

НАУКОВИЙ ВІСНИК
Ужгородського університету

33
Ж84

Серія

ЕКОНОМІКА

випуск 2 (36)

2012

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

УДК 338.482

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД КЛАСТЕРИЗАЦІЇ СФЕРИ РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ

Маслиган О.О.
Дичка М.В.

Кластеризація економіки є шляхом забезпечення ефективності територіальної організації суспільного розвитку. Це особливо актуальне у сфері туризму та рекреації, що здатна забезпечити ефективне використання економічно відсталих регіонів. Тому, пріоритетним є здійснення комплексного дослідження зарубіжного досвіду кластеризації сфери рекреації та туризму. Зокрема: виділення сутності категорії кластер, як основи кластерного розвитку; дослідження особливостей кластеризації сфери рекреації та туризму у зарубіжних країнах; виділення складової успіху кластерів сфери рекреації та туризму у зарубіжних країнах. Отримані результати можуть бути використані для розробки ефективної моделі кластерного розвитку вітчизняних підприємств сфери рекреації та туризму.

Ключові слова: кластер рекреації та туризму, державно-приватне партнерство, ядро кластера, штучне об'єднання, системний розвиток.

ВСТУП

У сучасних умовах, коли конкурентоспроможність національних економік поставлена у безпосередню залежність від ефективності внутрішньої організації та інтегрованості її регіональних підсистем, все більшої популярності зазнає концепція кластерного підходу.

Саме кластеризація національної економіки розглядається багатьма науковцями як шлях, що забезпечує найбільш гнучкі форми кооперації, координації та інтеграції спільних зусиль економічних суб'єктів. Закономірно, що особливої актуальності ця тема набула у сфері туризму та рекреації, розвиток якої для нашої країни є пріоритетним, у зв'язку із вдалим географічним розташуваннями (на перехресті транспортних шляхів), сприятливими природно-кліматичними, історико-культурними умовами, наявністю необхідного трудового потенціалу. Додатково, слід зазначити, що розвинена

сфера рекреації та туризму здатна у подальшому вирішити такі важливі соціально-економічні проблеми України, як ефективне використання економічно відсталих регіонів. Додатково підвищує значущість кластерного підходу до розвитку вітчизняної сфери рекреації та туризму її обмежений розвиток. Так, останнє десятиріччя окреслена сфера знаходилася у стані занепаду. Наприклад, зменшення кількості санаторно-курортних та оздоровчих закладів за 2000-2009 рр. склало 16,7%, зниження загального обсягу туристів дорівнювало 21% [6].

Оскільки вітчизняна практика кластеризації економіки є обмеженою (серед відомих вітчизняних кластерів можна виділити: кластери сільського туризму «Оберіг» та «Дніпро»; туристичні кластери «Вознесенськ», «Південне туристичне кільце» та «Кам'янець»; кластер «ЕКОТУР») актуальним є вивчення її зарубіжного досвіду у сфері рекреації та туризму.

Вивчення зарубіжного досвіду кластеризації або функціонування кластерів висвітлюються у значній кількості наукових праць. Так, Хмара М.П. у своєму дослідженні «Розвиток високотехнологічних кластерів, як закономірність світового господарства» розглянула ряд зарубіжних теорій щодо кластеризації економічних процесів І.Толенадо, Д. Соле, М. Энрайт, А. Саксеніан [10].

Докладні роз'яснення економічної природи кластерів, особливостей їх формування та розвитку у Польщі надані Бакушевич І. У своїй праці «Досвід та перспективи впровадження інноваційних кластерів в розвиток економіки знань транскордонних регіонів України та Польщі» авторка виділила кластери як шлях розвитку депресивних регіонів, з низьким рівнем показників якості життя населення та негативною динамікою їх розвитку [2]. Наукові нароби в окресленій площині мають також Мінгалева Ж., Ткачева С. та ряд інших [9].

Однак, слід зазначити, що незважаючи на окреслену широту дослідження зарубіжного досвіду кластеризації економіки – її специфіка у сфері рекреації та туризму майже залишилася поза увагою науковців. Так, Гриценко С.І. у праці «Транскордонна співпраця та розвиток кластерів у реалізації регіональної інноваційної політики» дослідив окремі кластерні ініціативи у Європі у т.ч. і у сфері туризму та рекреації, що стали наслідком Лісабонської стратегії [5]. Крім того, аналогічний напрямок розроблявся Бондаренко В. [3] та рядом інших науковців. Проте, основний зміст більшості з

окреслених наукових джерел зосереджено на історичних аспектах розвитку кластерів, у той час як економічна складова цього процесу не виділена.

