

2. J. Williard Marriott and Robert G. Cross, Room at the Revenue Inn - maximizing revenue - includes related article on Revenue Management, The Chief Executive, FindArticles.com, 2000
3. Arthur Andersen: Yield Management in small and medium-sized enterprises in the tourism industry, General Report, 1997, European Communities
4. Unternehmen und Märkte in Handelsblatt, 12 April 1992, p. 13.
5. Robert L. Phillips: Pricing and Revenue optimization, 2005, Stanford University Press, Stanford, California

УДК 338.48

Андрусак Н.С.

РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНІ КЛАСТЕРИ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ МІЖРЕГІОНАЛЬНОЇ ТА МІЖНАРОДНОЇ СПІВПРАЦІ

У статті показано важливість та своєчасність створення рекреаційно-туристичних кластерів, які б у подальшому залучалися до транскордонного співробітництва. Подана загальна характеристика тенденцій розвитку національних та транскордонних рекреаційно-туристичних кластерів, як ефективного інструменту міжнародної співпраці.

Ключові слова: туристсько-рекреаційні кластери, структура туристичного кластеру, транскордонне співробітництво.

В статье показано актуальность и своевременность создания рекреационно-туристических кластеров, которые в дальнейшем привлекались бы к трансграничному сотрудничеству. Представлена общая характеристика тенденций развития национальных и трансграничных рекреационно-туристических кластеров, как эффективного инструмента международного сотрудничества.

Ключевые слова: туристско-рекреационные кластеры, структура туристического кластера, трансграничное сотрудничество.

The article shows the importance and timeliness of a recreational and tourist clusters, which would be further involved in cross-border cooperation. Provide the general characteristics of this trend development of national and cross-border tourism and recreation clusters, as an effective instrument of international cooperation.

Keywords: tourism and recreation clusters, the cluster structure of tourism, cross-border cooperation.

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах глобальних інтеграційних процесів конкуренція, яка тепер існує у більш реальній формі між підприємствами різних країн, вимагає застосовувати ефективні інноваційні шляхи для визначення позицій розвитку транскордонних територій. Парламентські слухання «Про інтенсифікацію співробітництва з Європейським Союзом у рамках єврорегіонів та перспективи транскордонної співпраці» визначили основні проблеми транскордонного співробітництва і створили основу для прийняття подальших рішень щодо перспектив їх розвитку. Транскордонне співробітництво в Україні розглядають у двох напрямках: як інструмент розвитку прикордонних територій; як чинник реалізації індусценко і в інших процесів. Відомо, що впровадження Національної стратегії формування та розвитку транскордонних кластерів є доцільним та ефективним інструментом

трансграничного співробітництва. Створення кластерів і кластерів мають спільну базу реалізації, їх основою є загальний територіально-фінансово-економічний принцип.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття «кластер» – це не абсолютно новий феномен. У Великобританії ще в кінці XIX ст. відомий економіст Альфред Маршал здійснив ідентифікацію та оцінив важливість текстильного кластеру в районі Манчестера і кластеру металообробки – в Шеффільді. У середині XX ст. значний внесок у подальший розвиток кластеризації внесли італійські дослідники і практики. Останнім часом цікавість до процесу кластеризації зростає у зв'язку з трансформацією національної та світової економіки. Вперше у національних фахових публікаціях поняття туристичних кластерів обґрунтував С.І. Соколенко [4, 5], Д.М. Стеченко та К.А. Андрущенко [1]. Дедалі більше українських дослідників використовують загальні особливості кластеризації у наукових публікаціях – Черторижський В.М. [6], Захарченко В.І. [3], Бровкова К. В. [2] та ін.

Формулювання цілей статті. Метою даної статті є характеристика загальних тенденцій розвитку національних та трансграничних рекреаційно-туристичних кластерів, як ефективного інструменту міжнародної співпраці.

Виклад основного матеріалу. Кластер – це галузево-територіальне добровільне об'єднання підприємств і підприємців із науковими установами й органами місцевої влади для підвищення конкурентоспроможності власної продукції та економічного зростання регіону. Світова практика свідчить про високу економічну результативність діяльності значної кількості різноманітних кластерів, підтверджуючи їхні конкурентні переваги порівняно із традиційними формами організації бізнесу. Тому, очевидним є запровадження туристичних кластерів у регіонах України. Залежно від мети створення кластери можуть мати внутрішню орієнтацію (наприклад, спрямовані на активізацію підприємницької діяльності в галузі чи регіоні, вирішення проблем зайнятості) або експортоорієнтовану спрямованість. Саме до таких і належать рекреаційно-туристичні кластери.

