розважальні комплекси, транспортне сполучення, система виробництва сувенірної продукції.

Можна виділити чотири основних сектори туристичних кластерів: сектор виробництва туристичних послуг, сервісний сектор, допоміжний сектор та сектор забезпечення життєдіяльності туристичного кластеру [2, с. 7-8].

Звернемося до світового досвіду використання кластерів в економіці, який підтверджує їх ефективність для розвитку територій. Зокрема, у країнах Європи впроваджено ряд заходів для створення і розвитку кластерів через різноманітні стратегії, у тому числі підприємництва, регіональна та дослідно-інноваційна. Нині в ЄС зафіксовано понад 2 тис. регіональних

промислово-виробничих кластерів. Саме в Європі було розроблено перший уніфікований підхід до міжфірмового співробітництва. Це відбулося в Данії у 1989–1990 рр. На теперішній час у цій країні функціонують 13 регіональних і 16 національних «компетентних» кластерів [8]. Впровадження кластерної стратегії в ЄС здійснюється на національному, регіональному та місцевому рівнях. Відповідно до теорій кластерів, виробнича структура конкретного регіону повинна розвиватись у такому напрямі, який дозволяє використовувати продукт однієї галузі для потреб декількох інших. При цьому між всіма галузями економіки даної місцевості будуть створюватися стійкі економічні та управлінські зв'язки, які дозволятимуть підтримувати ці галузі й сприяти стабілізації економіки регіону. Це обумовлено тим, що основним завданням кластера є розвиток регіону за рахунок оптимізації використання доступного обмеженого ресурсу. Функціональний зв'язок між компонентами туристичного кластеру, суб'єктами туризму та рекреації й потенційними споживачами туристичних послуг забезпечить оптимальність реалізації кластерної моделі розвитку в перспективі [6].

Створення туристичного кластеру в м. Біла Церква забезпечить нові можливості для розвитку існуючих та створення нових бізнес-проектів, проведення спільних виставок, акцій, розробки стратегії просування туристичної пропозиції. Завдяки розвитку туризму забезпечується значний економічний та соціальний ефект, а саме: 1) стимулювання до ефективної діяльності та її розширення, тобто використання ефекту масштабу (коли економічна ефективність спільної діяльності об'єднаних у туристичний кластер підприємств є вищою у порівнянні з відокремленою діяльністю, коли отримується можливість формувати необхідну «критичну масу» для вирішення різноманітних організаційно-управлінських питань); 2) використання продукції однієї сфери міста та регіону для потреб іншої; 3) зменшення фінансових й операційних ризиків діяльності міських учасників кластера, зменшення собівартості послуг за рахунок спільного використання туристичних ресурсів та туристичної інфраструктури; 4) обмеження впливу

недобросовісної конкуренції на сферу діяльності кластера; 5) притік інвестиційних ресурсів у сферу економічної діяльності та міста, де розміщено кластер [3, с. 73–74]; 6) наявність кластера полегшує доступ до спеціалізованих факторів виробництва [9, с. 404–405]; 7) активізація економічного потенціалу стає важливим джерелом зростання податкових надходжень до бюджету міста; 8) забезпечує приток іноземної валюти; 9) сприяє збереженню й раціональному використанню культурного та природного потенціалу; 10) в умовах конкурентного середовища штовхатиме до ефективнішого використання нових ринкових тенденцій для соціально-економічного розвитку міста, сприяє розширенню кола конкуруючих між собою постачальників та споживачів туристичних послуг; 11) розширює можливості формальному та неформальному обміну знаннями, а також співробітництву, тобто розширення доступу до інновацій (досягається за рахунок зустрічних міжорганізаційних потоків ідей та інформації) [7, с. 176–178 22]; 12) вимагатиме від керівництва та громади міста більш адекватного та швидкого реагування на потреби споживачів туристичних послуг; 13) забезпечує зменшення трансакційних витрат його учасників та отримання ними додаткових переваг; 14) сприятиме підвищенню якості продукції; 15) інституціоналізація кластерів міста сприятиме розвитку інноваційних технологій; 16) стане важливим фактором зростання зайнятості населення, формування локального галузевого ринку праці (надає змогу здійснювати обмін співробітниками, їхнє стажування, підвищення кваліфікації); 17) створює привабливе середовище розширення інвестиційної спроможності учасників кластера через спільну участь у грантових програмах; 18) впливає на підвищення конкурентоспроможності економічного потенціалу міста та регіону; 19) забезпечить істотне зниження бар'єрів виходу на ринки збуту продукції та поставок сировини й матеріалів, робочої сили.

В нашому місті, власне як і в Україні, процес кластеризації здійснюється повільно, оскільки місцева влада поки що не приділяє цьому належної уваги. Однією із причин на сьогодні є відсутність досконалого інституціонального середовища щодо

кластеризації національної та регіональної економіки. Звідси постають першочергові завдання перед центральними органами влади і місцевого самоврядування:

1) забезпечити розробку відповідної законодавчої бази для формування в Україні сприятливих умов для розвитку підприємництва з особливим акцентом на підтримку місцевих мережевих структур (кластерів);

2) інформувати та підготувати представників державного сектору, ділових кіл і інститутів, що створені для підтримки кластерних та мережних об'єднань, шляхом проведення в місті семінарів і тренінгів з метою більш раціонального розвитку мережевих структур (кластерів);

3) на місцевому рівні прийняти оптимальні рішення щодо об'єднання структур державного та приватного секторів для створення екологічно чистої продукції і екологічно чистого середовища перебування населення міста;

4) підвищити роль у розвитку мережевих структур (кластерів) неурядових, неприбуткових організацій, ділових асоціацій, орієнтованих на формування сприятливого підприємницького середовища;

5) місцевим інститутам влади виступати посередником та каталізатором кластерних ініціатив у різних сферах економіки міста.