Таким чином, метою даної статті є комплексне дослідження зарубіжного досвіду кластеризації (функціонування кластерів) сфери рекреації та туризму. Для досягнення визначеної мети передбачається вирішення наступних завдань:

- 1) виділення сутності категорії кластер, як основи кластерного розвитку економіки;
- 2) дослідження особливостей функціонування кластерів сфери рекреації та туризму у зарубіжних країнах;
- 3) виділення складових успіху кластерів сфери рекреації та туризму у зарубіжних країнах.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Основи кластерної теорії були вперше сформовані А. Маршалом в кінці XIX століття, а термін «кластер» введений М. Потер в 80-ті роки XX століття як основа кластерної економіки. У цей період він розглядався як сукупність вертикальних (покупець-постачальник) чи горизонтальних (спільні клієнти, технології, посередники) взаємозв'язків [7]. Проте, сучасні підходи науковців до тлумачення економічної категорії «кластер» є досить неоднозначними. Так, можна виділити наступні сутнісні тлумачення кластеру:

- сконцентрована на певній території група взаємопов'язаних підприємств [8];
- сконцентровані за географічною ознакою групи взаємопов'язаних підприємств, спеціалізованих постачальників послуг та сировини у відповідній галузі, а також пов'язані з їх діяльністю організації (у певних сферах), що конкурують, однак, разом з тим, ведуть спільну роботу [6, с. 58];
- це добровільне територіально-галузеве об'єднання підприємств для здійснення скоординованої фінансово-господарської діяльності, при якій всі учасники кластера отримують вигоду – підвищують конкурентоспроможність на даному сегменті ринкової економіки [7];
- штучне об'єднання, що може формуватися на основі взаємопов'язаних комплексів та пов'язаних з ними організацій та установ (у т.ч., управління культури і туризму місцевої державної адміністрації та інші зацікавлені органи місцевої влади), що діють у певній сфері, характеризуються спільними інтересами та взаємодоповнюють одна одну [10, с. 18]

Відповідно до вищенаведеного, можна зробити висновок, що кластери є штучними об'єднаннями, що формуються за участю незалежних партнерів, які конкурують між собою або обслуговують окремі сегменти галузі. Крім того, якщо розглядати туризм та рекреацію – кластери, що утворюються у цій сфері, будуть прив'язані до джерел туристсько-рекреаційних ресурсів: природних, історичних, соціально-культурних та інших. Такі ресурси використовуються для задоволення потреб населення у відпочинку та оздоровленні. Саме тому тлумачення категорії «кластер» доцільно звести до штучного, сконцентрованого за географічною ознакою об'єднання незалежних учасників партнерства навколо ядра - «джерела ресурсів». При цьому, незалежними учасниками партнерства можуть бути підприємства або взаємопов'язані комплекси підприємств, що ведуть спільну роботу або обслуговують окремі сегменти галузі та пов'язані з ними організації, установи у інших сферах діяльності.

Сьогодні підхід до розвитку туризму та рекреації заснований на кластерах знаходить все більшого застосування у зарубіжних країнах. Практика кластеризації сфери туризму та рекреації виникла у другій половині XX ст., і у 1980-1990-ті р.р. розповсюдилась у Північній Америці, Європі та нових промислових країнах [7].

Показовим є досвід США, як країни, у якій вперше був застосований кластерний підхід до розвитку підприємств сфери рекреації та туризму. Що об'єктивно можна вважати наслідком успіхів об'єднання компаній «Кремнієвої Долина» – північної частини консолідованого метрополітенського статистичного ареалу [Сан-Франциско](#) (у штаті [Каліфорнія](#)). У рамках ареалу вперше реалізувався кластерний підхід до розвитку високотехнологічних компаній, внаслідок чого до кінця 1990-х р. венчурні інвестиції збільшились з 2 млрд. дол. до 68,8 млрд. дол. [7]. Сьогодні кластерний підхід активно застосовується у США і до розвитку сфери туризму та рекреації.

Домінуючою формою кластеризації є тематичні кластери - штучні об'єднання, сформовані на однорідних сегментах ринку туризму та рекреації, що охоплюють певну продуктову нішу (наприклад, спортивну, культурно - пізнавальну, розважальну та ін.) [1]. Наукові дослідження доводять, що тематичні кластери формують такі ланцюги додаткової вартості та системи накопичення вартості, що дозволяють туристу отримати відповідні враження та туристичний досвід.

