

ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНУ НА ОСНОВІ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРУ

Висвітлено суть та здійснена систематизація видів туристичних кластерів у регіоні. Доведена їх роль у активізації розвитку туристичної сфери регіону. Розкрито особливості підвищення інвестиційної привабливості регіону на основі зростання конкурентоспроможності туризму. Зроблені пропозиції щодо організації транскордонного туристичного кластеру та необхідності проведення маркетингових заходів для узгодження інтересів його учасників.

The essence and systematize the kinds of tourism clusters in the region. Their role in the activation of tourism development in the region we prove. The peculiarities increase investment attractiveness based on the growth of tourism competitiveness are opened. Made suggestions regarding the cross-border tourism cluster and necessity of marketing actions for the coordination of interests of its participants carried out.

Ключові слова: інвестиційна привабливість, розвиток регіону, туристичний кластер, конкурентоспроможність, інновації.

Актуальність теми. Процеси регіоналізації та глобалізації в сучасних регіонах призводять до конкуренції між ними за підвищення економічного зростання на основі залучення фінансового, інвестиційного, людського, інноваційного капіталів тощо. Для розширення можливостей свого розвитку регіони змушені самостійно активізувати діяльність із формування сприятливого середовища для приваблення інвесторів, нових підприємств, населення та туристів. Формування регіональних та локальних конкурентних переваг стає головним завданням соціально-економічного розвитку у посткризовий період. Наукове обґрунтування та підтримка конкурентних переваг регіону дадуть змогу підвищити його інвестиційну привабливість, що особливо важливо в посткризовий етап відновлення економіки. Для цього слід детально диференціювати ресурси регіональної економіки та визначити проривні види економічної діяльності, розвиток яких спроможний забезпечити позитивний мультиплікативний ефект для інших галузей.

Доведено, що перехід від галузевої до кластерної моделі розвитку регіональної економіки дає можливість покращити управління туристичною сферою, підвищити її конкурентоспроможність та дати новий поштовх до збалансованого розвитку. Зарубіжний досвід засвідчує, що застосування кластерного підходу в сучасній економічній науці визначає кластери як стратегічні інститути підвищення конкурентоспроможності території.

Огляд останніх наукових досліджень і публікацій. У науковій літературі питанням підвищення інвестиційної привабливості регіону на основі активізації туризму присвячені праці Л. Гринів, Б. Данилишина, М. Долішнього, В. Євдокименка, І. Зоріна, С. Іщук, В. Квартальнова, М. Козоріз, В. Кравціва, О. Кузьміна, О. Любцевої, В. Мацоли, В. Мікловди, Н. Недашківської, М. Нудельмана, В. Павлова, Г. Папіряна, М. Пітюлича, С. Харічкова та інших.

Особливості формування й розвитку туристичних кластерів розкрито у працях Е. Бергмана, Б. Буркинського, Б. Гаррета, В. Гоблика, Л. Гонтаржевської, П. Гудзя, Б. Данилишина, Н. Коржунової, О. Крайник, П. Кругмана, О. Молнара, С. Соколенка, Л. Черчик, В. Куценко, Л. Новосельської, О. Охріменко, М. Портера, В. Степанова та ін. З огляду на велику кількість праць з теми дослідження, однак, недостатньо вивченим залишається питання взаємозв'язку між діяльністю туристичного кластеру та інвестиційною привабливістю регіону, що й зумовило вибір теми публікації.

Метою даної публікації є обґрунтування ролі туристичного кластеру у підвищенні інвестиційної привабливості регіону та обґрунтування можливостей маркетингового супроводу діяльності кластеру.