Біла Церква має всі інфраструктурні інститути для створення туристичного кластера. Його візитною карткою може стати парк «Олександрія» із сукупністю культурно-історичних ресурсів міста та суб'єктами туристичної діяльності (туристичні агентства, екскурсійні бюро), закладами розміщування та закладами громадського харчування, юридичними фірмами, музеєм та іншими закладами культури. Міський кластер можна доповнити можливостями регіону, створивши умови та засоби розміщування та надання комплексних послуг сільського зеленого туризму, що надзвичайно актуальним є в умовах активної урбанізації та вимирання сіл. Залучення до єдиного кластеру сільськогосподарських організацій, фермерських угідь, санаторно-курортного комплексу на річці Рось вимагає створення координаційного центру з регулювання діяльності

всіх закладів кластеру. Таким чином, всі заклади розміщування, заклади харчування, екскурсійні бюро, музеї, розважальні заклади будуть об'єднані в єдиний центр для передачі інформації, який би оперативно реагував на потреби відвідувачів та учасників міського кластеру.

Унікальність м. Біла Церква в тому, що воно може поєднати різні види рекреаційно-туристичних ресурсів та має потенціал для розвитку кластерів різного спрямування. З економічної точки зору досить важливим є створення кластеру, що зміг би об'єднати території навколишніх районів (Ковалівку Васильківського району, Буки Сквирського району, Пархомівку Володарського району, «Золотий фазан» Ставищенського району тощо) Київської області. Такий міжрайонний кластер дасть поштовх для налагодження співробітництва між районами і містом, покращення логістики та туристичної інфраструктури, а також створить умови конкурентної боротьби між регіонами. Тому створення міжрайонного туристичного кластеру вважаємо перспективним напрямом діяльності розвитку туризму в місті.

Висновки. На основі вищевикладеного можна зробити висновок, що кластер є однією з найбільш привабливих форм організації туристичної діяльності, особливо в умовах становлення ринкових механізмів господарювання та євроінтеграції. Кластерні технології сприяють налагодженню взаєморозуміння між управлінськими структурами і бізнесовими колами у процесі вирішення соціально-економічних проблем міста. Створення туристичного кластеру надає широкі можливості реалізації міжнародних туристичних послуг у комплексі. Наявність злагодженої системи надання таких послуг створює позитивний імідж міста загалом на міжнародній арені, роблячи його більш привабливим та, як наслідок, економічно вигідним і прибутковим, а торгівельні можливості при цьому спрощуються.

У своїй багатокомпонентній основі туристичний кластер формує додатковий синергетичний та компліментарний актив [4] завдяки:

– координації сумісних дій, посиленню обміну інформацією, досвідом, інноваційними технологіями, сумісному

використанню обслуговуваних інфраструктурних об'єктів
дестинації;

- підготовки та підвищення кваліфікації кадрів туристичного супроводу й обслуговування;
- стає можливим реальне порівняння роботи фірм-конкурентів, ефективності їхньої діяльності;
- наявності трудових ресурсів відповідної кваліфікації;
- застосування особливих режимів оподаткування, інвестування;
- правового регулювання, надання субвенцій.

Використані джерела:

1. Гонтаржевська, Л.Г. Ринок туристичних послуг в Україні : навч. посіб. / Л.Г. Гонтаржевська.– Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.

2. Леснікова, Ю. І. Забезпечення становлення туристичних кластерів при державно-приватному партнерстві [Електронний ресурс] / Ю. І. Леснікова, С. С. Осадча. – Режим доступу : [www.hneu.edu.ua/.../Леснікова Юлія Ігорівна, вільний](http://www.hneu.edu.ua/.../Леснікова%20Юлія%20Ігорівна,%20вільний). – Назва з екрану. – [Дата зверення : 6.03.19].

3. Малімон, В. В. Перспективи організації регіонального кластеру медичного туризму у стоматології. / В. В. Малімон // Економічний простір. – 2013. – № 70. – С. 72-81.

4. Марченко, О.А. Трансформації та удосконалення регіональної структури туристичної галузі: монографія / О. А. Марченко. – Херсон: Айлант, 2014. – 344 с.

5. Окно в Європу требует расширения // Туризм. – 2007. – № 4. – С. 8.

6. Проект Європейського Союзу «Проект підтримки малих та середніх підприємств в пріоритетних регіонах» [Електронний ресурс] : посібник з кластерного розвитку. – Режим доступу : <http://www.sme.Ukraine-inform.org.ua4>, вільний. – Назва з екрану. – [Дата зверення : 6.03.19].

7. Сильванская, Г. Н. Кластерный подход к позиционированию в туризме / Г. Н. Сильванская // Методи та

засоби управління розвитком транспортних систем. – 2013. – Вип. 1. – С. 159-180.

8. Скоч, Ал. Международный опыт формирования кластеров [Электронный ресурс] / Ал.Скоч. – Режим доступа: <http://www.intelros.ru>, свободный. – Заголовок с экрана. – [Дата обращения : 1.03.2019].

9. Трілленберг, Г. Інноваційно-кластерний підхід до розвитку туризму України в умовах глобалізації / Г. Трілленберг // Журнал європейської економіки. – 2014. – Т. 13. – № 4. – С. 401-414.