

## РОЛЬ КЛАСТЕРНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ЗАКАРПАТТЯ В УМОВАХ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

*В статті проводиться аналіз досліджень етапів та рівнів кластеризації санаторіїв та підприємств “зеленого” туризму Закарпатської області, та визначено їх вплив на розвиток сільських територій. Вказано види сільського туризму, які активно розвиваються на Закарпатті та можуть бути включені до туристичної кластерної підгрупи, а також запропоновано кластерну модель поведінки туристичних підприємств. Наведено способи відновлення взаємної довіри в місцевому економічному середовищі та трансформацію ізольованих підприємств «зеленого» туризму у єдину підприємницьку спільноту.*

**Ключові слова:** кластер, кластеризація, сільські території, підтримуючі компанії, соціальна інфраструктура, природна інфраструктура, сільський туризм, аграрний туризм, фермерський туризм, “зелений” туризм.

### ВСТУП

Кластеризація – це тенденція фірм зі спорідненої сфери бізнесу концентруватися по географічній ознаці. М.Портер вважає, що конкурентоспроможність країни слід розглядати через призму міжнародної конкурентоспроможності не окремих її фірм, а кластерів – об’єднань фірм різних галузей, причому принципове значення має здатність цих кластерів ефективно виконувати внутрішні ресурси. [6; с.56]

Актуальність статті зумовлена відсутністю узгоджених та скоординованих дій туристичних підприємств та підприємств «зеленого» туризму області, які діють як феодальна система, в якій кожен підприємець захищає свою справу від втручання держави та інших компаній. Метою написання даної статті є визначення етапів та рівнів кластерних утворень та їх вплив на розвиток сільських територій, а також запровадження кластерної моделі поведінки туристичних підприємств.

До основних завдань статті належить наведення способів відновлення взаємної довіри в місцевому економічному середовищі та трансформація ізольованих підприємств «зеленого» туризму у єдину підприємницьку спільноту.

Методологічною основою дослідження стали праці та розробки вчених – економістів, що досліджували проблеми створення та класифікації кластерів та проблеми розвитку сільських територій. В роботі використано загально – наукові та емпіричні методи: статистичний – для аналізу фінансово – економічного стану санаторіїв Закарпаття, графічний – для обґрунтування теоретичних основ учасників кластерної підгрупи «зеленого» туризму, метод прогнозування – для розрахунку показників підвищення конкурентоспроможності підприємств кластеру, метод порівняння – для оцінки конкурентоспроможності санаторіїв Закарпаття.

Кластерний підхід до вивчення економічних процесів застосовувався у ряді теорій, а саме Є.Лімером, А.Земеле, І. Філіппова, Т. Толенадо і Д. Сол’є, С. Дахмен, В. Фельдман, П. Щедровицький, В. Княгинин та інші [2; с. 35].

### РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Цілі створення будь-якого кластеру відрізняються, так само як і шлях його створення, але існує ряд рекомендацій спільних для всіх ініціатив. Перш за все, потрібно зазначити, що на нашу думку, процес утворення кластеру є природним, проте його подальший розвиток повинен бути контрольованим.

Процес туристичної кластеризації є органічним та не проходить у стандартні етапи: аналіз – стратегія – рекомендації. Він є більш динамічним і складається з наступних етапів [3; с.47]:

Крок 1. Аналіз місцевої економіки та ідентифікація місцевих кластерів;

Крок 2. Збір початкової кластерної інформації про кластер в місцевій економіці;

Крок 3. Визначення складу команди, керівництва та інституціональна організація кластеру. Ретельний вибір відповідних людей для керівництва;

Крок 4. Розробка кластерного бачення;

Крок 5. Ідентифікація основних шляхів досягнення цілей;

Крок 6. Встановлення короткострокових цілей;

Крок 7. Розробка кластерного набору на довгостроковий період.

Розглянемо окремо етапи створення та розвитку кластеру у Закарпатті за визначеною вище послідовністю кроків.

