

**Швец Ирина Юрьевна,**

*д.э.н., профессор кафедры менеджмента предпринимательской деятельности  
Таврического национального университета им. В.И. Вернадского*

## **ПРОСТРАНСТВЕННО-РЕГИОНАЛЬНАЯ КЛАСТЕРИЗАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА**

*В статье рассмотрены подходы к пространственно-региональной кластеризации туристического комплекса, базовые условия создания туристического кластера, принципы создания и управления туристического кластера.*

Ключевые слова: кластер, туризм, управление, структура рынка, регион.

**Постановка проблемы в общем виде.** В настоящее время отсутствуют единые, комплексные, теоретически обоснованные подходы к построению концепции формирования кластеров в туристических регионах в странах с формирующейся рыночной экономикой. Существующие же реалии социально-политической и экономической жизни страны требуют развития туристических регионов.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Весомый вклад в исследование устойчивого экономического развития территории в рыночных условиях на основе кластерного подхода сделали: В. Василенко, П. Гудзь, А.П. Дашкова, А. Нестеренко, Н. Пайрсы, М. Портер, А. Хобайбы. В работах М. Портера, А. Хобайбы, Н. Пайрси [1, 2, 3] рассмотрены общие теоретические подходы существования, конкурентные преимущества кластерных систем в странах с устойчивой рыночной экономикой. П. Гудзь рассматривает механизм действия кластера как квазикорпорации на основе которой строит модель управления регионом [4, с. 23-32]. В.Н. Василенко рассматривает развитие региональной экономики на основе объединения, гармонизации регионального экономического пространства [5]. В научных работах А. Дашкова, А. Нестеренко [6, 7] направления развития кластерной системы узко локализованы на отдельных региональных кластерах. Научные достижения ученых имеют важное научное и практическое значение. Вместе с тем **проблема** устойчивого территориального развития Украины туристических регионов **требует дополнительного исследования.**

**Целью данной статьи** является рассмотрение подходов к пространственно-региональной кластеризации туристического комплекса.

**Основной материал.** Различным типам туристической деятельности соответствуют соразмерные туристические пространства, представляющие собой часть социального пространства, объединяющего совокупность взаимосвязанных между собой природных и социально-экономических условий, используемых для рекреации. Размер и состав внутренней организации туристического пространства имеют иерархическую структуру.

Туристическое пространство рядом ученых разделяется на организованное и неорганизованное [8, 9]. К организованному туристическому пространству относят пространство, имеющее организованную систему управления условий туристической деятельности, главной целью которой является повышение ее эффективности, обусловленное наличием характерных, локальных пространств разного масштаба. К

неорганизованному туристическому пространству относят пространство, в котором система условий для туристической деятельности регулируется человеком в целях удовлетворения его личных потребностей.

Объединение предприятий в границах населенного пункта формирует рекреационный пункт и определяет его специализацию [9, с. 48]. Территориальная специализация на выполнении туристско-рекреационной функции базируется на имеющихся конкурентных преимуществах территории: наличие и типы рекреационных ресурсов, их сочетаемость; уровень развития рыночной, производственной инфраструктуры, уровень развития сопутствующих видов деятельности. Перевес в структуре ресурсов культурно-исторических создает основу формирования туристско-экскурсионной специализации элемента территориальной структуры в территориальном разделении труда, а природно-рекреационных – туристско-рекреационной или курортной. В зависимости от специализации, элементов территориальной структуры концентрации туристической деятельности могут быть представлены пунктами, центрами, узлами, представленными как дискретными, так и ареальными формами (табл.1) [9, с. 49].

*Таблица 1 – Территориальная структура туристического рынка*

Элементы территориальной специализации рынка потребителя	Элементы территориальной специализации рынка производителя			Форма элементов территориальной специализации	
	посредника	продюцента туристско-экскурсионных услуг	продюцента курортных услуг		
Пункт	Пункт	Экскурсионный пункт		Дискретные	Стандартн. предложение, узкая специализация, сезонность, населен. пункт до 10 тыс. чел.
Центр	Центр	Туристско-экскурсионный центр		Дискретные	Дифференциров. предложение, узкая специализац., сезонность, населен. пункт до 100 тыс. чел.
Узел	Узел	Туристско-рекреационный узел	Курорт	Дискретные ареальные	Дифференцированное и уникальное предложение, сглаженная сезонность, населен. пункт свыше 100 тыс. чел.
			Курортная местность	Ареальные	Узкая специализация, уникальное предложение, сглаженная сезонность, населен. пункт до 10 тыс. чел.
			Курортный район	Ареальные	Дифференцированное и уникальное предложение, сглаженная сезонность, населенный пункт до 100 тыс. чел.
			Курортная зона	Ареальные	Дифференцированное и уникальное предложение, сглаженная сезонность, населенный пункт свыше 100 тыс. чел.

