

УДК 338.486.2

Зайцева В.М.

кандидат педагогічних наук, професор,  
завідувач кафедри міжнародного туризму  
Запорізького національного технічного університету

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ У ЗАПОРІЗЬКОМУ РЕГІОНІ

### FEATURES OF THE TOURISM CLUSTERS' FORMATION IN ZAPORIZHZHYA REGION

#### АНОТАЦІЯ

У статті досліджено визначення та особливості формування кластерних об'єднань регіону, їхні переваги та недоліки для соціальної сфери, бізнес-середовище та державних органів влади. Охарактеризовано туристичну індустрію Запорізького регіону, зокрема, визначено, що вона представлена практично усіма існуючими видами туризму: пляжний, оздоровчий, пізнавальний, розважальний, екстремальний, релігійний туризм. Наведено приклад стратегічних цілей програми формування кластерів у Великобританії та рекомендацій компанії Breault Research оптичному кластеру Аризони. Розкрито фактори взаємодії туристичного кластера з регіоном. Визначено значення реалізації концепції «трех А» при створенні територіального тур продукту.

**Ключові слова:** туристичний кластер, маркетинг, безпека, бізнес-середовище, інфраструктура.

#### АННОТАЦИЯ

В статье исследовано определение и особенности формирования кластерных объединений региона, их преимущества и недостатки для социальной сферы, бизнес-среды и государственных органов власти. Охарактеризована туристическая индустрия Запорожского региона, в частности, определено, что она представлена практически всеми существующими видами туристической индустрии: пляжный, оздоровительный, познавательный, развлекательный, экстремальный, религиозный туризм. Приведен пример стратегических целей программы формирования кластеров в Великобритании и рекомендаций компании Breault Research оптичному кластеру в Аризоне. Раскрыты факторы взаимодействия туристического кластера с регионом. Определено значение реализации концепции «трех А» при создании территориального тур продукта.

**Ключевые слова:** туристический кластер, маркетинг, безопасность, бизнес-среда, инфраструктура.

#### ANNOTATION

In the article the definition and characteristics of cluster formation of unions in the region, their advantages and disadvantages for the social sector, business environment and government authorities are researched. Zaporizhzhya region's tourism industry is presented almost all existing types of tourism industry: beach, health, educational, entertainment, extreme, religious tourism in particular. An example of the strategic objectives of the program cluster formation in the UK and the recommendations of Breault Research Cluster optical Arizona is explained. The important of «three A» concept in the creation of territorial tourism products is identified.

**Keywords:** tourist cluster, marketing, security, business environment, infrastructure.

**Постановка проблеми.** Туристична галузь має диференційовану структуру інтегрованих учасників. Як правило, учасники, під впливом яких формується туристично-рекреаційний комплекс, є представниками різних видів діяльності – це й наука, освіта, транспортне сполучення, культура, економіка, політика,

екологія, безпека, комерційна діяльність, муніципальне господарство тощо. Створення туристичних кластерів має велике значення як для регіону, для народногосподарського комплексу країни в цілому, так і для розвитку міждержавних партнерських економічних відносин.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням дослідження кластерних формувань у галузі туризму присвячені праці як зарубіжних, так і вітчизняних учених. Серед зарубіжних дослідників цікавим є праця Дж.О. Енеєва та Р.М. Черкесова [1], які в своєму дослідженні, спираючись на аналіз потенційних вигід та загроз формували пропозиції щодо економічної безпеки кластеру. Е.Б. Квашніна [2; 3] у своїй науковій публікації зробила акцент на оцінці мультиплікативного ефекту інвестицій в туристичну індустрію регіону, що, в свою чергу, є позитивною рисою кластерних об'єднань. Ю.А. Маркова, І.Г. Шепелев [4], досліджуючи кластерний механізм інноваційного вдосконалення туристсько-рекреаційного комплексу, звертають увагу на взаємозв'язку стратегічного управління розвитком регіону та функціонуванням кластерних структур. У дослідженнях вітчизняних учених у багатьох працях приділено увагу розвитку інтернет-маркетингу (М.В. Подсолонко, Е.Г. Базиладзе [5]). Загалом, ключові питання тенденцій, необхідності створення та функціонування туристичних кластерів у регіонах України, їх ефективність відображено у праці вітчизняних учених І.М. Писаревського [6], О.Ю. Вороніна [7], А.Г. Охрименко [8].