Світовий досвід кластеризації у сфері туризму свідчить, що кластерні утворення найчастіше включають декілька утворюючих сфер або рівнів:

- ядро кластеру – це адміністрація кластеру, до складу якої має ввійти керуючий комітет та громадська наглядова рада та кластерні підгрупи, до складу яких входять санаторії «високого» та «середнього рівнів», а також кластерна група зеленого туризму;

- підтримуючі компанії – компанії, які тісно взаємодіють з підприємствами туристичної галузі, до складу яких відносяться:

- фінансові та страхові установи, що зацікавлені у співробітництві з санаторіями; туристичні організації, діяльність яких спрямована на просування продукту санаторіїв Закарпаття; екологічні організації, що проводять моніторинг стану навколишнього середовища, яке відіграє важливу роль в організації туристичного бізнесу; транспортні компанії;

- промислові підприємства регіону; заклади торгівлі, громадського харчування, культури та відпочинку; юридично-аудиторська службу, яка забезпечить комплексне юридичне і аудиторське обслуговування підприємств-учасників кластера; маркетингові служби, які забезпечать маркетинговий супровід діяльності підприємств, розроблять рекламну програму і таке інше.

- соціальна інфраструктура – це сукупність осіб, що забезпечують задоволення туристичних, соціальних і культурних потреб споживачів туристичних послуг кластеру. До соціальної інфраструктури також відносяться місцеві школи, ВУЗи, місцеві професійні асоціації, організації зі сприяння економічного розвитку. Якість соціальної інфраструктури та ступінь співпраці між її складовими важливі для розвитку будь-якого кластеру;

- природна інфраструктура – це сукупність рекреаційних ресурсів, які використовуються в процесі експлуатації туристичного потенціалу кластера. До природної інфраструктури відносяться: міста регіону, клімат, гори, хребти, скелі, флора та фауна, а також дороги та інші комунікації.

Головний ініціатор кластеру грає авангардну роль в установці кластеру. Це може бути спочатку неформальним лідер, який через якийсь час еволюціонуватиме і формалізуватиме [4; с.56]. Для підтримки ініціатив Головного ініціатора необхідним є створення групи керівництва, яка звичайно має включати 6-8 осіб, робота між якими має здійснюватися в основному в кластерному ядрі. Не потрібно допускати до керівництва групою урядових представників або посадовцями асоціації, оскільки робітники кластеру мають бути на місці негайно. Головний ініціатор кластеру буде звичайно відповідальним за формування початкової групи керівництва і пропонування кандидатури Президента.

Тимчасові команди з центром рішення проблеми розроблятимуться під цією групою. Ці команди отримують вигоду з щільної інтеграції з групою керівництва через члена групи, що є частиною кожної команди [2; с.78].

Віділення Президента кластеру від групи керівництва – це критичний аспект кластерної розробки. Ініціатор створення повинен спокійно встановити, хто виступає кандидатом на керівництво кластеру. Корисний підхід для багатьох кластерів – мати кооперацію президентів один від фірми в ядрі кластера, і один від підтримуючої інфраструктури.

Відповідно до статті 14 Закону «Про місцеве самоврядування в Україні» місцеві ради мають право на надання згоди на утворення органів самоорганізації населення. Далі цей нормативний припис розвивається відповідним Законом «Про органи самоорганізації населення».

Органи самоорганізації населення (ОСН) – представницькі органи, що створюються жителями, які на законних підставах проживають на території села, селища, міста або їхніх частин, для вирішення завдань, передбачених Законом «Про органи самоорганізації населення».

Принципово відміною органів самоорганізації населення від «стандартних» громадських організацій є те, що останні формуються навколо спільних інтересів своїх членів – за відсутності спільності інтересів громадян не є членом громадської організації й існує від неї цілком незалежно, тим часом як органи самоорганізації об’єднують громадян за територіальним принципом, представляють усіх громадян певної території і «членство» громадян у цих органах є фактично автоматичне [7; 62].

