

И. Н. Кирилук

**Уманский государственный педагогический университет имени Павла Тычины,
г. Умань, Украина**

КЛАСТЕРЫ КАК ФАКТОР АКТИВИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

I. Kyryliuk

Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University, Uman, Ukraine

CLUSTERS AS A FACTOR OF TOURISM ACTIVITY INTENSIFICATION

В статье исследованы вопросы формирования туристических кластерных образований как эффективного механизма повышения конкурентоспособности отрасли. Определены тенденции, которые способствуют внедрению кластерного подхода в туризме и основные преимущества создания таких кластеров.

The article investigates the formation of tourist cluster entities as an effective mechanism for improving the competitiveness of the industry. The tendencies that contribute to the implementation of the cluster approach in tourism and the main advantages of creating such clusters are identified.

В условиях глобализации и структурной перестройки экономики, усиления экономической конкуренции и распространения интеграционных тенденций туризм играет важную роль в преодолении кризисных явлений в экономике страны, поскольку является важным фактором социально-экономического развития регионов. Положительные тенденции развития отечественного туризма, наблюдаемые в последние годы в Украине, обеспечивают рост уровня занятости населения, поступление инвестиционных потоков в регионы, наполнение государственного и местных бюджетов.

Деловая активность субъектов хозяйствования, функционирующих на территории региона, непосредственно влияет на темпы и устойчивость его социально-экономического развития в условиях неопределенности рыночной среды. Одним из факторов организации высокотехнологического производства и средством повышения эффективности использования туристическо-рекреационных ресурсов региона является формирование туристических кластерных образований отраслевого и межотраслевого характера. Эффективность использования кластерных механизмов в преодолении кризисных явлений подтверждает мировая практика.

Кластеры во всем мире считаются эффективным средством формирования национальных конкурентных преимуществ, повышения эффективности производства за счет вертикальной и горизонтальной интеграции как отдельных отраслей, так и предприятий. В процессе развития кластера особенно проявляется эффект синергии, который позволяет получить общий эффект, не равный сумме эффектов от изолированного функционирования каждого элемента данной системы.

По определению М. Портера: кластеры – это сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в родственных отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций (университетов, агентств по стандартизации, торговых объединений) в определенных областях, конкурирующих между собой, но при этом ведущие совместную работу [1, с.256].

Благодаря активному функционированию кластер раскрывает возможности региона как привлекательной туристической дестинации и обеспечивает привлечение инвестиций, создает привлекательный инвестиционный климат, способный увеличить объемы капиталовложений в туристический и курортно-рекреационный комплекс а также в его инфраструктуру [2].

Поскольку индустрия туризма имеет свои особенности, туристический кластер существенно отличается от производственного, а его формирование требует объединения усилий предприятий различных видов экономической деятельности. Функционирование туристического кластера как формы концентрации туристических составляющих в регионе, за счет возникновения сетевых связей между предприятиями, географически сосредоточенных на его территории и задействованных в формировании, продвижении и реализации туристического продукта, создает возможности более полного использования его туристическо-рекреационного потенциала, а также способствует развитию туристических дестинаций. Активное взаимодействие всех участников туристического кластера позволяет получить общий результат – комплексный туристический продукт, конкурентоспособный на международном

рынке туристических услуг, который невозможно получить от изолированного функционирования каждого элемента этой системы.

Для эффективного функционирования кластеров необходимы следующие характеристики:

1) участники в кластере должны быть связаны вертикально (цепочка покупок и продаж) и горизонтально (дополнительные изделия и услуги, использование похожих специализированных затрат, технологий или институтов и т. п.);

2) кластеры – географически близкие группы взаимосвязанных компаний, что способствует формированию и увеличению преимуществ. Они создают стоимость, которая является результатом сети взаимодействий между предприятиями.

Основным потребителем туристических услуг является турист, который формирует требования к туристическому продукту. Несмотря на это, именно степень удовлетворения духовных, эмоциональных потребностей туриста формирует уровень конкурентоспособности в отрасли. В качестве объектов туристической привлекательности могут быть как архитектурные и природные объекты, музеи, так и различные мероприятия, фестивали, выставки, ярмарки, которые расположены или проводятся на территории кластера.

Удовлетворение потребностей туриста возможно за счет сотрудничества следующих секторов туристического кластера:

1. Сектор производства туристических услуг – включает предприятия, которые непосредственно производят и реализуют туристические услуги: туроператорские фирмы и туристические агентства, учреждения по размещению, оздоровлению, перевозке, питанию и организации досуга туристов;

2. Сервисный сектор – объединяет банковско-кредитные учреждения и страховые компании, учебные заведения туристского профиля, научные учреждения, а также бизнес-центры, лизинговые компании.