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Проте наявні питання щодо особливостей розвитку та функціонування кластерних об'єднань, їх маркетингу в сучасному бізнес-середовищі потребують подальшої розробки.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є аналіз та дослідження особливостей формування туристичних кластерів у Запорізькому регіоні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** На сучасному етапі розвитку економічних відносин в Україні туристична галузь чинить незначний вплив. Серед структури економіки України провідне місце займають видобувні галузі та оброблювальні. Місце сфери послуг у струк-

турі економіки України ще не визначено. Тому маємо сподіватися, що розвиток регіонального туризму в рамках державно-приватно партнерства є одним зі стимулів зрушення акцентів в структурі економіці країни.

Кластер (від англ. Cluster) – це сконцентрована за географічною ознакою група взаємопов'язаних підприємств, спеціалізованих постачальників послуг, так само пов'язаних з їх діяльністю некомерційних організацій і установ, конкуруючих, але разом з тим доповнюють один одного.

Кластер завжди «прив'язаний» до певної території. Кластер, створюючи необхідну критичну масу, є довготерміновим ресурсом забезпечення конкурентоспроможності території.

Поряд із цим кластерний підхід дає змогу мобілізувати на території ресурс малих і середніх підприємств. Для кожного кластера прийнятна формула « $2 + 2 = 5$ » Інакше кажучи, кожен учасник кластера виграє ще чверть (або 25%) додаткового доходу лише за участі в цій системі.

За допомогою кластерів можливе більш ефективно використання нових ринкових механізмів, які будуть чинити позитивний вплив на соціально-економічний стан регіону: поживається інвестиційна активність, збільшуються надходження в регіональні бюджети, збільшується зайнятість, опосередковано зменшуються

міграційні процеси, підвищується попит на товари вітчизняного виробництва, порушуються питання екологічного розвитку регіону тощо (рис. 1). Незважаючи на велику кількість позитивних рис та можливостей кластерних об'єднань, зокрема в туристичній галузі, донині в Україні функціонує їх невелика кількість у галузі туризму, територіальне розміщення яких притаманно Центральній та Західній Україні: кластер зеленого туризму «Оберіг», туристичний кластер «Кам'янець», кластер «ЕКОТУР», туристично-рекреаційний кластер «Гоголівські місця Полтавщини», Славутицька міська громадська організація «Туристичний кластер – Славутич», «Туристичний кластер «Південне туристичне кільце» [9]. На жаль, створення кластерних об'єднань в південних та східних регіонах відбувається сповільненими темпами через відсутність ініціатив учасників.

Таким чином, порівнюючи переваги та недоліки створення кластерних структур, можемо зазначити, що з допомогою кластерів бізнес-структурам можливе більш ефективно використання нових ринкових механізмів, що дозволить позитивний вплив на соціально-економічний розвиток регіону.

Реалізація кластерних проектів в регіоні, безсумнівно, благотворно впливає і на зміцнення і розвиток на економічну тенденцію, для місцевої влади кластери мають і політичну значимість,



Рис. 1. Позитивні риси та можливості створення туристичних кластерів для регіональних бізнес-структур, соціальної сфери та державного управління

у зв'язку з виконанням соціальних зобов'язань перед населенням. У рамках реалізації туркластера автоматично почнеться активізація підприємництва в регіоні, де відкриються нові можливості для місцевих підприємців і місцевого населення, покращиться кадрова складова, з'явиться інфраструктура для досліджень і розробок, знизяться витрати, з'являються можливості для більш продуктивного входу на міжнародні ринки, що дає можливість отримувати позитивний досвід. Зарубіжний досвід реалізації туркластерів показує, що кластери сприятливо впливають на розвиток економіки регіону. Туристичну галузь необхідно розглядати як здатну створити мультиплікативний ефект в розвитку регіональної індустрії гостинності, а в окремих випадках – стати основою планів соціально-економічного розвитку. Для того, щоб індустрія туризму стала самостійною і рівноправною галуззю в умовах ринкової економіки необхідне створення державними органами влади, правової бази, яка виконувала б регулятивні функції в даній сфері [1].

Для того, щоб розвиток туріндустрії в регіонах України відбувався форсованими темпами необхідні наступні умови: сформувані стратегічний план реалізації кластерів; ефективний механізм управління регіоном в економічному і фінансовому контексті; забезпечити безпеку відпочиваючих; впровадити інноваційні системи розвитку; налагодити механізми субсидування малого і середнього підприємництва; сприяти поліпшенню екологічної ситуації в регіоні. Реалізація перерахованих механізмів створить імпульс для перспективного розвитку та результативної діяльності туристського кластера. Також ефективне функціонування туристичного кластера передбачає необхідність забезпечення якісного інформаційного середовища, що може відкрити доступ для потенційних споживачів послуг. Необхідно розвивати суміжні галузі туризму, що збільшуватиме мультиплікативний ефект туризму, створюючи взаємозв'язок між учасниками туріндустрії із суміжними галузями і тим самим забезпечуючи єдиний механізм обслуговування споживачів [2; 3].