На нашу думку, адміністрація кластеру має бути представлена саме органом самоорганізації населення (відповідно сільською громадою), створеним за підтримки місцевих бізнесових структур у сфері туризму та органів місцевого самоврядування.

Основними засновниками (ініціаторами створення) Громадської Спілки „Туристичний кластер „Закарпаття”, на нашу думку, мають стати:

1. Управління по туризму та курортах Закарпатської обласної державної адміністрації;
2. Підприємства Закарпаття, які займаються діяльністю у сфері туризму;
3. Пансіонати, бази відпочинку, табори, туристичні комплекси Закарпаття;
4. Санаторно-курортні заклади Закарпаття;

5. Готельні підприємства Закарпаття.

Діяльність Спілки, як регіональної громадської організації, здійснюється за рахунок власних коштів, які утворюються виключно із вступних та членських внесків. Вищим керівним органом є з'їзд членів Спілки.

Розглянемо більш детально рівні туристичного кластеру Закарпаття. Перш за все відзначимо рівні розвитку районів Закарпаття, які було розроблено Інститутом реформ. Як свідчать результати найбільш розвиненими є Мукачівський та Ужгородський райони, а традиційні туристичні райони в основному віднесено до рівня розвитку вище середнього.

**Таблиця 1 Рейтингові оцінки районів по Закарпатській області (за даними Інституту Реформ)**

Рівень соціально-економічного розвитку районів				
Низький	нижче середнього	середній	вище середнього	високий
		Великобerezнянський, Воловецький, Іршавський, Міжгірський, Перечинський,	Берегівський, Виноградівський, Рахівський, Свалявський	Мукачівський, Ужгородський

З метою підвищення конкурентоспроможності підприємств туристично-рекреаційної галузі Закарпаття проведемо їх кластеризацію. Основними об'єктами кластерного аналізу оберемо найвідоміші оздоровниці Закарпаття, серед яких санаторії «Карпати», «Синяк», «Поляна», «Сонячне Закарпаття», «Квітка Полонини», «Шаян», «Верховина».

Як основні дані для проведення кластеризації санаторіїв обрано наступні: кількість обслужених осіб, середньооблікова чисельність працівників, ФОП, середньомісячна зарплата працівників, фінансовий результат від звичайної діяльності, загальний об'єм наданих послуг, рентабельність, прибуток, а також кількість обслужених осіб 1 працівником санаторію (табл. 2).

Перераховані характеристики, на нашу думку, найбільш повно відображають результати та специфіку фінансово-господарської діяльності санаторіїв.

Як свідчать результати кластеризації на початковому етапі перший кластер утворюють такі санаторії як «Поляна» та «Квітка полонини», до даного кластера приєднуються санаторії «Верховина» та «Шаян», «Карпати». За вихідними даними фінансово-економічних показників даний кластер санаторіїв Закарпаття можна назвати «санаторії середнього класу» за рівнем конкурентоспроможності.

Другий кластер санаторіїв Закарпаття матиме назву «санаторії високого класу» за конкурентоспроможністю і за результатами аналізу включає санаторії «Сонячне Закарпаття» та «Синяк». Як свідчать вихідні дані для кластерного аналізу зазначені санаторії за рядом показників, як то кількість обслужених осіб, чисельність працюючих, обсяг наданих послуг та отриманих фінансових результатів від звичайної діяльності, - лідирують серед інших об'єктів аналізу.

Результати кластерного аналізу методом прямих зв'язків, який відноситься до ієрархічних методів, свідчать, що санаторії Закарпаття розподіляються на два кластери за рівнем результативності їх діяльності та конкурентоспроможності. За результатами статистичної кластеризації до першого кластеру ввійшли санаторії «Карпати», «Синяк» та «Сонячне Закарпаття», а до другого «Поляна», «Квітка полонини», «Шаян» та «Верховина».

