

Кластерні ініціативи активізації зеленого туризму

Територію (її ресурсний потенціал, рівень господарського засвоєння, екологічного стану тощо) необхідно розглядати як об'єкт географічного дослідження і як основу для формування економічних процесів, ринкових зв'язків та вибору напрямку розвитку цих процесів. В зв'язку з цим, необхідно розглядати регіони з точки зору міжнародної конкурентоздатності, при цьому велику роль може відіграти кластерний аналіз.

Кластери – продукти дії ринкової економіки з особливою роллю людського фактору, орієнтацією на кінцевого споживача. В ринковій економіці чітко проявляються економічні цикли, тому необхідно розглядати передумови розвитку регіонів і формування в них просторово тимчасових відтворювальних кластерів, зокрема туристично-рекреаційних, включаючи рекреаційно- екологічні, рекреаційно-оздоровчі, рекреаційно-спортивні, рекреаційно-культурні та інші.

Під поняттям «туристично-рекреаційний кластер» слід розуміти географічно сконцентровану групу взаємопов'язаних компаній і організацій рекреаційної і туристичної індустрії в конкретному рекреаційному (туристичному) районі країни, конкуруючих, але при цьому ведучих спільну діяльність.

Світовий досвід показує, що в умовах ринку кластери – найбільш ефективні та гнучкі структури. В їх основі лежить два принципи – кооперація та конкуренція. Головний тезис М. Портера полягає в тому, що перспективні конкурентні переваги створюються не ззовні, а на внутрішніх ринках. На ранньому етапі, рахує М. Портер що головна задача уряду – покращення інфраструктури і ліквідація несприятливих умов, потім його роль повинна концентруватись на ліквідації обмежень в розвитку інновацій. Критерієм для виділення базової галузі кластера є її здатність виробляти продукцію, конкурентно здатну на світовому ринку. Створення конкурентоздатного рекреаційного туристичного кластера приводить до створення і просування бренду рекреаційно-туристичного району.

Традиційно під кластером розуміють тимчасову взаємодію підприємств, просторово супідрядних і конкуруючих на одному ринку. Чим відрізняється туристичний кластер від кластерів інших видів? Головна відмінність туристичного кластера від загальновідомих інших (виробничих, агропромислових, сервісних і т.д.) - в його маршрутній територіальній організації. Туристичний маршрут та відповідний йому туристичний потік зв'язує об'єкти, перетворюючи їх із конкуруючих у взаємодіючі елементи системи. Завдячуючи туристичному потоку формується кластер.

Домінантою туристичного кластеру може бути як об'єкт інфраструктури (засоби розміщення), так і об'єкт туристичного інтересу (гірськолижний комплекс), але в будь-якому випадку, головна умова розвитку туристичного кластеру – це наявність або поява маршрутів і туристичних потоків. Яскравими прикладами виникаючих туристичних кластерів є активізація туризму на території в зв'язку з культурною подією, яка викликає подійні туристичні потоки. Кластерний підхід стосовно до розвитку сільського (зеленого) туризму полягає в наступному:

1. Необхідно визначити основні конкурентні туристичні переваги регіону і визначити території, де виділені переваги проявляються найбільш яскраво.
2. На наступному етапі в кожному протокластері необхідно виділити доміную, об'єкт якої здатний своєю повагою та розвитком структурувати простір навколо себе. В такому випадку на основі туристичних районів складаються або можуть скластися в перспективі територіальні поєднання підприємств – туристичні кластери.

Роль кластерів в інноваційному розвитку підприємств і регіонів чітко визначена в документах Європейського Союзу. Однією з важливих ініціатив Європейської комісії є утворення «територій знань і інновацій» в якості елементів інноваційної стратегії. Ця ідея спирається на концепцію «навчальних територій». Згідно цієї концепції, ті фактори інноваційності і конкурентоздатності підприємств, які дають можливість ефективно функціонувати на світових ринках – інновації, підприємництво, стратегія і т.д. - виникають в умовах територіального розвитку. Однак, для того щоб підприємці могли використовувати нові ідеї, мати швидкий доступ до знань інновацій, необхідно функціонування науково-дослідного кластеру. В даному аспекті важливо, щоб останній являв собою сукупність наукових закладів, підприємств, регіональних органів влади, а також центрів сприяння інноваційності і підприємництва, які спільно працюють для забезпечення належного соціально-економічного розвитку регіону.

Дійсно, слід відмітити, що процес формування туристичного кластеру розпочинається з появою ініціативи різних регіональних суб'єктів.