Туристична індустрія Запорізького регіону представлена практично усіма існуючими видами туріндустрії: пляжний, оздоровчий, пізнавальний, розважальний, екстремальний, релігійний туризм. Зелені види туризму, сільський туризм, а також пляжний виступають явними лідерами в рамках туристичного бізнесу регіону. Тому розвиток цих напрямів має великі надії державних і регіональних влад в поліпшенні соціально-економічної ситуації регіону.

Перспективним є розвиток сільського туризму, наразі функціонує 31 садиба сільського зеленого туризму. Найбільше їх у Бердянському районі – 18, Запорізькому – 4, Мелітопольському – 2, а також по одній – у Вільнянському, Куйбишевському, Новоми-

колаївському, Оріхівському, Приазовському, Чернігівському та Якимівському районах [10]. Садиби сільського зеленого туризму пропонують послуги розміщення, харчування, прокату човнів та рибальських знарядь, пляжного інвентарю, послуги організації виїзних свят, весільних церемоній. На даний момент в Запорізькому регіону на узбережжі Азовського моря найвідомішими курортами є м. Бердянськ, м. Приморськ, смт Кирилівка тощо. На цих курортах функціонують бази відпочинку та санаторії державної та відомчої власності, та в більшості – приватні бази. Серед пізнавальних екскурсій, що пропонуються туристичними агентствами регіону найбільшою популярністю користуються екскурсія на теплоході навколо Хортиці, пішохідна екскурсія по острову Хортиця, екскурсія, присвячена релігійним конфесіям міста Запоріжжя, поїздки до Кам'яної могили.

Великою перевагою для розвитку регіону є те, що індустрія туризму має мультиплікативний ефект. Наприклад, розвиток сільського туризму сприятливо позначається і на розвитку інших супутніх бізнесів таких як: прокат спорядження, будівельний бізнес, пасажирські перевезення, поставки продуктів, продаж етнокультурних речей.

Кластери часто зустрічаються в економічній структурі різних держав і галузей промисловості. Незважаючи на відсутність точних даних, очевидно, що в Європі розташована велика кількість кластерів. У ряді європейських країн кластерний підхід є частиною економічної політики держави.

Прикладами таких країн є Нідерланди і Данія. Великобританія в останні роки дуже активно проводить кластерну політику, там виділяються великі суми на кластерне розвиток. Ірландія протягом багатьох років проводить свідому конкурентну політику та використовує в даному контексті кластерну концепцію. Фінляндія і з недавнього часу Швеція також дуже активно використовують кластери для визначення пріоритетів своєї економічної політики.

Наприклад, у Великобританії кластери формують середовище, в якому розробляються інновації та підвищується продуктивність. Кластери є частиною регіональної політики, що має на меті підвищення потенціалу регіонів, посилення наголосу на зростанні в межах усіх регіонів і зміцненні складових економічного успіху, а також активізації регіонального потенціалу новаторства та підприємництва.

Стратегічні цілі програми формування кластерів у Великобританії полягають у такому:

- підвищення рівня продуктивності різних галузей господарства Сполученого Королівства;
- заохочення економічного розвитку;
- розбудова потенціалу регіонів шляхом активізації регіонального потенціалу новаторства та підприємства.

Як видно зі структури програми, програма формування кластерів утілюється в життя в досить автономному режимі регіональними агентствами з розвитку; робота ведеться з кластерами на різних стадіях їхнього життєвого циклу (ембріональні, сталі, зрілі, занепаді); конкретні цілі різних регіональних кластерних ініціатив є різними та враховують місцеві умови.

Ось чому організація розваг для туристів – одна з найбільш розвинутих форм пропозицій на будь-якому туристичному напрямі, у тому числі і сільському. Крім вищезазначених імперативів, існують і інші причини, що стимулюють співробітництво учасників кластеру по горизонталі:

- рекламний фактор: окрема дестинація, як правило, не може просунути свій турпродукт на зовнішній ринок, на постійній основі вести рекламну кампанію (особливо на початковому етапі діяльності), тому спочатку ефективніше організувати рекламу регіону і окремих дестинацій як його компонентів;

- кооперація у виробництві конкретних турпродуктів: співробітництво в організації маршрутів;