**Таблиця 2 Фінансово-економічні показники діяльності санаторіїв Закарпаття у 2011 р.**

Найменування санаторіїв	Кількість обслужених осіб (ед.)	Середньо облікова чисельність в еквіваленті повної зайнятості (ед.)	Фонд оплати праці (тис. грн.)	Фін. рез. від звичайної діяльності (прибуток/збиток) до оподаткування	Об'єм послуг (тис. грн.) (без ПДВ)	Рентабельність (%) ед.5 / (ед.6-гр.5)	Прибуток на 1 працівника (ед.) ед.5/ ед.3	Прибуток/ збиток на 1 грн. зарплати ед.5/ед.4	К-ть обслужених осіб на 1 працівника (ед.) ед.2/ ед.3
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
«Карпати»	7391	256	1689,1	956,3	9002	11,89	3736	0,57	29
«Синяк»	6197	195	1680,9	1193,9	8053,9	17,4	6123	0,71	32
«Поляна»	5413	252	1824,9	393,3	7721,6	5,37	1561	0,22	21
«Сонячне Закарпаття»	10515	460	3524,2	1779,8	16198,1	12,34	3869	0,51	23
«Квітка Полонини»	2207	145	1075,2	140,8	4688,3	3,1	971	0,13	15
«Шаян»	3887	128	976,4	386,6	4509,8	9,38	3020	0,4	30
«Верховина»	2349	99	659,9	51,1	2588,3	2,01	516	0,08	24
<b>Разом</b>	<b>37959</b>	<b>1558</b>	<b>11696,9</b>	<b>4978,3</b>	<b>53170</b>	<b>10,33</b>	<b>3195</b>	<b>0,43</b>	<b>24</b>

Таким чином, за всіма критеріями оцінки конкурентоспроможності санаторії «Карпати», «Синяк» та «Сонячне Закарпаття» значно перевищують значення показників групи «санаторіїв середнього класу».

Як свідчать дослідження у лавах підприємців панує справжня анархія: кожен бізнесмен задовольняє лише свої власні інтереси. «Підприємницька спільнота» насправді не є спільнотою, оскільки функціонує як феодальна система, у якій кожен окремих підприємець захищає свою справу від втручання держави та інших компаній. Створення кластерів та запровадження кластерної моделі поведінки підприємств робить реальною перспективу відновлення взаємної довіри в місцевому економічному середовищі та трансформації ізольованих фірм у підприємницьку спільноту [4; с.73].

Перш ніж проводити кластеризацію групи зеленого туризму, дамо визначення основних понять:

Зелений туризм – це туристська діяльність на території натуральних природних ландшафтів з елементами благоустрою, де існують умови для короткочасного відпочинку (від 5-10 годин до 1-2 днів), збору ягід та грибів, відпочинку на пляжах тощо [1].

До туристичної кластерної підгрупи Закарпаття, на нашу думку, потрібно включити бізнес-структури, що працюють у різних типах зеленого туризму:

1. *Сільський туризм* включає подорож і транзитне переміщення через сільську місцевість на машині, велосипеді, човні, верхи, а також проживання в сільських будинках. Сільський туризм пов'язаний як з відвідуванням сільської місцевості, так і з зацікавленістю науково-дослідною діяльністю, з відвідуванням релігійних місць і центрів (цей термін найбільш популярний у Франції).

2. *Аграрний туризм* включає все, що пов'язане із сільськогосподарською діяльністю, з певними подіями, святами, музеями, присвяченими виробництву сільськогосподарських продуктів і з традиціями та звичаями даного регіону (цей термін більш вузький, ніж попередній, застосовується переважно в Голландії і Німеччині).

3. *Фермерський туризм* включає усі форми туризму, безпосередньо пов'язані з певною фермою, незалежно від проживання, відвідування ферми проїздом із зупинкою в ній на обід, деяких розваг тощо.

Необхідність включення кластерної групи зеленого туризму викликана наступними обставинами:

1) насиченням ринку туристських послуг стандартними, традиційними продуктами, що не вносять розмаїття у відпочинок туристів (море, гори, маршрути, пов'язані головним чином з містами);

2) закономірним наростанням екологічної, фізичної і моральної руйнації туристських зон, що знижує їхню привабливість;

3) граничним динамізмом та автоматизмом сучасного міського способу життя.