Серед найбільш відомих тематичних кластерів туризму та рекреації США можна виділити кластер винного туризму Долини Напа, штат Колифорнія (Napa Valley), що містить близько 220 виноградників (загальною площею 13000 га.) та 250 підприємств винної індустрії міст Калістога, Оуквілл, Рутерфорд, Сант-Хелена та Юнтвілл. Найбільш відомими виробниками кластеру є Мамм-Напа-Веллі (виробляє вина у кращих класичних традиціях), Рутерфорд-Хілл-Вайнери (використовує унікальну технологію виробництва вин) та Клос-Пегас (власник унікальної колекції марочних вин). Передумовою формування тематичного кластеру стали [12]: 1) досвід успішної кооперації виробників вина «Каберне-совиньон», «Мерло», «Каберне фран», «Мальбек», «Пті вердо». Наприклад, починаючи з 1960-х р. був наявний обмін методами вирощування винограду та ведення спільної маркетингової діяльності; 2) туристсько-рекреаційні ресурси (мікроклімат, наявність потужних гейзерів, скалистий рельєф, природний об'єкт «кам'яний ліс» а ін.); 3) розвиток підприємств туристичної індустрії, що пропонують унікальні анімаційні послуги (екскурсії на повітряному шарі від Юнтвілла, тури Грнич-Хіллз протяжністю 64 км. на «Винному поїзді», щорічні аукціони вина «Долини Напа»); 4) історичні та соціально-культурні ресурси (тривала історія розвитку винної індустрії, що бере початок у XVIII сторіччі, гастрономічні традиції).

Успішність кластерного розвитку винного туризму Долини Напа наочно характеризує система аналітичних показників (таблиця 1).

З нашої точки зору успішність Долини Напа пов'язана з його унікальною структурною моделлю кластеру, що

представлена на рис. 1.

Таблиця 1 Система аналітичних показників розвитку винного туризму Долини Напа, 2006-2009 рр.

Показники	2006 р.	2009 р.
Щорічний обсяг виробництва, пл. вина	7600000	9176565,3
Середня ціна за пляшку, дол.	52,69	61
Валовий вииторг від продажу вина, млн. дол.	101,28	481
Частка вин, зроблених у кластері до їх загального обсягу виробництва вина у США	4%	4,5%
Вартість відвідування аукціону Напа, дол.	2500	2670
Кількість людей, що зайняті у виробництві вина, осіб.	8000	9900
Прибуття зовнішніх туристів на рік, млн.	5	6,1

* сформовано на основі [11]

