

**УДК 338.483.13:392.72**

**Оксана Кулик**

викладачка кафедри туризму

*Львівський державний університет фізичної культури*

*імені Івана Боберського,*

*м. Львів*

## **АНАЛІЗ КЛАСТЕРНОЇ МОДЕЛІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ**

На сьогоднішній день сфера індустрії гостинності є однією з найпривабливіших з економічної точки зору учасників ринку, в сфері товарів та послуг. Хоча в даний час, для сфери гостинності не найсприятливіший період зумовлений, як наслідками всесвітньої пандемії Covid -19, яка тривала понад два роки, та на даний час повномасштабною війною, початок якої датується 24 лютим 2022 року, тому постійну динаміку розвитку сфери гостинності спостерігати не доводиться, але всетаки, сфера гостинності хоть і вашко, але функціонує.

Важливо зазначити, що на сьогоднішній день у розвитку сучасних підприємств сфери гостинності відіграють кластери.

Кластер (англ. cluster) — група однакових або подібних елементів, тобто підприємств, зібраних разом або близько один до одного, які мають спільну ціль та мету. Саме термін кластер має різні значення в економіці і різне смислове навантаження в різних куточках Європи. Кластери варіюють від невеликих мереж малих, середніх підприємств у обмежених географічних зонах[1].

Варто зазначити, що кластерна модель не є новою в економічних дослідженнях. Відтак згадки про неї можна відстежити в наукових працях іноземних вчених, починаючи з кінця XIX століття. Англійський економіст А. Маршал у праці “Принципи економіки” (1890 р.) описав переваги агломерації за видами економічної діяльності з точки зору доступності кваліфікованої та спеціалізованої робочої сили. Видатний австрійський науковець Й.А. Шумпетер у праці

“Ділові цикли. Теоретичний, історичний та статистичний аналіз капіталістичного устрою” (1939 р.) визначив окремі індустріальні утворення як зони “роїння” наукового та виробничого потенціалів. Доповнив та розвинув концепцію кластерів відомий американський вчений М.Е. Портер у праці “Конкурентні переваги націй” (1990 р.). Так, на думку Портера, концентрація економічної активності в кластері мотивована конкурентними перевагами, що виражаються у визначенні нових шляхів конкуренції у галузі та більш швидкої комерціалізації інновацій. Відзначимо, що за сучасних умов сьогодення кластерну модель можна спостерігати в різних галузях ринкової економіки, зокрема в сфері гостинності[2].

Кластерна модель об’єднання підприємств є дуже важлива для розвитку саме підприємств сфери гостинності в кризовий період. Процес створення такого кластера та його розвитку є не простий та потребує багато часу, в деяких ситуаціях це можуть бути і кілька десятків років. Але існують кластери які утворюються на базі об’єднань малих чи середніх підприємств, інші - на основі одного “ключового” підприємства чи науково-дослідного центру. Ці “ключові” компанії є основним осередком до якого менші підприємства тієї ж чи суміжної галузей, постачальників і споживачів просто приєднуються. У свою чергу науково-дослідні центри, інститути та університети, як учасники кластера стають осередком розвитку наукової думки, передових досліджень і розвитку інновацій в певній галузі ринкової економіки, в нашому випадку в сфері гостинності. На даний час не існує єдиної моделі створення та організації кластера, специфіка кожної галузі та її особливості місця розташування різні, а всі умови які необхідні для його створення потребують постійного корегування. Сфера гостинності є важливою для забезпечення економічного зростання нашої країни загалом навіть в період кризових та форс-мажорних ситуацій. Аналізуючи думку експертів відзначимо процес постійного зростання його ролі у структурі глобальної економіки. Але в той же час сфера гостинності не є дослідженою та потребує проведення постійних аналізів, як праць вітчизняних так і зарубіжних вчених в частині розвитку кластерної моделі в сфері гостинності. Саме після аналізу праць науковців, можемо частково ототожнити туристичний кластер з кластером сфери гостинності. І розглядати його

як систему інформаційно – виробничої – технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг з приводу створення « основного продукту»- тобто кластера сфери послуг. Відомо , що сфера гостинності включає в себе різні сектори обслуговування, тому представимо їх на рисунку 1.



Рис. 1. Кластер у сфері послуг

Отже, аналізуючи вище наведене можемо зробити висновок ,що основними перевагами кластерної моделі організації у сфері послуг є використання ефекту масштабу, розширення доступу до інновацій , формування локального галузевого ринку праці, зменшення собівартості послуг за рахунок спільного використання ресурсів сфери гостинності, тому використання кластерної моделі у сфері послуг є ефективним і має свою перспективу.

*Ключові слова:* кластерна модель, сфера гостинності, ефект масштабу.

### **Список використаних джерел:**

1. Вікіпедія [Електронний ресурс]. – URL: <https://uk.wikipedia.org/>
2. Чужиков В. І. Еволюція кластерних режимів в глобальній економіці (регіональний аспект) / Чужиков В. І. // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Кластери та конкурентоспроможність прикордонних регіонів. – 2008. – Вип. 3(71). – С. 185–190.