Рекреаційно-туристичні кластери є об'єднаннями туристичних і споріднених підприємств, які зазвичай взаємодіють із науковими та освітніми установами, органами місцевої влади для підвищення конкурентоспроможності туристичних послуг на зовнішніх ринках. У межах туристичних кластерів можливим є таке поєднання різних підприємств, які в одних ситуаціях конкурують між собою, а в інших – співпрацюють для вироблення певних спільних рішень, розроблення спільних ініціатив, хоча це здебільшого залежить від структури кластеру [6]. Основними детермінантами формування рекреаційно-туристичних кластерів є наступні: близькість до ринків, забезпечення спеціалістами у галузі туризму, доступність специфічних рекреаційно-туристичних

ресурсів, економія за рахунок масштабу виробництва туристичного продукту. Найбільш розвинуті кластери володіють конкретними характеристиками, які вважають стартовими для розвитку рекреаційно-туристичних кластерів.

1. *Наявність конкурентоспроможних підприємств.* Ключовою умовою для розвитку рекреаційно-туристичних кластерів є наявність конкурентоспроможних на ринку підприємств. У якості індикаторів конкурентоздатності розглядаються наступні позиції: високий рівень виробництва компанії та секторів, які формують кластер; високий рівень експорту продукції та послуг; високі економічні показники діяльності компаній.
2. *Наявність у регіоні конкурентних переваг для розвитку рекреаційно-туристичного кластеру.* Сприятливе географічне положення, доступність рекреаційно-туристичних ресурсів, наявність спеціалізовано освічених людських ресурсів, спеціалізовані навчальні заклади та освітні програми з туризму. В якості індикаторів конкурентних переваг території можуть розглядатися наступні: високий рівень залучення інвестицій на рівні підприємств та секторів, які входять до кластеру.
3. *Географічна концентрація та близькість.* Ключові учасники, які знаходяться у географічній близькості один до одного володіють можливостями до активної взаємодії. Географічний масштаб може варіювати від типу та особливостей кластеру та охоплювати один або кілька регіонів країни.
4. *Склад учасників.* Кластер може складатися з учасників, які пропонують кінцевий туристичний продукт, який експортують за межі регіону. Важливою умовою функціонування рекреаційно-туристичного кластеру є наявність групи спеціалізованих навчальних закладів, які випускають кваліфікованих фахівців у галузі туризму та рекреації.
5. *Наявність зв'язків та взаємодії між учасниками кластеру.* Одним із ключових факторів успіху для розвитку кластерів є наявність робочих зв'язків та координації зусиль між учасниками кластеру. Ці зв'язки можуть мати різну природу включаючи формалізовані зв'язки між учасниками та партнерські зв'язки між організаціями кластеру та ВНЗ регіону.

Разом із такою особливою ознакою кластера, як територіальна локалізація підприємств, залучених в індустрію туризму, розроблені додаткові ознаки, наявність яких свідчить про існування кластера туризму на визначеній території:

- Присутність на території туристських організацій, що реалізують конкуренто-спроможні турпродукти створюючи основу для розвитку суміжних з туризмом галузей, залучення місцевого населення в туристську діяльність.

- Існування стійких економічних зв'язків між організаціями орієнтованими на задоволення суспільних потреб у рекреації.
- Наявність державних і некомерційних інститутів підтримки туристської діяльності в регіоні;
- Наявність унікальних туристичних ресурсів, що дозволяє створювати потужні туристські бренди з меншими витратами;
- Здатність турфірм території залучати туристів, що відрізняються високою вимогливістю до якості і складу туристських послуг.
- Існування на території необхідної інфраструктури.