Виклад основного матеріалу. Туризм визнано стратегічним пріоритетним напрямом розвитку економіки Закарпаття на найближчу перспективу поряд із активізацією транскордонного співробітництва; розбудовою прикордонної інфраструктури; забезпеченням протипаводкового захисту; розвитком транспортної мережі, логістики [2]. Підприємці, службовці та науковці, які працюють у туристичній сфері Закарпатської області, підійшли до розуміння того, що для подальшого розвитку туризму необхідні інноваційні організаційні перетворення, які б максимально сприяли ефективному його розвитку. Саме такими територіально-організаційними утвореннями нового типу визнано кластери – об'єднання підприємств однієї чи суміжних галузей на основі єдності технологічного процесу з метою підвищення конкурентоспроможності товарів чи послуг. Організаторами кластерного об'єднання є, як правило, влада, бізнес, освіта (наука), діяльність яких забезпечується фінансовим супроводом банків, венчурних фондів тощо. Кластерам властива особлива форма організації – мережева. Кластери включають мережі виробників сильно взаємозалежних фірм, враховуючи наявних спеціалізованих постачальників, пов'язаних один з одним у доданій вартості ланцюга виробництва. Основою створення кластерів є економічні зв'язки, що базуються на довгострокових контрактах і здійснюються шляхом вертикальних і горизонтальних взаємодій між різними бізнес-суб'єктами та їх постійної (або довготривалої) взаємозалежності, як правило, взаємовигідної,

обумовленої принципом синергії [3]. Перевагами таких мережених утворень, як кластери над іншими формами організації бізнесу для їх учасників є: мінімізація витрат на створення товарів чи послуг завдяки використанню ефекту масштабу, доступ малих та середніх приватних фірм до інновацій, наукової бази знань та фінансових ресурсів великих компаній, концентрація зусиль на виготовленні одного виду продукту, дозволяє раціонально використовувати місцеві ресурси, об'єднання зусиль учасників певної галузі для виготовлення якісного продукту, поєднання вигод кооперації з конкуренцією тощо.

За словами В. Прайса, створення кластерів та запровадження кластерної моделі поведінки підприємств є “способом відновлення довіри між урядом і бізнесом та трансформації ізольованих фірм у підприємницьку спільноту”.

Хоча ініціатива створення кластеру йде “знизу”, тобто від органів місцевого самоврядування й територіальних громад, важливими є політична воля та державна підтримка кластерних ініціатив. Розуміння владними структурами важливості кластеризації економіки України було відображено у проекті розпорядженні Кабінету Міністрів України “Про схвалення Концепції кластеризації економіки України” (що було розроблено на основі проекту Розпорядження КМУ “Про схвалення Концепції створення кластерів в Україні” від 2008 р.), його було відправлено на доопрацювання й так і не було прийнято [13]. Відсутність відповідного нормативно-правового акту ускладнює формування й успішний розвиток як туристичних, так й іншого виду кластерів та не сприяє залученню великих інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури.

Вперше в наукову літературу поняття “туристичний кластер” було введено М. Портером, який визначив чинники кластерної моделі, що створюють реальну можливість поліпшення загального рекреаційно-туристичного стану території [7]; С.І. Соколенко [11, 13], екологічна складова туристичних кластерів знайшла своє вираження у екотуристичних кластерах Д.М. Стеченко та К.А. Андрущенко [1, с. 69–70]; окрім того зустрічається поняття туристично-рекреаційного [14] та курортно-рекреаційного кластерів [12]. У нашому дослідженні оперуватимемо поняттям “туристичний кластер”, яке, на нашу думку, є найбільш емким і охоплює як туристичну, так і рекреаційну й курортну діяльність, виходячи з існування однойменних видів туризму.

Згідно з визначенням О. Крайник, під “туристичним кластером” слід розуміти специфічні організаційні форми об'єднання державних, приватних, освітніх, наукових та громадських структур, що здійснюють свою діяльність у туристичній сфері та розташовані на суміжних територіях [6]. У такому визначенні не врахований характер діяльності кластера та не зазначено, що він є добровільним утворенням і успіх визначається соціальним партнерством між учасниками об'єднання.

А. Прочан трактує туристичний кластер як одну із форм організації продуктивних сил усіх учасників даної моделі, яка передбачає створення нового туристичного продукту на основі маркетингових комунікацій у туризмі, що дозволить їм успішно конкурувати на туристичних ринках різних рівнів [10].

