

розгляді питань довгострокової перспективи розвитку спортивного туризму необхідно вивчити питання про залучення потенційних інвесторів для будівництва спортивних об'єктів, які можуть бути використані для проведення змагань різного рівня як учбово-тренувальних зборів, надання послуг населенню по організації активного відпочинку, так і до міжнародних.

Література

1. Булашев А.Я. Спортивно-оздоровительный туризм: учеб. пособ. / А.Я. Булашев, В.И. Нечаев, А.С. Ровный. – Харьков, 2003. – 191 с.
2. Грабовський Ю.А. Спортивный туризм: навч. посіб./ Ю.А. Грабовський, О.В. Скалій, Т.В.Скалій. - Тернопіль: Навчальна книга - Богдан, 2009. - 304 с.
3. Про концептуальні засади розвитку видів спортивного туризму в Україні/ [Чинний: затверджено наказом Федерації спортивного туризму України від 16 грудня 2007 року. № 9] / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.geocities.com/elbrus1.geo/kofst/fed/Zasady.htm
4. Мазур Ф.Ф. Соціально-економічні умови розвитку рекреаційної індустрії: навч. посіб. / Ф.Ф. Мазур. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 96с.

Рецензент докт. екон. наук, професор С.Ю. Цехла

338.24 (477.75):338.48

*Карташевская И.Ф., к.геогр.н., доцент,
ТНУ имени В.И. Вернадского*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КЛАСТЕРНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ В ТУРИЗМЕ

Несмотря на высокую эффективность методов моделирования, их применение в исследованиях туристских процессов пока не нашло должного применения. Под термином моделирование (simulation) подразумевается имитация ситуации в целях ее исследования или исследование процессов и состояний системы при помощи их реальных и идеальных моделей [1]. Что касается теоретических работ, связанных с кластерами, кластерным подходом, кластерным моделированием, то он находится в самой начальной стадии формирования. Цель статьи - определить степень изученности кластерного моделирования в туризме.

Во второй половине XX столетия стал применяться термин «кластеризация». Теоретическое обоснование кластерный подход получил в работах М. Портера [2–4]. Ему принадлежит определение кластера, под которым подразумевается группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга. В концепции М. Портера акцент сделан на связях внутри кластера между его участниками – основными компаниями-производителями, вспомогательными (сопутствующими) производствами, а также разными институтами: университетами, исследовательскими организациями и государственными структурами. Кластер представляет собой значительно более сложное явление, чем простое объединение фирм для совместной маркетинговой деятельности или проведения согласованной политики закупок. Он предполагает их более глубокую технологическую кооперацию на основе участия в системах накопления стоимости. При этом фирмы не только включаются в процесс кооперирования, но, что очень важно, продолжают конкурировать друг с другом избирательно, в отдельных областях. Такое конкурентное соседство является движущей силой постоянных продуктовых и технологических обновлений, направленных на рост производительности всех факторов производства, и обеспечивает быстрое распространение новшеств. В кластере формируется особая инновационная среда, способствующая повышению конкурентоспособности входящих в него фирм и процветанию региона. «Таким образом, — пишет М. Портер, — кластер можно определить как систему взаимосвязанных фирм и организаций, значимость которых как целого превышает простую сумму составных частей».

С.Ф. Пятинкин, Т.П. Быкова [5] считают, что с позиций системного подхода кластеры – это совокупность субъектов хозяйственной деятельности различных отраслей, объединяющихся в единую организационную структуру, элементы которой находятся во взаимосвязи и взаимозависимости, совместно функционирующих с определенной целью. Такое взаимодействие приводит к дополнительным выгодам. Отличительной чертой кластеров является целевая

предпринимательская деятельность. В рамках кластера объединяются не только производства, но и инновации в бизнесе, комплексное управление качеством продукции, сервис обслуживания.