Запропоновані ознаки дозволяють визначити наявність або відсутність туристського кластера на досліджуваній території. Однак, слід доповнити даний список дуже важливим положенням – наявність стійкого споживчого попиту на туристичний продукт. Організація та діяльність кластеру у сфері туризму і рекреації є надзвичайно актуальною, адже кластер може бути одним з основних елементів організаційно-економічного механізму регулювання діяльності територіальних рекреаційних систем та мати великий вплив на підвищення ефективності управління туристичною і курортно-рекреаційною сферою. Саме кластер може найкращим чином сприяти об'єднанню однорідних туристичних підприємств та супутніх фірм і організацій, що виробляють і реалізують рекреаційно-туристичні послуги та створити гідну конкуренцію подібним туристичним продуктам на міжнародному ринку. Концентрація зусиль на створенні різноманітних туристичних продуктів здатна зацікавити туриста (внутрішнього або іноземного). Під час подорожі турист використовує різні послуги – загальні, специфічні туристські та супутні. Але, насамперед, він потребує послуг для задоволення власних потреб – житло, харчування, транспорт, дозвілля. Саме тому основними із елементів кластера є постачальники спеціалізованих туристських послуг. Складові даного елемента відображають особливість туристського споживання і при цьому викликають похідний мультиплікативний ефект: необхідність для туриста в місцях споживання туристського продукту наявності – транспортних послуг, житла, харчування, системи гостинності в цілому, створення необхідних умов для лікування, розваг, освіти, задоволення потреби в нових враженнях. Міжгалузева природа туризму передбачає присутність в мережі постачальників колективних засобів розміщення, підприємств громадського харчування, центрів дозвілля, місць відпочинку туристів, ділових центрів, лікувально – оздоровчих установ та інших послуг. При цьому, якість надання послуг повинна відповідати вимогам ринку. Основа туристського продукту – послуги постачальників, і без даних підприємств існування кластера неможливо. Суть діяльності підтримуючих (обслуговуючих) туризм галузей полягає в наданні туристам супутніх послуг. До них відносяться фінансові та медичні послуги, місцева роздрібна торгівля, включаючи продаж сувенірів і туристського спорядження, інженерна (побутова) інфраструктура,

забезпечення безпеки і т. д. Дані підприємства і організації функціонують на ринку товарів і послуг незалежно від туризму, але їх залучення до складу кластера створить більш привабливі умови для розвитку та збільшення обсягів обороту. Основний туристський продукт може бути реалізований і без участі місцевих організацій, але це спричинить збільшення витрат і зниження задоволеності туристів. Сталий розвиток обслуговуючих галузей та їх активна взаємодія з туристськими організаціями – це запорука успішного функціонування всього кластера.

Кластер функціонує тільки в певному середовищі, а саме в сприятливих умовах (політичних, соціо-культурних, економічних, природних), які являють собою сукупність зовнішніх факторів, що забезпечують конкурентоспроможність туристських послуг. Сприятливі умови – це комплексне поняття і включає такі елементи, як ресурси (природні, людські), науково-дослідний потенціал, інвестиційний клімат, що проводиться на території політика влади, характер конкуренції, унікальність виробленої продукції і послуг, потреби місцевих споживачів, кваліфікація постачальників, наявність пов'язаних галузей. При формуванні туристського кластера необхідно ідентифікувати його географічні межі і враховувати кліматичні чинники, які відносяться до природних умов. Географічні межі багато в чому створюють транспортні комунікації (стан автомобільних доріг, розвиток малої авіації, водного транспорту), які з'єднують між собою основні центри тяжіння туристів. Географічні межі кластера залежать і від специфіки туристських ресурсів, історичних особливостей розвитку території, включаючи кліматичні умови і рельєф місцевості. З урахуванням зарубіжного та вітчизняного досвіду визначена типова структура туристичного кластеру (рис.1).

Виділяється чотири основних сектори: сектор виробництва туристичних послуг, сервісний сектор, допоміжний сектор та сектор забезпечення життєдіяльності туристичного кластеру. Основними перевагами кластерної моделі організації туристичної діяльності національних підприємств є: використання ефекту масштабу (коли економічна ефективність спільної діяльності об'єднаних у туристичний кластер підприємств є вищою порівняно з відокремленою діяльністю, коли отримується можливість формувати необхідну «критичну масу» для вирішення різноманітних організаційно-управлінських питань), розширення доступу до інновацій (досягається за рахунок зустрічних міжорганізаційних потоків ідей та інформації), формування локального галузевого ринку праці (дозволяє здійснювати обмін співробітниками, їх стажування, підвищення кваліфікації), зменшення собівартості послуг за рахунок спільного використання туристичних ресурсів та туристичної інфраструктури, розширення кола конкуруючих між собою постачальників та споживачів туристичних послуг, розвитку кооперування, договірної спеціалізації. Світовий досвід створення кластерів у різних галузях економіки ефективно впроваджується на території України. Відомо

близько 50 національних кластерів, деякі з них, що стосуються галузі рекреації та туризму наведені нижче.