Як зазначено у проекті Розпорядження КМУ “Про схвалення Концепції створення кластерів в Україні” (далі Концепції), туристичні кластери формуються на базі туристичних активів регіону і складаються з підприємств різних сфер, пов'язаних з обслуговуванням туристів, наприклад, туристичних операторів, готелів, сфери громадського харчування, виробників сувенірної продукції, транспортних підприємств та інших [8]. Одним із очікуваних результатів реалізації Концепції було поліпшення інвестиційної привабливості регіонів розташування кластерів та забезпечення зростання залучення вітчизняних та іноземних інвестицій [8]. Отже, формування туристичного кластеру є визначальним чинником впливу на інвестиційну привабливість регіону завдяки активізації залучення інвестицій.

Розвиток туризму визнано стратегічним пріоритетним напрямом розвитку економіки Закарпатської області. Однак, як на національному, так і на регіональному рівнях не розроблено єдиної методики організації кластерних утворень, тому діючі кластери та перспективні часто функціонують в умовах неповної інформації та з опорою на зарубіжний досвід.

Як стверджує О. Крайник, співпраця з бізнес-структурами у туристичній галузі повинна включати не лише діяльність суб'єктів туристичної діяльності, а й суб'єктів підприємництва суміжних галузей, що визначається моноспеціалізацією туризму та високою чутливістю до екзогенних факторів мезо- та макрооточення [6]. Узгодження інтересів усіх учасників туристичного кластеру дасть змогу організувати ефективне міжгалузеве співробітництво, виявити потребу у турпродуктах різних категорій споживачів, раціонально використовувати природні, людські, земельні та культурні ресурси території з метою досягнення збалансованого розвитку. Отже, формування кластерної моделі розвитку туризму є інноваційним механізмом використання наявних ресурсів та об'єднання зусиль для розв'язання соціально-економічних проблем регіону.

На думку експертів, туристичні кластери є експортоорієнтованими, оскільки туристична діяльність не може обмежуватися лише внутрішнім споживанням, а її продукт користується попитом серед іноземних туристів [5]. Ми вважаємо, що це не завжди так, оскільки все залежить від мети створення кластера; вони можуть мати як внутрішню орієнтацію (активізація підприємницької діяльності в галузі чи регіоні, вирішення проблем зайнятості за рахунок створення додаткових робочих місць тощо), так і зовнішню. Як засвідчив зарубіжний досвід, успішний вихід на іноземні ринки повинен обов'язково супроводжуватися проведенням масштабних маркетингових заходів: промоційні кампанії, реклама, участь у міжнародних

спеціалізованих виставках тощо. Просування туристичного продукту кластеру є запорукою його успіху. Реалізувати цей комплекс заходів покликана добре спланована маркетингова кампанія. З цією метою, в туристичному кластері повинні бути акумульовані значні кошти для реалізації згаданих заходів, яких часто є недостатньо, особливо на етапі формування кластерної структури.

Однак, не лише організаційні заходи, а й, передусім, фінансові та інституційні спроможні здійснити бажані перетворення та сформувати в межах туристичного кластеру ланцюжок доданої вартості, покращити якість туристичних послуг, розробити новий висококонкурентний туристичний продукт та сформувати сприятливе середовище для залучення інвестицій й інновацій, тим самим підвищити інвестиційну привабливість регіону.

Інвестиційна привабливість регіону – незаперечний чинник стабільного соціально-економічного розвитку як регіону, так і країни. Інвестиційну привабливість регіону як об'єкту статистичного вивчення розуміють як сукупність об'єктивних можливостей та обмежень, що визначають привабливість середовища і впливають на інтенсивність інвестування, й можуть кількісно виражатися за допомогою комплексного інтегрального показника рівня привабливості [4]. Тоді інвестиційну привабливість галузі, наприклад туризму, можна представити як сукупність її зовнішніх та внутрішніх характеристик, властивостей, прогнозу її розвитку, які впливають на залучення інвестицій та сприяють реалізації цілей інвесторів. Кожна галузь економічної діяльності є специфічною, володіє низкою факторів, які впливають на її інвестиційну атрактивність. Відомо, що переважання тих чи інших видів діяльності у регіоні формує його галузеву спеціалізацію, яка, в свою чергу, визначає інвестиційний потенціал та напрями його використання. Однак, як засвідчує практика, міжгалузева кооперація дає потужний синергетичний ефект. Тому саме кластерні утворення володіють як вищим рівнем організації, так і вищим ступенем довіри інвесторів до здійснення діяльності та існування гарантій з боку влади.