Всемирная туристическая организация определяет туристический регион как территорию, располагающую большой сетью специализированных сооружений и услуг, необходимых для организации отдыха, учебного процесса или оздоровления, которые продаются туристу или группе туристов производителем услуг [10]. Из этого

определения следует, что туристический регион – это цель путешествия, туристский продукт и конкурентоспособный субъект. Стратегической целью региона как конкурентной единицы есть обеспечение конкурентоспособности на длительный период. Конкурентоспособность регионального туристического рынка зависит от ряда влияний: социально-экономической системы, туристической политики, государственных интересов, интересов бизнеса, населения, состояния внешнего и внутреннего спроса, наличия и состояния ресурсов, экологической системы.

Индустрия туризма интегрирована в экономику региона посредством кооперационных отношений, социальной, рыночной, коммуникационно-технической инфраструктуры, на основе взаимодействия рыночных сил спроса и предложения, скорректированных государственной экономической политикой, и базируется на одних региональных ресурсах: природно-климатических, географических, экологических, культурно-исторических, инфраструктурных (трудовых, финансовых, информационных, технологических), организационно-экономических.

Особенностью туристической деятельности является то, что туристическая услуга для конечного потребителя представляется как цепь услуг (размещения, питания, транспортных, медицинских, развлекательных и др.), что предполагает большое количество участников рынка (рис. 1), и потребитель рассматривает ценность туруслуги с точки зрения ее комплексности, проецирует свои впечатления от потребленных услуг в целом на регион как единое целое. В связи с наличием большого количества субъектов туристического рынка и их разноуровневостью деятельность участников рынка часто бывает не согласована, что приводит к снижению ценности туристического продукта для потребителя и, таким образом, снижает привлекательность региона, степень его конкурентоспособности, отказу потребителя совершать поездку в данный туристический регион.

Уровень развития туризма в регионе, степень его конкурентоспособности оказывают непосредственное влияние на уровень развития, конкурентоспособности туристического региона. Рассмотрение данного влияния представлено в Концепции устойчивого развития туризма, представленной всемирной туристической организацией [10]. В концепции рассматривается влияние туристического комплекса как функционально-территориальной системы на развитие региона по ряду направлений. Во-первых, прямое влияние: расходы туристов превращаются в доходы туристических по назначению субъектов хозяйствования, что дает возможность развития воспроизводственных процессов как на уровне туристического предприятия, так и предприятий региона, включенных в кооперационные связи, создания нового туристического продукта и его продажи. Второе влияние носит косвенный характер, которое можно представить как зависимость: в результате экономической деятельности туристических по назначению субъектов хозяйствования уплачиваются налоги, часть которых перечисляется в бюджет региона, направляемых на его развитие. Эти средства являются доходами предприятий, обеспечивающих туристическую деятельность, налоги с деятельности которых частично перечисляются в бюджет региона, что дает возможность развития расширенного воспроизводственного процесса на уровне региона, выраженного в мультипликационном эффекте. Третье влияние носит в большей степени социальный характер. Расширенный характер воспроизводственных процессов в туристическом регионе приводит к созданию новых рабочих мест, которые выражаются ростом доходов домохозяйств и, таким образом, наблюдается тенденция повышения уровня качества жизни населения региона.

**І.Ю. Швець. Просторово-регіональна кластеризація туристичного комплексу**



**Рисунок 1 – Структура регионального туристического рынка**

Расширенное определение региона как вертикальной (отраслевой) и горизонтальной (межотраслевой) интеграционных функционально-территориальных систем позволяет сформировать методическую базу изучения индустрии туризма. Предметом анализа является туристическая система, в границах которой функционируют туристические предприятия, организации и учреждения разных форм собственности и хозяйствования, которые используют природные, лечебные, познавательные ресурсы и другие ресурсы с целью предоставления целевым потребителям рекреационных услуг и получения прибыли.