- кооперація в реалізації турпродукту: туроператори і турагентства зазвичай працюють з туррегіоном, а не окремої дестинації;

- наявність турпропозицій у сусідів підвищує привабливість туррегіону в цілому для туроператорів;

- кооперація у створенні інфраструктури туризму: наявність декількох суб'єктів (учасників кластеру), зацікавлених у створенні або поліпшенні інфраструктури туризму в туррегіоні, підвищує шанси на реалізацію цього завдання (наприклад, телефонізація або газифікація території, дорожнє будівництво, коригування розкладу руху транспорту або створення нових транспортних маршрутів тощо);

- у підготовці кадрів для туристичної галузі: особливо актуально для таких видів турбізнесу, які не передбачають спеціальної вищої освіти – наприклад, агротуризм (ведення малого сімейного готельного господарства) тощо. Кооперація в цьому питанні дозволить краще оцінити реальні потреби в тих чи інших кадрах і знайти найбільш ефективне рішення проблеми підготовки (на база підготовки, кількість потенційних абітурієнтів).

З рекомендацій компанії Breault Research оптичному кластеру Арізони (США) [11] можна виділити шість основних маркетингових завдань кластера:

- створення нових можливостей для членів кластера;

- створення бренду і франчайзингу кластера;

- створення нових робочих місць;

- створення умов для розвитку кар'єри кожного співробітника будь-який з компаній кластера;

- забезпечення поінформованості та підтримки з боку міської, регіональних і національних властей;

- посилення суспільної ролі в роботі кластера і в регіоні.

Серед факторів взаємодії з регіоном необхідно виокремити:

1. Бізнес-структури, виходячи зі своїх ресурсів, не мають змоги підтримувати макроінфраструктуру туризму (особливо в тому, що стосується доступності місця – під'їзні шляхи, організація потоків, що виходить за межі компетенції учасників кратерного об'єднання, виступаючи повноваженнями органів влади регіональних та центральних).

2. Необхідна координація на рівні регіону в розробці сукупного турпродукту даної території та його просуванні на зовнішній ринок.

3. Нормативно-правова база: на рівні регіонів – що особливо важливо під час відсутності регіонального законодавства – необхідне затвердження нормативно-правових документів, що регулюють туристичну діяльність.

4. Підтримка регіону в ресурсному забезпеченні:

- 4.1. Картографічне і рекламно-картографічне забезпечення

- 4.2. Інформаційно-рекламні ресурси регіону (TV та інші засоби масової інформації, регіональні спеціалізовані сайти тощо).

- 4.3. Підготовка кадрів для туристичної галузі: ефективна координація навчальних закладів на рівні регіону.

- 4.4. Інформаційно-консультативна підтримка: ефективна організація на рівні регіону (у тому числі із залученням зовнішньої експертизи, включаючи міжнародну).

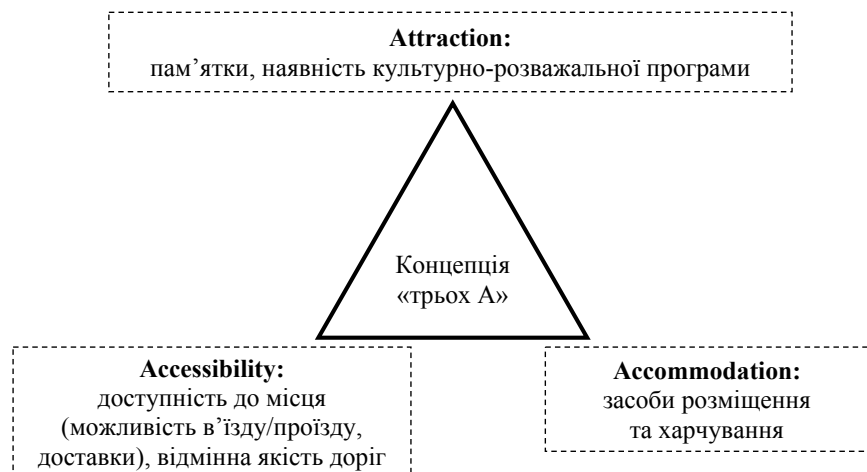


Рис. 2. Реалізація концепції «трех А» при створенні територіального турпродукту

5. Фінансова підтримка деяких моделей агротуризму (агротуристичних гостьових мереж) необхідна мінімум на рівні регіону: організація мікрокредитування, пільгового кредитування тощо. Виходячи на ринок зі своїм турпродуктом, кластери повинні реалізовувати концепцію «трюх А» та бути готові до регіональної конкуренції за показником ціна-якість, вони повинні стати конкурентоспроможними на регіональному і вищому рівнях.