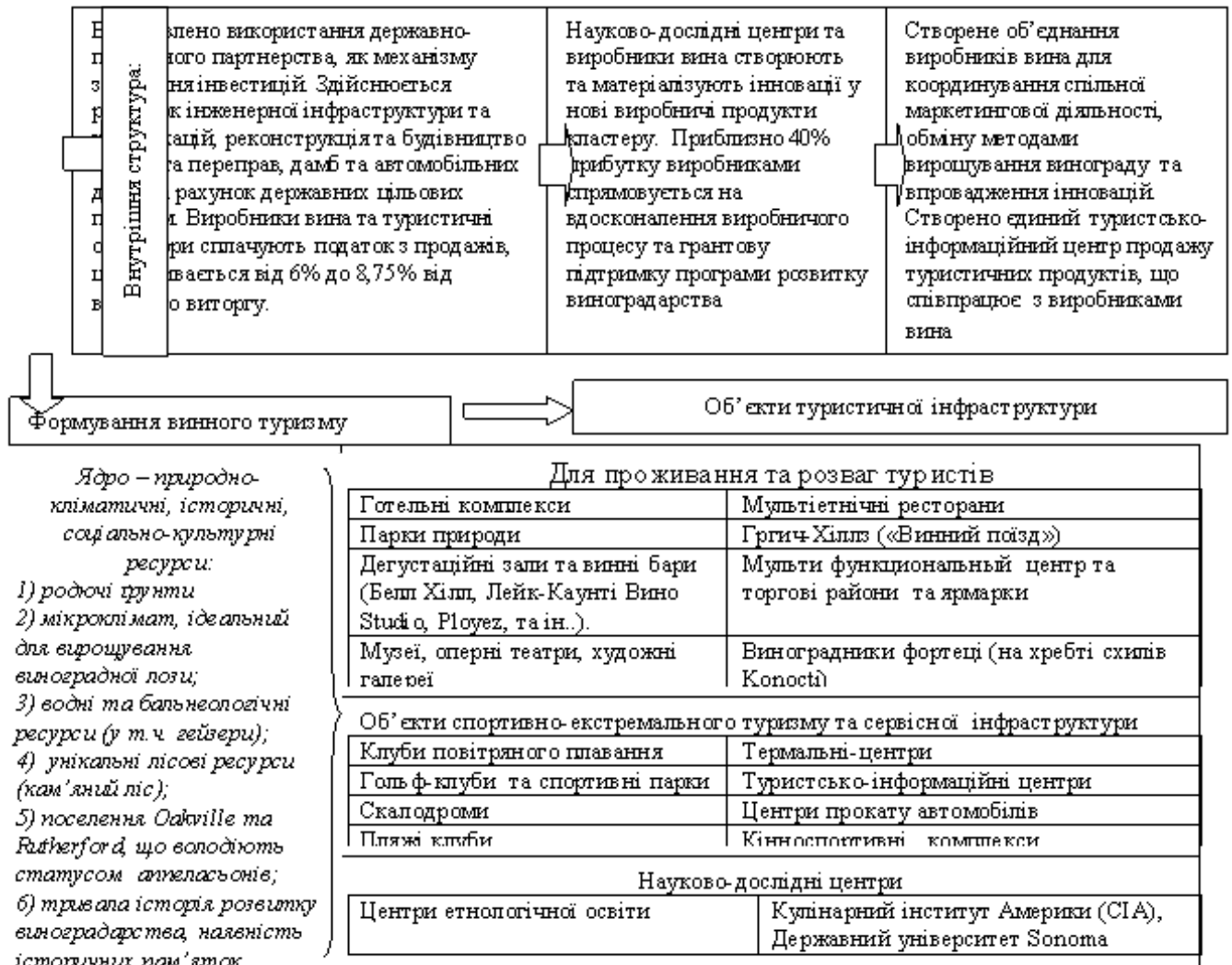


Рис. 1 Структурна модель кластеру Долини Напа (розроблено на основі [11-12])

Відповідно до вищенаведеного, можна зробити висновок, що кластер винного туризму Долини Напа представлений підприємствами винної індустрії, приватними виноградниками (що взаємодіють одне з одне та конкурують між собою), взаємопов'язаними комплексами сфери рекреації та туризму, а також органами місцевого самоврядування.

Слід зазначити, що характерною особливістю Napa Valley є те, що підприємства винної індустрії та приватні виноградники одночасно і туристичні об'єкти (що представлені винними барами, дегустаційними залами, винними печерами та підвалами, музеями вина та ін.).

Завдяки винному туризму виробники вина не тільки збільшують обсяги реалізації продукції, а й отримують додаткові джерела доходів, що наочно продемонстроване за даними рис. 2. Крім того, специфічним є те, що співпраця з органами місцевого самоврядування здійснюється на умовах державно-приватного партнерства (далі – ДПП), як інструменту реалізації туристичної політики держави. Основні положення такого двостороннього партнерства зафіксовані у офіційному документі «Концепції розвитку Napa Valley» та полягають у наступному: 1) рівний розподіл фінансових та інших ризиків; 2) рівні внески всіх партнерів кластеру, у т.ч. і держави, у досягнення загальних цілей; 3) участь всіх учасників кластеру у розподілі вигод від партнерства; 4) взаємна вигідність партнерства.