3. Вспомогательный сектор, который включает:

- предприятия по производству сувениров, туристического снаряжения, специфических для данной местности товаров;

- полиграфические предприятия, картографические фабрики, периодические издания, телерадиокомпании;

- органы государственной власти, агентства регионального развития, международные и государственные фонды и программы;

4. Сектор обеспечения жизнедеятельности туристического кластера – включает маркетинговый, рекламно-информационный, логистический, юридический и аудиторский отделы.

Создание туристических кластеров в различных регионах страны является перспективным направлением и имеет положительное влияние на развитие туризма на их территории. Черкасская область – уникальный регион, имеет удачное географическое расположение, природно-рекреационный потенциал, историческое прошлое и культурное значение. Эффективному использованию этого потенциала способствует создание в июле 2018 года на территории области туристического кластера «Западная Черкащина». Кластер создан в рамках реализации национального проекта «Туристические кластеры 300+», который основывается на мировом опыте кластерной модели туристической индустрии.

Туристический кластер «Западная Черкащина» действует на территории девяти районов Черкасской области, а именно: Жашковского, Звенигородского, Катеринопольского, Лысянского, Маньковского, Монастырищенского, Тальновского, Уманского и Христиновского [3]. Согласно данным официальной статистики, общая площадь указанного туристического кластера составляет 7820 кв. км. Количество населения проживающего на этой территории составляет 305,3 тыс. человек.

Руководство деятельностью туристического кластера осуществляется через Общественную организацию «Ассоциация туризма и гостеприимства Западной Черкащины». В декабре 2018 года в Черкассах во время туристического форума «Открываем Черкащину вместе» подписан Меморандум о сотрудничестве между Черкасской ОГА и общественной организацией «Ассоциация туризма и гостеприимства Западной Черкащины», в январе 2019 – Меморандум о сотрудничестве с Уманским городским советом и Уманским районным советом.

Целью деятельности туристического кластера «Западная Черкащина» является улучшение условий для приема туристов в городе Умани, а также создание современной туристической инфраструктуры в Буцком каньоне и в других популярных туристических местах региона.

Основные задачи деятельности кластера – объединение предпринимателей, инвентаризация туристических объектов кластера, привлечение инвестиций в туристическую и сопутствующие отрасли региона, создание конкурентоспособного туристического продукта, предоставление консультаций и информационной поддержки членам туристического кластера и создание стратегии туристическо-рекреационного развития Западной Черкащины.

Создание в туристическом кластере современного, интересного туристического продукта высокого качества, безопасного и доступного для потребителей, позволит привлечь туристов и заинтересовать их остаться на несколько дней для посещения всех туристических объектов на территории, которую он объединяет. Для этого специалисты туристического кластера «Западная Черкащина» совместно с туроператором SunCity Travel начали осуществление регулярных туров выходного дня из Киева по новым маршрутам, среди которых: «Другая Умань», «Украинский Стоунхендж – Буцкий каньон», «Заповедник «Трипольская культура»+ дегустация вина в городе Умани и др.

Следует отметить, что за короткий период деятельности специалистами туристического кластера «Западная Черкащина» организованы и проведены разнообразные туристические мероприятия, среди которых: туристическая ярмарка «Западная Черкащина», фестиваль сыра и вина, день уличной музыки, фестиваль «Buky Grill Fest», «HOLI DANCE UMAN 2019» и другие. Проведение таких мероприятий объединяет предпринимателей из девяти районов центра Украины, побуждает к созданию современного конкурентоспособного туристического продукта для внутреннего туризма и способствует развитию въездного туризма, привлекает значительное количество туристов, что в свою очередь обеспечивает дополнительные поступления в местный бюджет [3].

Дальнейшее развитие и функционирование туристических кластеров нуждается в поддержке органов регионального и местного самоуправления для развития территориально-инновационных объединений, совершенствования информационного обеспечения, экономической мотивации для предприятий, которые могли бы стать участниками туристического кластера. Региональные органы управления должны быть заинтересованы в создании, развитии и обеспечении эффективной структуры туристических кластеров, результат деятельности которых обеспечит комплексное социально-экономическое развитие территорий.