Зацікавленість регіональних органів влади по відношенню до територіально-галузових кластерів проявляється в розширенні поля зайнятості населення і податкових надходжень, комплексному рішенні науково-технічних проблем територіальних утворень, активізації інвестиційних та інноваційних процесів. Якраз інновації забезпечують ріст конкурентоздатності продукції, яка виробляється в рамках кластерів, збільшуючи їх прибуток а з іншої – підвищують економічний потенціал і конкурентоздатність регіону в цілому. В той же час, ринкові структури, які входять в кластер, зацікавлені у формуванні відповідної нормативно-правової бази, створенні і розвитку інститутів інфраструктури, яка сприяє успішному функціонуванню асоційованих форм підприємництва.

Мета створення туристичного кластера – підвищити конкурентоздатність території на туристичному ринку за рахунок синергетичного ефекту, в тому числі, підвищення ефективності роботи підприємств і організацій, які входять в кластер, стимулювання інновацій, стимулювання розвитку нових напрямків.

Центральним поняттям кластера є туристичні ресурси, їм належить вирішальна роль в розвитку сільського (зеленого) туризму, тому що вони в більшій степені є основним мотивом і причиною участі людей в туристичних поїздках. Туристичні ресурси – це природні, історичні, соціально-культурні об'єкти туристичної демонстрації, а також інші об'єкти які здатні задовольнити духовні потреби туристів, сприяти відновленню і розвитку їх фізичних сил.

Сутність туристичних ресурсів полягає в тому, що вони є основою для формування туристичного продукту і, відповідно, планування і розвитку туризму. Визначення видів, специфіки ресурсів визначає попит на туристичні продукти і опосередковано – на формування і підтримання всієї туристичної інфраструктури. Ідентифікація туристичних ресурсів дає можливість для визначення необхідних елементів кластера. Унікальність туристичних ресурсів, місцеві традиції і культура відпочинку впливають на вибір специфіки туристичного кластера, процес його формування і визначення основних туристичних продуктів.

Таким чином, розвиток сучасної економіки в умовах глобалізації стимулює появу все нових форм кооперацій та інтеграції, як в середині національних рубежів, так і за їх межами. Пошук адекватних способів організації виробництва і економічної взаємодії націлений на оптимізацію використання матеріальних і нематеріальних ресурсів, підвищення ефективності виробництва та ріст конкурентоздатності на внутрішніх та зовнішніх ринках. До активних форм економічної організації і соціальної взаємодії відноситься туристичні кластери. Туристичні кластери формуються на базі туристичних активів в регіоні і складаються з підприємств різноманітних секторів, пов'язаних з обслуговуванням туристів, наприклад, туристичних операторів, готелів, сектору громадського харчування, виробників сувенірної продукції, транспортних підприємств.

Процес формування туристичного кластеру починається з появи ініціатив різних суб'єктів – представників державних управлінських структур, бізнес-структур, місцевої громади. Він передбачає створення керуючої компанії, розробка стратегічного плану розвитку туризму на території, здійснення потокового управління, проведення моніторингу, подальшого саморозвитку на принципах самоуправління. Керуюча компанія – самостійна юридична особа, діяльність якої основана на принципах державно-приватного партнерства. В керуючій компанії повинні працювати представники різних учасників туристичного кластера – адміністрації, підприємницького та «третього» сектору.

В цілому, конкурентоздатним є туристично-рекреаційний кластер, який має такі інститути і управління, ресурсні, кваліфікаційні, виробничі можливості, фінансову і підтримуючу інфраструктуру, які дозволяють йому досягти тривалого конкурентного успіху на основі стійкої динаміки економічного росту та підвищення добробуту населення.

Список використаних джерел та літератури

1. Войнаренко М. П. Кластери в інституційній економіці: [монографія] / М. П. Войнаренко. – Хмельницький: ХНУ, ТОВ «Тріада-М», 2011. – 502 с.
2. Ємцев В.І. Формування територіальних кластерів – передумова розвитку конкурентоспроможності підприємств / В.І. Ємцев // Проблеми економіки. – 2012. – № 3. – С. 62–66.
3. Крюкова І.О. Стратегічні імперативи розвитку зеленого туризму в Південному регіоні України / І.О. Крюкова // Економічний форум. – 2020. - № 1. – С. 69-75.
4. Леонтєва Ю.Ю. Прикладні аспекти міжрегіональної кластеризації в туризмі / Ю.Ю. Леонтєва, Н.М. Влащенко Н.М. // Бізнес-інформ. – 2022. - № 9. – С. 177-183.