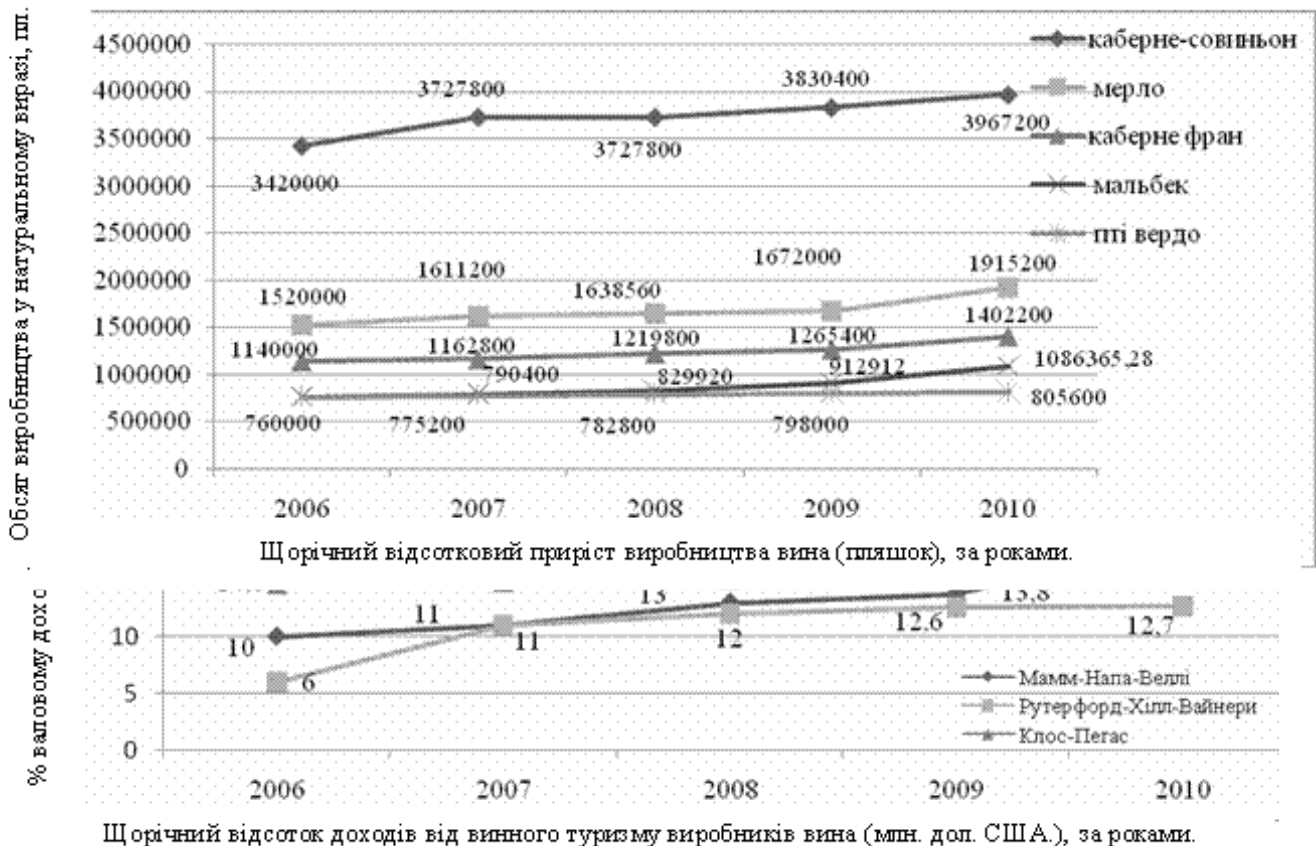


Рис. 2 Вигоди виробників вина від кластерного розвитку

* сформовано за даними [11]

Для ДПП основною є наступна модель: 1) для розвитку інженерної інфраструктури основним інвестором є

держава, що залучає приватні компанії лише для виконання робіт за проектом на платній основі; 2) для розвитку туристичної інфраструктури основним інвестором виступає приватний бізнес, який приймає на себе всі інвестиційні ризики.

Отже, функціонування підприємств винної індустрії та приватних виноградників Долини Напа у межах кластеру винного туризму дає змогу комплексного рішення проблем пов'язаних із максимізацією доходів, оптимізацією витрат на збут та популяризацію бренду.

Цінним є досвід кластерного розвитку туризму та рекреації Австралії, що, також, орієнтований на тематичні кластери. Це можна розглянути на прикладі кластеру «тропічного туризму» Квінсленд, де туризм забезпечує близько 24% валового регіонального продукту. Передумовами формування окресленого кластеру стали [1]: 1) спільні зусилля місцевої індустрії туризму та регіонального бюро з розвитку регіону на внутрішньому та міжнародному ринку подорожей; 2) щільна співпраця туристичних підприємств міста Брісбен [Доган-Сіті](#), [Редланд-Сіті](#), [Іпсуіч](#), [Тувумбу](#), [Голд-Кост](#), [Саншайн-Кост](#); 3) географічна близькість туристичних підприємств (що забезпечувало низькі витрати, що не входять у основні витрати на виробництво та обіг або непрямі витрати пов'язані з організацією справи, веденням переговорів, пошуком постачальників, оформленням контрактів, забезпеченням юридичного захисту; пошуком інформації); 4) наявність аеропорту, розрахованого на прийом іноземних та внутрішніх пасажирів; 5) наявність туристсько-рекреаційних ресурсів занесених у перелік всесвітньої природної та культурної спадщини (великого бар'єрного рифу, тропічних лісів та ін.).

