

УДК 338.48

Діана Цесьців

*викладач кафедри туризму,
Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського*

Володимир Худоба

*канд. геогр. наук, доцент,
доцент кафедри туризму,
Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського*

ТУРИСТИЧНИЙ КЛАСТЕР ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Вступ. Туристична галузь набуває щоразу більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери. Діяльність кластеру полягає у комплексному вирішенні проблем та виконанні завдань регіонального розвитку стосовно підвищення конкурентоспроможності економіки регіону, переходу на інноваційну модель розвитку, удосконалення інфраструктури та ін.

Метою є формування туристичного кластеру як інноваційний розвиток туристичної діяльності, спроможний задовольнити потреби іноземних та українських громадян у туристичних послугах.

Одна з перспективних форм геопросторової організації туристичної діяльності – формування інноваційних кластерів. Перевага і новизна кластерного підходу полягають у тому, що він надає високої значущості мікроекономічному складнику, а також територіальному і соціальному аспектам економічного розвитку [2, 4].

Термін «кластер» має багато значень. Кластери можуть представляти як невеликі, так і обмежені географічно середні мережі або великі, так звані мегакластери, що займають велику територію.

З англійської мови термін «cluster» перекладають як гроно, букет, щітка або група, скупчення, зосередження (наприклад, людей, предметів), а також бджолиний рій. Кластер – це також математичний

термін, що позначає фізично близьке розташування логічно пов'язаних об'єктів у межах однієї області [1].

Кластерна взаємодія має багато переваг, зокрема: зростання продуктивності праці, підвищена сприйнятливність до можливостей інновації та високої спеціалізації; розширений доступ до ринків збуту, спеціалізованих постачальників, послуг, кваліфікованої робочої сили, технологічних знань, підвищений рівень формування нових підприємств, більша гнучкість та ефект великого масштабу, спільна діяльність, колективна ефективність, синергетичний ефект.

Окремо слід розглядати поняття туристичного кластеру.

Туристичний кластер – це концентрація на певній території підприємств індустрії туризму, які взаємодіють між собою для створення туристичного продукту. Групи підприємств, що спільно використовують туристичні ресурси, інфраструктуру, ринок праці та взаємодоповнюють один одного [3].

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 [2, 4].

Визначальними умовами для формування туристичних кластерів є такі: близькість до ринків, доступність туристичних ресурсів, наявність висококваліфікованих фахівців у сфері туризму.

Для успішного розвитку туристичного кластеру необхідно, щоб до його складу входили конкурентоспроможні підприємства, регіон функціонування повинен мати особливі туристичні переваги, є необхідною географічна концентрація та близькість, особливий склад учасників, а також зв'язки та взаємодія між учасниками кластеру.

Конкурентоспроможними вважають такі підприємства, що характеризуються високим рівнем виробництва та експорту продуктів та послуг, а також високими економічними показниками діяльності. Переваги регіону для формування туристичного кластеру полягають у вигідному географічному положенні, наявності кваліфікованих кадрів і, відповідно, навчальних закладів, що займаються їхньою підготовкою, високому рівні залучення інвестицій. Важливим складником кластерного підходу є кластерна ініціатива, основна мета якої – залучити організації, державу, дослідні інститути задля поліпшення результатів діяльності кластеру та зміцнення його конкурентоспроможності.

Таким чином, кластерний підхід розвитку туризму може значно підвищити економічну ефективність туризму на рівні регіону завдяки розвитку та удосконаленню туристичної інфраструктури, створенню туристичних продуктів та організації територій з урахуванням збереження довкілля, підвищення якості туристичних продуктів на регіональному та світовому ринку.

Результати. Туристичні кластери є сучасними формами геопросторової організації туристичних ресурсів, які дають змогу раціонально використовувати ресурси, удосконалювати підходи до керування підприємствами, отримувати ліпші результати діяльності тощо.

Ключові слова: туристичний кластер, геопросторова організація, туристична індустрія, розвиток гостинності.

Список використаних джерел

1. Різноманітність трактувань терміна «кластер» у працях вчених світу.– URL: http://www.rusnauka.com/14_APSN_2008/Economics/32066.doc.htm.
2. Спасів Н.Я. Кластер як імператив інвестиційної активності / Спасів Н. Я., Хопчан В. М., Хопчан М. І. // Ефективна економіка.– 2010.– № 11.– URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2010_11_32.
3. Туристичний кластер.– URL: https://wikivisually.com/lang-uk/wiki/Туристичний_кластер.
4. Формування інноваційних туристичних кластерів як конкурентної переваги розвитку регіону.– URL: http://tourlib.net/statti_ukr/myhajlichenko4.htm.