Интеграционные процессы между участниками туристического рынка наблюдаются как на горизонтальном, так и вертикальном уровне. Горизонтальная интеграция формируется как сотрудничество между предприятиями, создающими и продвигающими турпродукт, формируя предложение турпродукта соответственно специализации локальных рынков предложения и потребностям разных уровней и сегментов рынка спроса. Связь между элементами рынков спроса и предложения и внутри самого рынка предложения турпродукта, формируется на основе рыночной и коммуникационно-технической инфраструктуры (финансовой, маркетинговой, транспортной, связи, технической и др. видов). Степень интенсивности горизонтальных

интеграционных связей: воспроизводственных, распределительных, управленческих, обратных, прямых и других – напрямую зависит от наличия и структуры конкурентных преимуществ туристического региона, интенсивности спроса на турпродукт данного региона. На основе чего и определяются масштабы деятельности регионального туристического рынка и специализация. Вертикальные связи предприятий, организаций туристического рынка с другими компонентами общественно-географического комплекса территории: материальным производством, непроизводственной сферой, общественными организациями, государственными структурами, местным населением – формируются на основе участия в территориальном разделении труда и специализации.

Важную роль в формировании конкурентных преимуществ различных объектов могут сыграть кластерные системы. В связи с разнообразием структур и масштабов кластеров существует ряд подходов к их определению. Если в основу их типологии положить направленность преимущественных интеграционных связей: вертикальные, горизонтальные, географические, то выделяют вертикальные производственные цепи, промышленные, инновационные, региональные кластеры.

Для определения стратегии создания туристического кластера должна быть всесторонне проанализирована сущность национальной экономической системы, выявлены важнейшие хозяйственные связи и исследованы проблемы взаимовлияния сопряженных производств, влияния внутренних и внешних рынков на планируемый процесс повышения конкурентоспособности туристических предприятий, услуг.

Многообразие и многоаспектность экономических связей между предприятиями, экономические, финансовые и экологические проблемы, возникающие в туристической экономике, приводят к выявлению того факта, что отдельные предприятия и их руководители не могут противостоять возникающим проблемам и решать их в одиночку. С этим связана необходимость регулирования всего спектра экономических связей на основе законодательных принципов и норм национального и международного права с учётом неукоснительного соблюдения национально-государственных интересов.

Следующим важным аспектом выработки комплексной концепции создания кластеров в туристической сфере является разработка и принятие существующей модели управления конкурентоспособностью, исследования её функционирования в процессе повышения уровня конкурентоспособности. Эта модель должна выявлять факторы конкурентоспособности при анализе влияния экзогенных переменных на эндогенные и исследовать процесс повышения уровня конкурентоспособности при различных параметрах. Это, в свою очередь, позволяет определить экономическую сущность процесса повышения уровня конкурентоспособности туристических предприятий, услуг.

Выработка комплексной концепции повышения конкурентоспособности туристических предприятий, объединенных в туристический кластер, опирается на то, что экономическая сущность этого процесса повышения состоит в следующем:

- формировании конкурентных преимуществ на основе ценности;
- сохранении природно-климатических туристических ресурсов;
- развитии внутренних рынков со всевозрастающим качественным спросом;
- формировании конкурентных преимуществ на основе повышения производительности;

- созданию производственной и социальной инфраструктуры, направленной на обслуживание пиковых потоков туристов;
- формировании конкурентных преимуществ на основе доступности информации;
- образовании конкурентных преимуществ на основе доступности для всех участников кластера новых технологий;
- разработке принципов управления кластерной системой туристического региона.

Концепция формирования кластера в туристическом регионе существенно зависит от адекватного определения экономических интересов страны. Анализ показал, что в Украине имеются следующие категории экономических интересов: к рынкам сбыта; к рынкам сырья; к географической близости к рынкам; к регионам с большим демографическим потенциалом и/или высоким платежеспособным спросом населения; поддержание определенных степеней свободы от мирового рынка туризма, что означает повышение конкурентоспособности национального туристического комплекса и обеспечение экономической безопасности страны.