В результаті кластерного розвитку «тропічного туризму» Квінсленд безпосередньо генерує 8,8 млрд. дол. США у економіку держави, а з урахуванням додаткових внесків 14, 9 млрд. дол. США (або 4,5% від загального доходу держави) та надає робочі місця 118898 чол. (це 5,7% від всіх робочих місць у штаті). Квінсленд забезпечує Австралії 25,4% від всіх податкових надходжень до бюджету (зокрема, 24,9% від туристичної інфраструктури кластеру «тропічного туризму») [11]. Окреслені передумови сформували специфічну структурну модель кластеру, яка наведена на рис. 3. Така структурна модель формується широким колом партнерів, серед яких відсутні промислові виробники. Квінсленд, це штучне об'єднання підприємств сфери рекреації та туризму, що ведуть спільну роботу та пов'язані з ними організації, установи обслуговують ці підприємства. Так, кластерний розвиток підприємств сфери рекреації та туризму Квінсленда, дає змогу координувати і направляти дії різних елементів системи з різними інтересами в єдину ефективну сукупність, на основі цього зміни в одній ланці управління викликають зміни в інших. Що у кінцевому випадку інтегрує швидкий розвиток всіх учасників кластеру «тропічного туризму».

Як і у досвіді Долини Напа штат Каліфорнія (Napa Valley), у Квінсленді співпраця з органами місцевого самоврядування здійснюється на умовах ДПП. При цьому специфічної рисою такої співпраці є використання моделі ДПП за якої основним інвестором виступає приватний бізнес, а права на реалізацію проектів (з розвитку туризму) передаються на основі договорів концесії (державні органи виступають у ролі гаранта доходності таких інвестицій та за потреби надають податкові преференції концесіонерам).

Досвід кластерного розвитку сфери туризму та рекреації, також, спостерігається і в ряді інших країн, серед яких можна виділити Ватикан, м. Рим (кластер релігійного туризму), м. Єрусалим, Ізраїль (кластер релігійного туризму), м. Анталія, Туреччина (кластер культурно-пізнавального туризму) та ін.

Відповідно до вищенаведеного, більшість існуючих на сьогодні кластерів сфери туризму та рекреації є тематичними, що на нашу думку пов'язане із специфікою ядра кластеру тобто специфіки наявних туристсько-рекреаційних ресурсів, що можуть використовуватися для задоволення лише окремих (а не всіх) потреб населення у відпочинку та оздоровленні.

Проте, на нашу думку, чинником, що забезпечує успіх кластерів сфери рекреації та туризму є їх властивість щодо сприяння системному розвитку або синергетичній взаємодії всіх учасників окресленого штучного об'єднання (які на основі взаємозв'язку здатні забезпечити високу ефективність функціонування). При цьому основний принцип системного розвитку полягає в тому, що максимально ефективне функціонування кожного із елементів системи сприятиме максимально ефективному функціонуванню системи як цілого.

ВИСНОВКИ

Здійснення комплексного дослідження зарубіжного досвіду кластеризації сфери рекреації та туризму дозволило зробити наступні висновки:

1) основою кластеризації економіки є кластер. У сфері туризму та рекреації кластери прив'язані до джерел туристсько-рекреаційних ресурсів, що використовуються для задоволення потреб населення у відпочинку та оздоровленні. Тому, тлумачення категорії «кластер», у визначеній площині, доцільно звести до штучного, сконцентрованого за географічною ознакою об'єднання незалежних учасників партнерства навколо ядра – «джерела ресурсів». Незалежними учасниками партнерства є підприємства або їх взаємопов'язані комплекси, що ведуть спільну роботу або обслуговують окремі сегменти галузі та пов'язані з ними організації та установи;

2) більшість існуючих на сьогодні кластерів сфери туризму та рекреації є тематичними, що пов'язане із специфікою ядра кластеру тобто наявними туристсько-рекреаційними ресурсами, що можуть використовуватися для задоволення лише окремих (а не всіх) потреб населення у відпочинку та оздоровленні. Так, можна виділити значну кількість прикладів успішного тематичного кластерного розвитку сфери туризму та рекреації, серед яких Ватикан, м. Рим (кластер релігійного туризму), м. Єрусалим, Ізраїль (кластер релігійного туризму), м. Анталія, Туреччина (кластер культурно-пізнавального туризму), штат Квінсленд, Австралія (кластер тропічного туризму) та ін.;

3) чинником, що забезпечує успіх кластерів сфери рекреації та туризму є специфічна властивість кластерів щодо сприяння системному розвитку або синергетичній взаємодії всіх учасників окресленого штучного утворення, (які на