На думку дослідників, кластеризація туристичних підприємств зумовлює “прозорі” інвестиційні надходження та оптимізацію їх використання; туристична індустрія Закарпаття є привабливою сферою вкладання інвестицій за умови існування кластерів на регіональному і міжрегіональному рівнях; кластеризація туристичної діяльності, при правильній організації, стимулюватиме розвиток інших виробництв, а науково-освітній блок, що включає освітні заклади, здатен забезпечити потреби туристичних кластерів у висококваліфікованих кадрах, які зможуть відповідати за стратегію розвитку і маркетингові дослідження новоутвореного туристичного кластера [10].

Впровадження кластерних ініціатив розпочалося в Україні ще у 1998 р. і триває до сьогоднішнього дня. Існуючі кластери в туристичній сфері України наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Кластери в туристичній сфері України [5]

Регіон	Назва кластеру
Івано-Франківська обл.	Туристичний кластер, народних художніх промислів "Сузір'я"
Полтавська обл.	Туристично-рекреаційний кластер "Тоголівські місця Полтавщини"
Київська обл.	Туристичний кластер "Славутич"
Чернігівська обл.	Туристичний кластер "Кам'янець"
АР Крим (м. Алушка), Миколаївська обл. (м. Вознесенськ), Херсонська обл. (м. Гола Пристань, м. Цюрупинськ), Одеська обл. (м. Южний, м. Ізмаїл, м. Белгород-Дністровський, м. Іллічівськ)	Туристичний кластер "Південне туристичне кільце"

Дані таблиці засвідчують, що Закарпатська область, які і сусідня Львівська, Чернівецька (окрім Івано-Франківської), які входять до складу Карпатського регіону, не мають сформованих кластерних структур. Як бачимо, ідея кластеризації в Україні ще не набула масового поширення, а вже починають формуватися нові транскордонні кластери – добровільне об'єднання незалежних компаній, асоційованих інституцій, інших суб'єктів транскордонного співробітництва, які географічно зосереджені у транскордонному регіоні (просторі); співпрацюють та конкурують; спеціалізуються у різних галузях, пов'язані спільними технологіями та навичками і взаємодоповнюють один одного для виготовлення спільного продукту чи послуги, що в кінцевому підсумку дає можливість отримання синергетичних та мережевих ефектів, дифузії знань та навиків [9].

Так, у Закарпатській області опрацьовується питання створення транскордонного туристичного кластеру, у відповідності зі “Спільною стратегією розвитку українсько-польського транскордонного регіону (Волинська, Львівська, Закарпатська області та Люблінське і Підкарпатське воєводства) на період до 2015 року”, яка визначає туристично-рекреаційну діяльність як один із основних пріоритетів його розвитку. У Чернівецькій області також розглядається можливість утворення туристичного транскордонного кластеру на основі мережі регіонів-переможців Всеукраїнського конкурсу “Сім чудес України” [9].

Зазначимо, що Концепція Державної програми розвитку транскордонного співробітництва на 2011–2015 рр., схвалена 2010 р. та розглядає можливість формування транскордонних туристичних кластерів в межах вищезазначених територій. Діяльність щодо розвитку транскордонних кластерів передбачається

здійснювати із використанням потенціалу єврорегіонів, сім з яких діють сьогодні на території України, а саме: «Буг» (Україна, Польща, Білорусь), «Карпатський єврорегіон» (Україна, Польща, Словаччина, Угорщина, Румунія), «Нижній Дунай» (Україна, Молдова, Румунія), «Верхній Прут» (Україна, Молдова, Румунія), «Дніпро» (Україна, Росія, Білорусь) та «Слобожанщина» (Україна, Росія), «Ярославна» (Україна, Росія) [9].