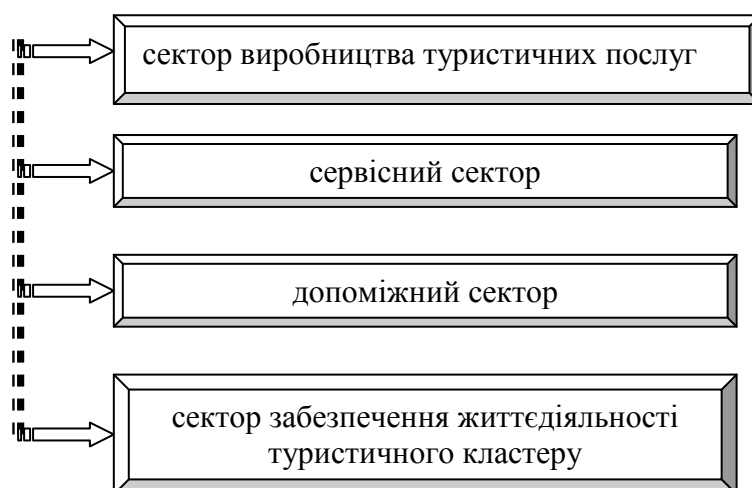


Рис. 1. Типова структура рекреаційно-туристичного кластеру

Харківська область. У 2008 р. на базі Харківського національного економічного університету (кафедра туризму), ВАТ «Харківський регіональний фонд підтримки підприємництва», Белгородського державного університету (кафедра туризму) та Белгородського обласного фонду підтримки малого підприємництва було створено транскордонний туристичний кластер. Діяльність кластеру поширюється на Золочівський та Гайворонський райони України та Російської Федерації. Основною метою транскордонного туристичного кластеру є відродження маршрутів сільського туризму та історичних пам'яток культури. Крім того 24 квітня 2009 року м. Харкові було проведено робочий стіл з питань створення фінансового кластеру.

Одеська область. Проведені численні дослідження свідчать, що Одеський регіон володіє природно-кліматичними, соціально-економічними, культурно-історичними туристськими ресурсами. На їх основі можна створити унікальну туристську індустрію, що відповідає сучасним вимогам, сформувати конкурентоспроможні туристські продукти і успішно розвивати внутрішній туризм. Місцеві науковці вважають, що розпочата робота по створенню регіонального туристичного кластеру є достатньо ефективною і позитивно впливає на розвиток туризму в регіоні. За основу створення туристично-рекреаційного кластеру в регіоні взято наступні туристично-рекреаційні чинники: природно- кліматичні умови; вигідне розташування; розвинена транспортна система; історичні пам'ятки зі світовим ім'ям (Оперний театр, Потьомкінські сходи); наявність сильних міських брендів; стійкі стереотипи про рекреаційні значущості міста для країн СНД; імідж торгового міста, укріплений популярністю найбільшого в Україні ринку «7й кілометр»; активне міжнародне співробітництво; активне просування сучасних розважальних брендів

(центр розваг « Аркадія»); унікальні події (День Гумору, Міжнародний джазовий фестиваль , Одеський кінофестиваль).