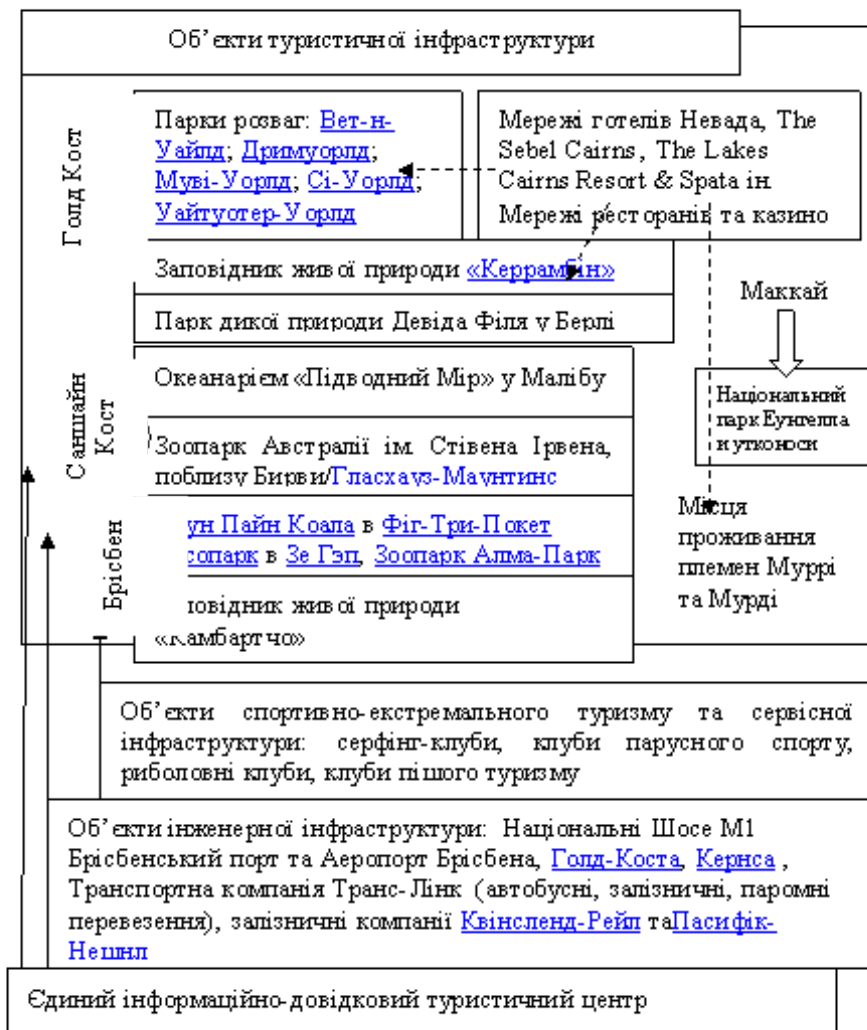
основі взаємозв'язку здатні забезпечити високу ефективність функціонування). Учасником таких відносин є і держава, у особі органів місцевого самоврядування, співпраця з якою здійснюється на умовах державно-приватного партнерства.

Отримані результати можуть бути використані для розробки ефективної моделі кластерного розвитку вітчизняних підприємств сфери рекреації та туризму.

Орган корпоративного управління кластером – рада підприємців штату, що збирається на щомісячні онлайн конференції

Ядро - природно-кліматичні та історично-культурні ресурси Квінсленду :
 1) водні ресурси (бале [Карлсмарк](#), Коралове море, Тиллі океан);
 2) жваві місця природного походження (Самуайл-Кост, Голд-Кост, Великий Водороздільний хребет, острови Утсанд, Фрейзер та Хінчінбрук, розщипана Карнарвон);
 3) лісові ресурси (тропічні ліси);
 4) наявність п'яти кліматичних зон, що різняться за температурою та вологістю

Місцеві органи управління у районах



Механізм співпраці на умовах ДПП, що передбачає використання концесійних угод (з правом звільнення від концесійної платні або її зменшення) при оренді землі під бізнес у регіонах пріоритетних для розвитку туризму

На території встановлені найнижчі у державі ставки податків, які можуть бути додатково зменшені для жертвodawців (за пожертвами на освіту, науку, культуру)