Прикордонне розташування області та величезний потенціал розвитку її туристичної сфери є додатковими факторами успішної діяльності кластерів, які об'єднують готельну, рекреаційну, сувенірну та інші суміжні види діяльності в єдиний злагоджений організм. Окрім того згадані фактори накладають на учасників кластеру додаткову відповідальність за збереження й відтворення на засадах збалансованого розвитку туристичного потенціалу та активізацію транскордонного співробітництва.

Розширення діяльності туристичного кластеру, особливо його вихід на транскордонні ринки, вимагає формування й реалізації маркетингових заходів, вивченню яких буде присвячене наступне дослідження.

Література

1. Андрущенко К. А. Наукові аспекти створення екотуристичних кластерів на Черкащині / К.А. Андрущенко, Д.М. Стеченко // Вісник ДІТБ. – Донецьк, 2004. – № 8. – С. 69–71.
2. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2015 року : [затв. постановою Кабінету Міністрів України від 21 липня 2006 р. № 1001] [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=1&nreg=1001-2006-%EF>.
3. Дубовик В. С. Формування інноваційних кластерів як методу активізації інноваційної діяльності в економіці регіону [Електронний ресурс] / В.С. Дубовий – Режим доступу : www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Psu/2009_1/Dubovyk.pdf.
4. Коренева Н. О. Статистичне забезпечення аналізу інвестиційної привабливості регіонів України. : автореферат дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / Н. О. Коренева ; Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – К., 2008. – 20 с.
5. Крайник О. Кластери як інструмент економічного розвитку регіону [Електронний ресурс] / О. Крайник – Режим доступу : <http://www.lvivacademy.com/visnik5/fail/+Krajnyk.pdf>.
6. Крайник О. Туристичний кластер регіону як форма соціального діалогу: управлінський аспект [Електронний ресурс] / О. Крайник, М. Біль – Режим доступу : www.lvivacademy.com/visnik4/fail/+Krajnyk.pdf.
7. Портер М. Э. Конкуренция : [учебное пособие] / Портер М. Э. ; [пер. с англ.]. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2001. – 496 с.
8. Про схвалення Концепції створення кластерів в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://biznes.od.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=499&Itemid=33.
9. Проект розпорядження КМУ “Про схвалення Концепції Національної стратегії формування та розвитку транскордонних кластерів (2009) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ved.odessa.gov.ua/Main.aspx?sect=Page&IDPage=23566&id=1150>.
10. Прочан А.О. Використання кластерних технологій в туризмі [Електронний ресурс] / Прочан А. – Режим доступу : www.rusnauka.com/.../10_prochan%20a.%20o..doc.htm
11. Соколенко С. И. Перспективы развития кластеров туризма в Украине // Бизнес-партнер. – Севастополь, 2004. – № 3 (67). – С. 13.
12. Томаневич Л. М. Організаційно-економічний механізм управління туристично-рекреаційними комплексами в Україні : автореф. дис.на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.02.03 [Електронний ресурс] / Л.М. Томаневич; Львів. нац. ун-т ім. І.Франка. – Л., 2006. – 21 с. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/_scripts/wwwi32.exe/\[in=_scripts/ep.in\]](http://www.nbu.gov.ua/_scripts/wwwi32.exe/[in=_scripts/ep.in]).
13. Черниш І. В. Впровадження рекреаційного кластеру як ефективної системи управління створенням інвестиційної привабливості [Електронний ресурс] / Черниш І. В. – Режим доступу : http://www.confcontact.com/2008febr/7_chernish.htm.
14. Щеглюк С. Д. Еволюція концепцій міжгалузевих територіальних комплексів у ринкових умовах / С. Д. Щеглюк // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Регіональні суспільні системи / редкол. : відповід. ред. М. І. Долішній. – Львів, 2004. – Вип. 3 (XLVII). Ч. 1. – С. 52–66.

Надійшла 07.10.2010