Региональным органам власти принадлежит центральная функция реализации инновационного подхода создания и поддержки кластеров. Его реализация осуществляется в трех направлениях:

- содействие в согласовании интересов субъектов рекреационно-туристического кластера;
- формирование благоприятной инфраструктуры рынка рекреационно-туристических услуг
- выработка единых цивилизованных правил и механизмов координации самостоятельности всех субъектов рекреационно-туристического рынка на взаимовыгодной основе кооперирования «по интересам» на разных стадиях технологических циклов, обеспечивающих расширенное воспроизводство социальных инноваций и распространение действий данного механизма на другие сферы жизнедеятельности [4, с. 13].

Эффективная деятельность кластера определяется характером взаимоотношений его потенциальных участников с региональными органами управления. Кластерный подход предоставляет организационно-рыночные и функциональные преимущества как для участников кластера, так и для региональных органов управления, а также для представителей регионального бизнес-сообщества.

Кластеризация туристических предприятий способствует поступлению инвестиций в отрасль, оптимизирует их использование. Интеграция усилий власти, бизнеса и институтов общественных и научно-образовательных организаций, которые могут обеспечить потребности туристических кластеров в высококвалифицированных кадрах, способных разработать и реализовать стратегию развития, маркетинговые исследования туристического кластера, может быть условием успешного привлечения инвестиций на территорию. Сфера туризма способна обеспечивать максимальную отдачу при минимальных инвестиционных поступлениях.

Объединение совместных финансовых возможностей предприятий даст возможность больше вкладывать в инновационную деятельность. Именно инновации обеспечивают рост конкурентоспособности продукции, производимой в рамках кластеров, увеличивая прибыль

предприятий и повышая экономический потенциал и конкурентоспособность региона в целом. Привлечение новых инвестиций через совместное участие в инвестиционных программах обеспечит дополнительные поступления в бюджет.

Благодаря взаимодействию бизнеса и науки будет происходить обмен информацией, передача знаний и опыта научного, технического, производственного, административного или иного характера. Объединение совместных финансовых возможностей предприятий позволит больше вкладывать в инновационную деятельность. Функционирование кластера позволит сохранить культурно-исторические памятники, природные парки и заповедники, развить сферу услуг, усовершенствовать инфраструктуру территорий.

При формировании туристического кластера на любом территориальном уровне необходимо учитывать, что недостаточный уровень развития одной из составляющих туристической инфраструктуры может негативно отразиться на общем впечатлении туриста от посещения туристическо-рекреационного региона. Поэтому задачей туристического кластера является успешное продвижение на рынке туристического продукта и достижения общего экономического результата благодаря эффективному управлению и применению маркетинговых коммуникаций, сотрудничеству взаимосвязанных предприятий и учреждений, которые совместно используют туристические ресурсы, специализированную туристическую инфраструктуру, локальные рынки труда.

Литература

1. Портер, М. Конкуренция / Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2005. – 608 с.
2. Кирилюк, І. М. Проблеми та перспективи залучення інвестицій в туристичну сферу / І. М. Кирилюк, Л. А. Чвертко // Фінансове регулювання зрушень у економіці України: збірник тез доповідей учасників Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, Мукачєво, 21-22 березня 2017 р. – Мукачєво: Мукачівський державний університет, 2017. – С. 366-369.
3. Туристический кластер Западная Черкащина [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://tourcluster.ck.ua/> – Дата доступа: 08.11.2018.
4. Стеченко, Д. М. Інноваційна політика кластероутворення в рекреаційно-туристичній сфері України / Д. М. Стеченко, І. В. Безуглий // Науковий вісник ЧДПЕУ. – № 2 (22). – 2014. – С.9-19.

Н. А. Мазур

**Каменец-Подольский национальный университет имени Ивана Огиенко,
г. Каменец-Подольский, Украина**

Д. В. Новак

Познанский экономический университет, г. Познань, Польша

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ МЕСТА СТРАНЫ В СИСТЕМЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

N. Mazur

Kamianets-Podilskyi National Ivan Ohiienko University, Kamianets-Podilskyi, Ukraine

D. Novak

Poznań University of Economics and Business, Poznan, Poland

ECONOMIC PREREQUISITES FOR DETERMINING A COUNTRY'S PLACE IN THE HUMAN DEVELOPMENT INDICATORS

This article is devoted to the research of problems of methodology of estimation of quality of life of the population for estimation of level of socio-economic development of the state. Assessing the quality of life of the population is important instrument of socio-economic policy of any state, because it allows you to: set socio-economic benchmarks long-term policies; to analyze the current level of socio-economic development of the country; assess poverty; determine the country's place in global progress; to conduct inter-regional comparisons of level and quality life of the population.