Львівська область. У Львівській області опрацьовується питання утворення та діяльності транскордонного туристичного кластеру. Так, спільна стратегія розвитку українсько-польського транскордонного регіону (Волинська, Львівська, Закарпатська області та Люблінське і Підкарпатське воєводства) на період до 2015 р., яка була розроблена протягом 2007-2008 рр. у рамках проекту «Новий рівень добросусідських відносин – розвиток польсько-української стратегії транскордонної співпраці» (програма INTERREG IIIA/TACIS CBC 2004-2006), передбачає одним із своїх основних пріоритетів розвиток туристично-рекреаційної сфери. У зв'язку з цим важливими завданнями є: ідентифікація і розвиток українсько-польського прикордоння як єдиного туристичного регіону; розвиток інтегрованої системи маркетингу і популяризації польсько-українського транскордонного регіону в Україні, Польщі та інших країнах; підготовка висококваліфікованих спеціалістів для обслуговування туристичного руху та менеджерів з транскордонного туризму; створення потужної та інституційної інфраструктури розвитку туризму у польсько-українському прикордонні. Новий транскордонний туристичний кластер володіє значними перспективами для успішного розвитку.

Хмельницька область. Кластерна модель управління регіональною економікою, суть якої полягає в кооперації та об'єднанні зусиль споріднених підприємств, фінансових, дослідницьких, навчальних, торгових структур та державних установ для спільного виробництва продукції, яка відповідає світовим стандартам, вперше на Україні була запроваджена в Хмельницькій області. У 1998 р. Хмельницькою обласною громадською організацією Асоціацією «Поділля Перший» було розроблено програму застосування концепції кластерів з метою відродження вітчизняного виробництва у швейній та харчовій галузях промисловості, виробництві будівельних матеріалів та будівництві, переробці сільськогосподарської продукції, туристичній галузі.

У листопаді 2001 р. в м. Києві відбувся міжнародний економічний форум на тему «Світовий та вітчизняний досвіди запровадження нових виробничих систем (кластерів) для забезпечення економічного розвитку територій», організований Спілкою економістів України та Асоціацією «Поділля Перший». У січні 2003 р. у м. Луцьку проведено економічний самміт під назвою «Нові виробничі системи і розвиток економіки України». У 2000-2001 рр. було створено та офіційно зареєстровано громадські об'єднання «Будівельний кластер» та «Швейний кластер», а також «Туристичний кластер «Кам'янець». У 2002-2003 рр. було створено туристичний кластер «Кам'янецький дивокрай» у Кам'янець-Подільському районі та кластер сільського «зеленого» туризму в Шепетівському районі, у 2006 р. – створено громадську організацію «Екокласт «Зелені Товтри» у Кам'янець-Подільському районі. У квітні 2008 року в м. Хмельницькому

відбувся VII-й Економічний форум Подільського регіону «Управління соціально-економічними системами в контексті реалізації кластерної концепції регіонального розвитку», участь в якому взяли делегації з багатьох областей України, а також з Білорусі, Росії та Австрії. Туристичний кластер «Кам'янець» у м. Кам'янці-Подільському об'єднав туристичні фірми, готелі, ресторани, юридичні фірми, музеї, заповідники. Члени кластеру працюють над спільними проектами реконструкції та будівництва готелів, закладів харчування, розробкою нових туристичних маршрутів, розвитком сувенірної промисловості, беруть активну участь у створенні «Золотого кільця» туристичних маршрутів Західного регіону України, що об'єднує цікаві історичні і архітектурні пам'ятки в містах Львові, Івано-Франківську, Ужгороді, Чернівцях та, звичайно, Кам'янець-Подільському.

Чернівецька область. Було започатковано функціонування мегакластерної структури «Мережа регіонів-переможців Всеукраїнського конкурсу «Сім чудес України», яка має статус громадської організації. До складу цієї мережі входять: національний історико-архітектурний заповідник «Кам'янець» (Хмельницька область, м. Кам'янець-Подільський); національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник (м. Київ); національний заповідник «Софія Київська» (м. Київ); національний дендрологічний парк «Софіївка» (Черкаська область, м. Умань); національний заповідник «Херсонес Таврійський» (м. Севастополь); національний заповідник «Хортиця» (Запорізька область, о. Хортиця); державний історико-архітектурний заповідник «Хотинська фортеця» (Чернівецька область, м. Хотин). Метою функціонування цієї мегакластерної структури є реалізація спільних комунікативних, інформативних, культурних, екскурсійних, туристичних заходів, у тому числі шляхом створення належної інфраструктури. Нині проект знаходиться на стадії становлення мегакластерної структури (розроблення логотипу, брендування проекту, видання проспектів, буклетів, флаєрів, символіки, створення веб-сторінки, проведення прес-туру за маршрутом «Діамантове намисто України», тренінгів, семінарів та конференцій та інших заходів. Наступним етапом є розробка та ліцензування екскурсійних турів (VIP, стандарт+, молодіжний тощо), реалізація пілотного проекту в Державному історико-архітектурному заповіднику «Хотинська фортеця».