Изучив международный опыт работы кластеров, авторы систематизируют их в семь основных комбинаций, на каждой из которых базируется стратегия их экономического развития:

географическая: включает пространственные кластеры с экономической активностью от сугубо местных (например, садоводство в Нидерландах) до глобальных (аэрокосмический кластер);

горизонтальная: несколько отраслей (секторов) могут входить в более крупный кластер (например, система мегакластеров в экономике Нидерландов);

вертикальная: в кластере могут присутствовать смежные этапы производственных процессов. При этом важно, кто из участников сети объявляет себя инициатором и конечным исполнителем в рамках кластера;

латеральная: в кластер объединяются секторы, которые могут обеспечить экономию за счет эффекта масштаба, что приводит к новым комбинациям (например, мультипликации кластера);

технологическая: совокупность отраслей, пользующихся одной и той же технологией (например, биотехнологический кластер);

фокусная: кластер фирм, сосредоточенных вокруг одного центра – предприятия, НИИ, учебного заведения;

качественная: существенным является не только то, что действительно ли фирма сотрудничает, но и то, каким образом это делает.

Кластеры варьируют по своим размерам, широте охвата, уровню развития в зависимости от отрасли [5, с.12].

Вопросы формирования кластерных моделей рассматривают отечественные и зарубежные ученые: Гаец В.М., Варнальный З.П., Войнаренко М.П., Маракий Н.П., Савченко В. и другие [6, с.186]. Данные публикации связаны с вопросами моделирования в производственной сфере. В индустрии туризма, так же как в других секторах сферы услуг, кластерные исследования практически отсутствуют. Между тем, кластеры играют решающую роль в формировании туристских центров, привлечении в них посетителей и повышении их конкурентоспособности. Индустрия туризма имеет ряд особенностей, придающих актуальность кластерному подходу в развитии сферы отдыха и путешествий. Одна из главных особенностей состоит в том, что индустрия туризма тесно взаимосвязана с другими отраслями экономики. Промышленность и сельское хозяйство, строительство и торговля участвуют в удовлетворении многообразного и комплексного туристского спроса. По данным Министерства торговли США, в сферу обслуживания посетителей вовлечено 24 отрасли экономики страны. В этой связи вычлнить туристскую составляющую и провести четкие границы туристского сектора чрезвычайно сложно. В индустрии туризма находят подтверждение общие закономерности образования и функционирования кластеров, как и специфика их проявления в этой сфере. Как уже отмечалось, сущность кластера раскрывается через взаимосвязи входящих в него фирм, которые предстают в виде цепочек добавленной стоимости и системы накопления стоимости. Добавленная стоимость — это часть стоимости товаров, услуг, приращенная непосредственно на данном предприятии, в данной фирме. Каждый вид производительной деятельности на предприятии создает добавленную стоимость. Выстроенные в определенной последовательности один в продолжение другого, они образуют внутрифирменные цепочки добавленной стоимости. Для достижения конкурентного преимущества фирма должна оптимизировать как собственную цепочку добавленной стоимости, так и внешние цепочки, связывающие ее с поставщиками и потребителями. В туристском кластере система накопления стоимости включает четыре типа цепочек добавленной стоимости поставщиков (прежде всего транспортных компаний), средств размещения и развлечений, каналов сбыта туристских продуктов (туроператоры, турагенты), а также самих покупателей – туристов. Например, во время семидневного пребывания посетителя в отдаленном туристском центре работает от 10 до 20 цепочек. В них задействовано 30—50 разных фирм, начиная с экскурсионного бюро, специализированных магазинов туристской литературы и страховых компаний до сувенирных лавок, пунктов обмена валюты, такси и других [7]. Туристский кластер – это сконцентрированная на некоторой территории группа взаимосвязанных ресурсов, факторов, предприятий, которые являются необходимыми или желательными для развития определенной разновидности туризма, способствующие удовлетворению потребностей туристов в зависимости от мотива путешествия [8]. М. Дермастья [9] считает, что использование кластерной концепции применительно к туристской отрасли является целесообразным, так как туристический продукт взаимосвязан с местными предприятиями, способствует работе взаимосвязанных компаний, приводит к появлению нового туристического

продукта и услуг. Уникальной особенностью является то, что туристы принимают участие в процессе создания стоимости и становятся частью конечного продукта. Фирмы-производители продукции могут контролировать качество конечного продукта до его доставки потребителю. Швец И.Ю. [10] предлагает систему качественных критериев оценки эффективности деятельности туристического кластера. Подсолонко М.В., Басиладзе Е.Г. [11] обосновали необходимость создания кластерных информационных систем, которые позволят изолированным предприятиям добиться больших результатов, предоставить возможность стать единой точкой реализации услуг. Этой же проблеме, то есть научно-информационному обеспечению создания региональных курортно-рекреационных кластеров посвящена работа Стаченко Д.М. [12]. Недосвитий Н.В. в предложен методический подход формирования условий, необходимых для реализации стратегии развития на основе кластерной структуры, по обоснованию стратегических установок развития отрасли на основе кластерной технологии. Особенность предлагаемой методики заключается в использовании маркетинговых принципов при формировании стратегических установок, стандартов и направлений развития регионального турпродукта. Автором разработаны рекомендации по реализации стратегического развития регионального туризма на основе кластерного подхода в следующих направлениях деятельности: формирование туристической инфраструктуры; развитие регионального турпродукта, его продвижение; построение системы финансирования с использованием паевых инвестиционных фондов [13].