Ефективне функціонування туристичної галузі вимагає взаємодії суб'єктів виробництва турпродукту всіх рівнів:

- виробників конкретних турпродуктів
- виробників сукупного туристського продукту (дестинації)
- виробників сукупного туристського продукту регіону
- виробників сукупного туристського продукту даної країни.

Це, в свою чергу, диктує необхідність взаємодії та коригування діяльності влади всіх рівнів Бізнес-Регіон-Центр.

Необхідним чинником розвитку туристичної галузі є формулювання чіткої державної політики в галузі туризму і, зокрема, агротуризму, розробка регіональних концепцій і програм розвитку туризму, які, з одного боку, враховували б місцеву специфіку, з іншого – відповідали б загальнонаціональній концепції і національній політиці в галузі туризму.

При цьому взаємодія бізнес-структур з Центром відбувається не безпосередньо, а через посередництво Регіону і інститутів міжмуніципальної влади.

**Висновки.** Таким чином, в цілому можна виділити такі позитивні економічні і разом із тим соціальні функції розвитку туристичного кластера:

- створення нових робочих місць для місцевого населення;
- стимулювання традиційних форм природокористування, виробництва екологічно чистих продуктів харчування;
- збільшення інвестицій як в інфраструктуру і сервіс, так і в охорону природи;
- зростання добробуту місцевого населення і розвиток спеціальної освіти, спрямованої на набуття туристичних і природоохоронних професій;
- розвиток ремесел;
- розвиток місцевого самоврядування;
- формування планів розвитку «зсередини», з урахуванням інтересів місцевих жителів.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Энеев Дж.О. Туристический кластер как инструмент обеспечения экономической безопасности Северо-Кавказского федерального округа [Электронный ресурс] / Дж.О. Энеев, Черкесов Р.М. // Интернет-журнал «Наукo-ведение» Выпуск 3, май-июнь 2014. – Режим доступа : <http://publ.naukovedenie.ru>.
2. Квашнина Е.Б. Роль информационных технологий в оценке мультипликативного эффекта туристской индустрии // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. – 2011. – № 4. – 0,5 п.л.
3. Квашнина Е.Б. Метод оценки мультипликативного эффекта инвестиций в туристскую индустрию региона // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. – 2012. – № 2.
4. Шепелев И.Г. Туристско-рекреационный кластер-механизм инновационного совершенствования системы стратегического управления развития регионом / И.Г. Шепелев, Ю.А. Маркова // СИСП. – 2012. – № 3.
5. Подсолонко М.В. Интернет в маркетинге туристических кластеров / М.В. Подсолонко, Е.Г. Басиладзе // Ученые записки Таврического национального университета им. Вернадского Серия «Экономика и управление». – 2009. – Том 22(61). – № 2. – С. 310-318.
6. Кластерні об'єднання як ефективний шлях розвитку туризму в місті (світовий досвід) [Електронний ресурс] / Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи. Монографія : [за ред. Писаревського І.М.] – Харків – ХНАМГ – 2011. – Режим доступу : <http://eprints.kname.edu.ua/26310/1/2011%20печ.%2014МН%20%20Туризм%20і%20місто.pdf>.
7. Вороніна О.Ю. Тенденції міжнародних економічних відносин у створенні туристичних кластерів [Електронний ресурс] / Ю.О. Вороніна // м. Хмельницький, 11-12 жовтня 2013 р. – Економіка, управління, фінанси: теорія та практика. – Режим доступу : <http://molodyvcheny.in.ua/files/conf/eko/01okt13/04.pdf>.
8. Охріменко А.Г. Необхідність створення та функціонування туристичних кластерів у регіонах України / А.Г. Охріменко // Географія та туризм: національний та міжнародний досвід : матеріали VI Міжн. наук.-практ. конф. – Львів : ВЦ ЛНУ імені Івана Франка, 2012. – С. 278-282.
9. Обґрунтування доцільності реалізації кластерної моделі розвитку українсько-польського транскордонного співробітництва у сфері туризму – 18.11.2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.lviv.ua/analytics/123.htm>.
10. Райони Запорізької області освоюють сільський зелений туризм [Електронний ресурс]. – Успешный проект. – Режим доступу : <http://goodpro.zp.ua/tags/selskiy-zelenyy-turizm>.
11. Kathleen Perkins Optics Cluster Marketing [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.competitiveness.org:8080/filemanager/download/266/KPerkins.pdf](http://www.competitiveness.org:8080/filemanager/download/266/KPerkins.pdf).