Целью концепции создания туристического кластера должно быть повышение конкурентоспособности туристических предприятий и постепенный выход услуг отечественного туристического комплекса в группу лидеров на мировых рынках туризма. Достижение этой цели должно основываться на:

- создании условий для стабильного экономического развития экономики региона;
- полной занятости трудовых ресурсов региона, снижении социальной напряженности;
- воспроизводстве природных ресурсов, экологической безопасности;
- создании условий для самовоспроизводства факторов производства и создании конкурентных преимуществ на основе выделения приоритетных направлений в формировании условий для повышения производительности и доступности новых технологий;
- создании экономического, организационного и правового механизмов.

В совокупности факторов, определяющих основные направления концепции формирования кластеров в туристических регионах, важную роль играет процесс смены лидеров на мировых рынках туризма и связанные с этим экономические противоречия. Руководство региона при повышении уровня конкурентоспособности туристического комплекса должно проводить целенаправленную политику для каждого фактора производства, причем основные параметры этих частных политик должны соответствовать национально-государственным интересам страны, быть согласованными со всеми тенденциями и перспективами развития мирового рынка туризма.

Объектом управления в региональных экономических системах являются экономические отношения, которые можно представить как систему отношений, формирующую одну из возможных моделей организации общественного производства на данной территории. Такие отношения возникают между множеством отдельных участников общественного производства, формируя тем самым различные их виды: от производственных до культурно-этнических. Очевидно, что создать полную модель таких отношений не представляется возможным, поэтому необходим выбор конечного их множества, позволяющий управлять определенными параметрами региона. Именно механизм управления организацией с его принципами, блоками функционирования, элементами и органами управления и призван упорядочивать по возможности наиболее максимальное количество таких отношений в систему управления. В данной системе управления субъектами являются не только органы управления, юридические,

физические лица, общественные организации, занимающиеся любой деятельностью в рамках определенной территории, кластера, но и непосредственно сам экономический регион. Механизм управления организацией обеспечивает воспроизводство или изменения характеристик процесса экономических отношений между отдельными субъектами. Следовательно, механизм управления организацией кластера можно представить как некоторую систему, которая должна обеспечивать постоянное управляющее воздействие, направленное на обеспечение определенных результатов деятельности, т.е. способствовать динамичному характеру воспроизводственных процессов на данной территории.

Концепция создания кластеров должна содержать методические основы. Принципы создания модели системы управления туристическим кластером должны базироваться на основе системности. Использование системного подхода дает возможность принятия качественных управленческих решений. Система состоит из двух составляющих: 1) внешнего окружения, включающее вход и выход системы, связь с внешней средой, обратную связь; 2) внутренней структуры – совокупности взаимосвязей между участниками кластера.

Регулирование системы управления туристическим кластером обеспечивает такую ее деятельность, при которой выравнивается состояние выхода системы по заданной норме. Следовательно, главная задача сводится к установлению заданного состояния функционирования системы, предусмотренного планированием как упреждающим управлением. Сложность управления зависит прежде всего от количества изменений в системе и ее окружении.

Сущность управления туристическим кластером нужно рассматривать как совокупность следующих процессов: организации управления, управления и информации. Организация управления туристическим кластером должна формироваться в соответствии с выделенной целью и объектом управления. Поэтому эффективность организации управления в значительной степени зависит от четкости формулирования целей управления.

Система управления туристическим кластером должна строиться по следующим группам принципов: базовым, связям системы с внешней средой кластера, методологии целеполагания, функционирования и развития системы туристического кластера.

К базовым принципам следует отнести: первичность целого, несводимость системы, сложность структуры системы, способность к саморазвитию системы, вертикальную целостность системы, горизонтальную обособленность системы, иерархичность системы, взаимосвязанности процессов управления конкурентоспособностью.

Внешние принципы управления туристическим кластером включают: взаимозависимость системы и внешней среды, степень самостоятельности системы, ее открытость, совместимость системы.

Принципы целеполагания системы управления туристическим кластером включают: целенаправленность и наследственность системы, ориентацию управления подсистемы на нужды потребителя, приоритет качества и интересов системы более высокого уровня, надежность системы, ее оптимальность, неопределенность информационного обеспечения и мультипликативность системы.

Принцип функционирования и развития системы управления туристическим кластером состоит в следующем: непрерывности функционирования и развития системы, альтернативности путей ее функционирования и развития, синергичности,

инерционности и адаптивности системы, интеграции, организованности и уровня стандартизации системы, инновационном характере развития системы.