Вопросы кластеризации в большинстве публикаций связаны с организацией работы туристических предприятий. Незначительное число работ макроэкономического характера посвящено вопросам использования кластерного подхода в туризме, это в основном работы зарубежных авторов. В 2009 году Жоао Феррейра была разработана концептуальная модель региональной конкурентоспособности туризма на основе кластера [14]. *t o the activities that they develop at destination.* Главную ценность в работе представляет концептуальная модель региональной конкурентоспособности *tourism cluster, aiming to help filling the existent gap within this field and to provide as туристического кластера, разработанная автором.*

Подсолонко М.В. обосновывает необходимость формирования в стране новых подходов повышения эффективности туристической деятельности – туристических кластеров, как основного элемента конкурентоспособного развития социально ориентированной экономики. Изучив опыт организации отдыха в Франции, Бельгии, Туниса, автор предлагает выявить приоритеты структур построения туристических кластеров из состава потенциальных участников. И считает, что важную роль при этом сыграет формирование координационных Советов кластеров, оперативно управляющих процессами взаимовыгодного сотрудничества участников кластеров, формирующих современные инновационные подходы повышения эффективности туристических кластеров [15, с. 34]. Однако согласно заключению международных экспертов кластер не создается директивным путем; его создают рынок и конкуренция. Государство не может заставить предприятия войти в кластер, а может только создать условия для его успешного функционирования – инфраструктуру, стимулирующую развитие кластера благодаря налоговой политике, инвестициям. Именно по этой причине в туризме в отечественной практике кластеры начали формироваться благодаря финансовой и информационной поддержке международных фондов в целях развития, например, сельского зеленого туризма. Реализаторами проектов стали общественные организаторы или инициативные предприниматели. В Украине учеными еще только изучается международный опыт, организация механизма функционирования кластеров в туристической деятельности. Научного анализа об экономической результативности организации работы существующих кластеров в области сельского зеленого туризма еще не проводилось. А методология построения кластерных моделей в туризме является новым направлением и впервые в Украине начала рассматриваться с 2003 года в публикациях автора [16-18]. В первых публикациях рассматривался вариант использования прогнозного моделирования для построения структурной и логической блок-схемы развития туристской и курортно-рекреационной отрасли. Модель управления понималась как совокупность экономических, социальных моделей, позволяющих достичь эффективности функционирования системных блоков базисной модели территориального рекреационного комплекса. Конечной целью использования кластерной модели являлась методика разработки программ развития отрасли [17, с. 46]. Главной причиной отставания отечественного иностранного туризма, автор считает отсутствие государственного механизма управления [18, с.10]. Модель иностранного туризма была рассмотрена в структуре базисной модели территориального рекреационного комплекса в виде кластерной многоплановой модели, состоящей из одноплановых моделей круизного, спелеологического, познавательного, конного, автомобильного и других видов туризма. Продолжение идея нашла в

модели стратегического формирования туристских районов в Автономной Республике Крым [18, с.13]. Совокупность тематических программ приоритетных видов туризма в конечном итоге приводит к созданию авторской кластерной модели туристического комплекса.

Развитие международной конкуренции является объективной предпосылкой смены парадигмы управления, отказ от традиционной политики и переходе к новой системе организации не только работы предприятий индустрии туризма, но и самой системы управления в туризме. Природа туризма, туристического продукта построена на взаимосвязи предприятий, различных отраслей народного хозяйства, что обеспечивает условия создания сетевых структур – кластеров, а в теории – появлению новой методологии в том числе кластерного моделирования.