Висновок. Кластерна модель організації виробництва та просування на ринку товарів і послуг сприяє вирішенню ряду економічних проблем регіону, диверсифікації виробництва продукції та послуг, підвищенню їх конкурентоспроможності. Важливою складовою економічної системи регіону є успішне функціонування територіально-рекреаційної системи та формування на її основі рекреаційно-туристичного кластеру, що дає змогу ефективно використовувати природні та антропогенні рекреаційні ресурси, історичну та культурну спадщину і значно посилити вплив сфери рекреації і туризму на економічний розвиток регіону.

Використані джерела:

1. Андрющенко К.А. Наукові аспекти створення екотуристичних кластерів на Черкащині / К.А. Андрющенко, Д.М. Стеченко // Вісник ДІТБ. – Донецьк, 2004. – № 8. – С. 69-71.
2. Бровкова К. В. Проблеми формування туристичного кластеру Одеського регіону / К.В. Бровкова // Сталій розвиток економіки. – № 1. – С. С.104-111.
3. Захарченко В. И. Кластерная форма территориально-производственной организации / Захарченко В И., Осипов В. Н. – Одесса : "Фаворит" – "Печатный дом", 2010. – 234с.
4. Соколенко С.И. Перспективы развития кластеров туризма в Украине / С.И. Соколенко // Бизнес-партнер. – Севастополь, 2004. – № 3 (67). – С. 13.
5. Соколенко С.И. Производственные системы глобализации: сети, альянсы, партнерства, кластеры. Украинский контекст. / С.И. Соколенко – К.: Вид-во "Логос", 2002. – 647 с.
6. Соколы И.И. Туристический кластер в Одесском регионе //И.И. Соколы, Е.Г. Бровкова, Е.В Бровкова/ Электронный ресурс [режим доступа] <http://hotelodessa.info/turizm-v-Ukraine/turisticheskij-klaster-v-odesskom-regione.html>.
7. Черторижський В.М. Кластерна модель організації туристичної діяльності – чинник виходу та закріплення туристичних фірм на зовнішніх ринках /В.М. Черторижський // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19. – С. 75-81.

УДК 379.8 : 001.89

Гаврилюк А.М.

ТУРИСТИЧНІ АРТЕФАКТИ СУЧАСНОСТІ – ІННОВАЦІЙНІ ОБ'ЄКТИ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО БРЕНДИНГУ

Стаття присвячена оприлюдненню результатів пошуково-дослідницької роботи, проведеної в рамках викладання дисципліни «Інноваційні технології в туризмі». До наукового обігу введено поняття «туристичні артефакти сучасності»; проведена їх класифікація та виокремлено основні критерії артефактності: унікальність, сучасність, нестандартність, рукотворність, експериментальність, символізм, інноваційність. Доведено, що нині туристичні артефакти сучасності є маркерами привабливості території та можуть вважатися об'єктами територіального брендингу вітчизняних туристичних дестинацій.

Ключові слова: артефакт, інновація, туристичні артефакти сучасності, територіальний брендинг.

Статья посвящена обнародованию результатов поисково-исследовательской работы, проведенной в рамках преподавания дисциплины «Инновационные технологии в туризме». В научную терминологию введено понятие «туристические артефакты современности»; проведена их классификация и выделены основные критерии артефактности: уникальность, современность, нестандартность, рукотворность, экспериментальность, символизм, инновационность. Доказано, что в настоящее время туристические артефакты современности являются маркерами привлекательности территории и могут быть объектами территориального брендинга отечественных туристических дестинаций.

Ключевые слова: артефакт, инновация, туристические артефакты современности; территориальный брендинг.

This article is devoted to making public the results of research work which was hold within the framework of teaching the class «Innovative technologies in tourism». In scientific terminology the conception «modern tourism artifacts» was introduced; classification and basic criteria of artifact were also defined: uniqueness, modernity, originality, man-made, experimentalism, symbolism and innovativeness. It is proved that at the present time the