Соблюдение указанных принципов способствует тому, что усложнение объектов управления, их связи и взаимодействий с объектами внешней среды не оказываются факторами сдерживания, так как наличие в составе механизма управления соответствующих звеньев позволяет решать возникающие проблемы. Системный характер использования элементов производительных сил в кластере предполагает решение существующих проблем на основе использования отдельных составляющих механизма управления его организацией в составе целевых групп. Целевые группы должны создавать условия деятельности органов управления, обеспечивать устранение несоразмерностей в экономическом пространстве региона, решать региональные, локальные проблемы, поддерживать и создавать конкурентные преимущества как основу устойчивого развития.

В первую целевую группу включены вопросы выбора основных приоритетов развития территории с учетом условий рынка как внешнего, так и внутреннего, наличия конкурентных преимуществ территории, выбор основной специализации кластера.

Вторую целевую группу формируют законодательная база, с точки зрения инструктивной базы и системы государственных органов управления, регулирующих деятельность социально-экономического пространства кластера.

Третья целевая группа состоит из системы экономических, административных механизмов, инструментов, регулирующих деятельность кластера.

Создание и развитие системы управления, опирающейся на данные целевые группы, даст возможность планомерного развития кластера.

Экономика туристического рынка формируется и функционирует на основе интегральной взаимозависимости предприятий региона (туристский кластер), деятельность которых напрямую или опосредовано связана с экономикой рекреации, а также на сохранении экологического баланса природных ресурсов и исторических, конфессиональных объектов на рекреационных территориях.

Результатом развития региональной экономики является создание, поддержание конкурентных преимуществ и достижение более высокого уровня конкурентоспособности туризма. Профилизация региона должна быть направлена на создание высокоразвитого туристического и торгово-финансового центра международного уровня, что даст возможность долговременного экономического развития. Реальное содержание концепции туризма обозначится в ходе столкновения этих позитивных тенденций и негативных результатов и во многом будет зависеть от общей ситуации в стране, но, с другой стороны, во многом и определит экономическую ситуацию в Украине.

1. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. – М.: Международные отношения, 1993. – 495с.
2. Hobiby A. Motives and Markets / A. Hobiby. – Lexington, MA: Lexington Books, 1998. – 261 с.
3. Piercy N. Market strategic Change / N.Piercy. – London: Harper Collins, 1991. – 419 с.
4. Гудзь П.В. Економічні проблеми розвитку курортно-рекреаційних територій / П.В. Гудзь. – Донецьк. ІСПД НАН України, ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2001. – 270 с.

## Розділ 2 Інновації у маркетингу

---

5. Василенко В.Н. Архитектура регионального экономического пространства / В.Н. Василенко: монография / НАН Украины. Ин-т экономико-правовых исследований. – Донецк: ООО «Юго-Восток, Лтд», 2006. – 311 с.
6. Нестеренко А.В. Влияние кластера на повышение производительности предприятий г. Бердянска / А.В. Нестеренко. – Харьков: ТОВ «Знання LTD», 2001. – 48 с.
7. Дашкова А.П. Предпринимательство и бизнес / А.П. Дашкова. – М.: Филин, 1996. – 341 с.
8. Мамутов В.К. Рекреация: социально-экономические и правовые аспекты / В.К. Мамутов, А.И. Акмола, Т.Н. Дементьева и др. / Академия наук Украины. Институт экономики промышленности. – К.: Наукова думка, 1992. – 141 с.
9. Любимцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любимцева – 3-тє вид., перероб. та доп. – К.: Альтерпрес, 2005. – 436 с.
10. Устойчивое развитие туризма. Пособие для специалистов по местному планированию [Электронный ресурс]. – Мадрид: Всемирная туристическая организация, 2003. – Режим доступа: [www.world-tourizm.org/ruso](http://www.world-tourizm.org/ruso).

***І.Ю. Швець***

### **Просторово-регіональна кластеризація туристичного комплексу**

*У статті розглянуто підходи до просторово-регіональної кластеризації туристичного комплексу, базові умови створення туристичного кластеру, принципи створення і управління туристичного кластеру.*

Ключові слова: кластер, туризм, управління, структура ринку, регіон.

***I.Yu. Shvets***

### **Spatio-regional clustering of tourist complex**

*The article considers approaches to space-regional clustering of the tourist complex, the basic conditions for creating the tourism cluster, the principles of creating and managing a tourism cluster.*

Keywords: cluster, tourism, management, market structure, region.

***Отримано 22.04.2011 р.***