В туризме кластерные модели, опираясь на классификацию, предложенную международными экспертами, по аналогии можно объединить в три группы:

горизонтальную: несколько отраслей (секторов) могут входить в более крупный кластер, например, туристический комплекс Украины;

географическую: включает пространственные кластеры с экономической активностью, например, кластер сельского зеленого туризма;

фокусную: кластер фирм, сосредоточенных вокруг одного центра – фирмы-туроператора.

Литература

- 1.Туристский терминологический словарь: Справ-метод. пособ. / Авт.-сост. И.В. Зорин, В.А. Квартальнов.– М.: Советский спорт, 1999.– 664с.
- 2.Porter M.E. The Competitive Advantage of Nations/ M.E.Porter – The Mac Millan Press Ltd 1990.– 855 p.
- 3.Porter M.E. On Competition / M.E. Porter.– Harvard Business Review Book 1998.– 485p.
- 4.Портер М. Конкуренция / М. Портер,[Пер. с англ.]– Москва: Издательский дом «Вильямс», 2001.– 495с.
- 5.Пятинкин С.Ф. развитие кластеров: сущность, актуальность, подходы, зарубежный опыт / С.Ф. Пятинкин, Т.П. Быкова / авт.-сост.С.Ф. Пятинкин, Т.П. Быкова.– Минск: Тесей, 2008.– 72с.
- 6.Соловйова К.В. Методи класифікації кластерів конкурентоспроможності / К.В Соловйова // Культура народів Причорномор'я.– 2010.– № 179.- С.186–190.
- 7.Звіт про діяльність Секції розвитку конкурентоспроможності економіки на основі кластерної моделі за 2010 рік. (Науковий керівник – Член Правління СЕУ, академік УАН, к.е.н. Соколенко С.І)// ucluster.org/.../zvit-pro-diyalnist-sekcii-rozvv.
- 8.Морозов М.А. Туристские дестинации и закономерности их развития: монография / М.А. Морозов.– М.: МИГМТ, 2005.– 45бс.
- 9.Туристичний кластер у Криму. Перспективи та виклики//[http:// www.foxitsoftware.cjm](http://www.foxitsoftware.cjm) For evaluation only.
- 10.Швец И.Ю. Качественные критерии оценки эффективности деятельности туристического кластера /И.Ю.Швец// Культура народів Причорномор'я.– 2005.–№67.- С.139142.
- 11.Подсолонко М.В. Базиладзе Е.Г. Интернет в маркетинге туристических кластеров/ М.В.Подсолонко, Е.Г. Базиладзе // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Экономика и управление.– 2009.- № 2 – С. 310–317.
- 12.Стеченко Д.М. Науково-інформаційне забезпечення створення регіональних курортно-рекреаційних кластерів/ Д.М. Стеченко, В.Б. Провизин [зб.наук.пр./ НАН України. Ін-т економіко-правових досліджень].– Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, ЛТД», 2007.– С. 222–226.
- 13.Недосвитий Н.В. Формирование стратегии развития туристической отрасли в регионе на основе кластерного подхода: автореф. дис. на получение науч. степени канд. эконом. наук: спец. 08.00.05 / Н.В. Недосвитий.– Чебоксары, 2010.–11с.
- 14.Феррейра Жоао. Региональной конкурентоспособности туризма Кластер: Концептуальные модели Предложение/ Жоао Феррейра // <http://mpira.ub.uni-muenchen.de/14853/>.
- 15.Подсолонко М.В. Формирование туристических кластеров, как основного элемента конкурентноспособного развития социально ориентированной экономики/М.В. Подсолонко//Экономика Крыма.– 2010.-№ 1(30).– С. 31–34.
- 16.Романов Р. Микрогеография индустрии туризма/РомановР.//<http://norlwidetour.ru /contert/ 7/ 8/>.
- 17.Карташевская И.Ф. Кластерная модель географии управления туристской, курортно- рекреационной отраслью / И.Ф. Карташевская // Культура народів Причорномор'я.- 2003.- № 45.– С. 46–49.
- 18.Карташевская И.Ф.Методика построения кластерной модели управления иностранным туризмом / И.Ф. Карташевская // Культура народів Причорномор'я.- 2006.- № 86.– С. 8–11.
- 19.Карташевская И.Ф. Модель стратегического формирования туристских районов в Автономной Республике Крым / И.Ф. Карташевская // Культура народів Причорномор'я.–2006.- № 81.– С. 13–17.

Рецензент докт. экон. наук, профессор А.Н. Бузни