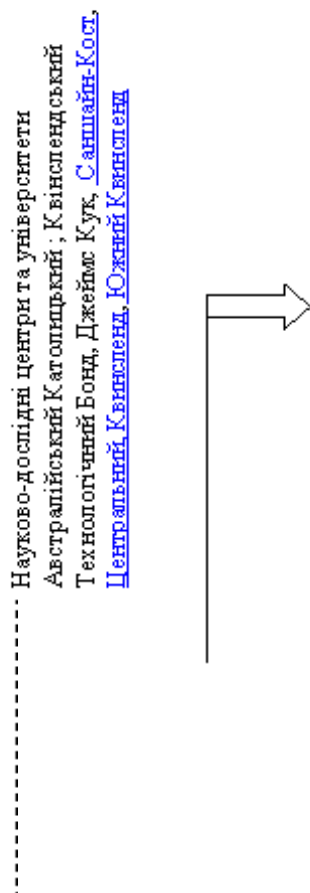


Рис. 3 Структурна модель кластеру Квінсленд (розроблено на основі [11-12])

Примітка.

* структурна будова кластеру: 22,6% - торгові установи; 11,8% - кафе та ресторани; 17,2% індустрія розваг; 5,8% - туристичні агентства; 5,1% - підприємства інженерної інфраструктури (за виключенням тих, що займаються повітряними та водними перевезеннями); 5,1% – водні і авіакомпанії; 5,8% парки розваг; 21,1% - об'єкти спортивно-екстремального туризму; 5,5% - науково дослідні центри.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адамова К.З. Тематические туристские кластеры / К.З. Адамова // Новый век: история глазами молодых [Сб. науч. тр. аспирантов и студентов ИИиМО]. – Саратов: Изд-во Саратовского университета. – 2008. – Вып.7 – С.215-218.
2. Бакушевич І. Досвід та перспективи впровадження інноваційних кластерів в розвиток економіки знань транскордонних регіонів України та Польщі [Електронний ресурс] / І.В. Бакушевич // Офіційна Інтернет - сторінка Жешувського університету (Республіка Польща). - Режим доступу: http://www.univ.rzeszow.pl/nauka/konferencje/rl_most/ukr/22-Bakuszewicz-szablon-UKR.pdf
3. Бондаренко В. Малые предприятия в системе кластеров [Электронный ресурс] / Бондаренко В. // Материалы Московского центра развития предпринимательства. - Режим доступа: http://www.innovbusiness.ru/content/document_r_C5FF1701-B356-4C66-BB3C-39964FC5B027.html
4. Броншпак Г.К. Модель Леонтьева в микроэкономике стратегия управления деятельностью кластера молочного профиля [монография] / Г.К. Броншпак, С.И. Чернышов. – Харьков: АО «Научно-технологический институт транскрипции, трансляции и репликации», 2009. – 323 с.
5. Гриценко С.І. Трансграничное сотрудничество и развитие кластеров в реализации региональной инновационной политики [Электронный ресурс] / Гриценко С.І. // Материалы Донецкого национального университета. – Режим доступа: http://www.nbu.gov.ua/PORTAL/soc_gum/pips/2011_1/tom1/188.pdf
6. Демінська Ю.В. Кластери як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств і регіонів / Ю.В. Демінська, Т.Б. Надтока // Економіка і маркетинг в умовах всевітньої інтеграції: проблеми, досвід, передова думка. – Донецьк, ДонНТУ. — 2011. - С. 65-68.
7. Кальченко О.М. Кластеризація в туристичній галузі [Електронний ресурс] / О.М. Кальченко. Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vcndtu/2009_39/22.htm
8. Кластер [Электронный ресурс] // Материалы Википедии. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/кластер>
9. Мингалева Ж. Кластеры и формирование структуры региона / Ж. Мингалева, С. Ткачева // Мировая экономика и международные отношения. – 2000. – Вып. № 5. - С. 97-102.
10. Хмара М.П. Розвиток високотехнологічних кластерів, як закономірність світового господарства [Електронний ресурс] / М.П. Хмара // Проблеми матеріальної культури. – № 147 – С. 111-113. (Серія «Економічні науки»). - Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/knp/147/knp147_111-113.pdf
11. Skinner A.M. Tourism Clustering as a model of region development / A.M. Skinner // Economic. - Mid-Sweden university. - 2011. – 284 p.

12. Nordin Sara. Tourism Clustering & Innovation / Sara Nordin. – Parts of Economic Growth & Development – Mid-Sweden University – 2003. - 90 p.

[Маслиган Олена Олександрівна](#), к.е.н., доц. кафедри туризму Мукачівського державного університету
Дичка Марина Василівна, асистент кафедри туризму Мукачівського державного університету