Зміст відпочинку, запропонований підприємствами-учасниками кластерної підгрупи, на нашу думку, повинен включати наступні аспекти:

- історичний,
- екологічний,
- фольклорний,
- релігійний,
- екстрим,
- рекреаційний (оздоровчий),
- спортивний,
- сільськогосподарський.

Сільський туризм об'єднує в собі різні види. Серед занять, які можуть бути запропоновані відпочиваючим в наших умовах,— відвідини історичних місць, організація походів, просто прогулянки по лісу, лазня, катання на човні, конях, велосипедах, рибний лов і полювання, всілякі ігри, проведення свят і участь у них, власноручний збір фруктів і безліч інших, зумовлених особливостями місцевості і можливостями власників бізнесу.

Аналіз карти «зеленого» туризму в Україні доводить, що туристські зони та маршрути тяжіють до найбільш цінних елементів екологічного каркасу України — чистих річок, лісових масивів, морського узбережжя, озер та водоймищ, а також до архітектурних комплексів малих міст та сіл.

На основі даних «Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» можна запропонувати до прийняття до туристичного кластеру „Закарпаття” основні регіональні центри, які спеціалізуються у галузі зеленого туризму (рис.1).

Потенційними зеленими туристами кластерної групи вважаються, в першу чергу, мешканці індустріального сходу України та розвинутого заходу Європи, корінні городяни і цінителі українських народних традицій, люди з малим і середнім статком через низьку вартість відпочинку на селі.

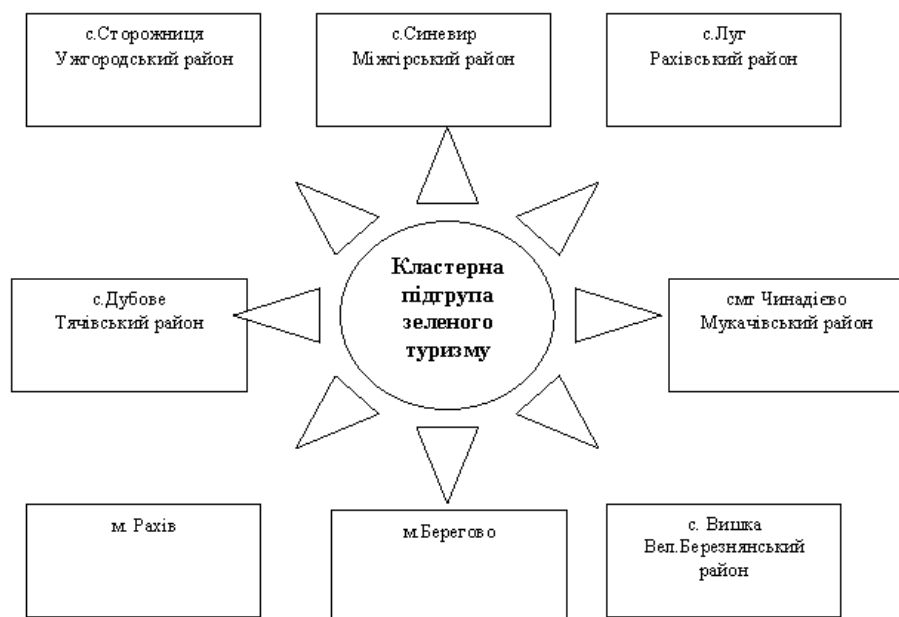


Рис. 1 Учасники кластерної підгрупи зеленого туризму „Закарпаття”

Реалізація проекту, на нашу думку, дасть змогу:

- ❖ відновити і зміцнити існуючу матеріальну – технічну базу туризму як виду економічної діяльності та важливого соціального інституту;
- ❖ створити якісний туристичний продукт;
- ❖ здатний максимально задовольнити потреби в ньому населення;
- ❖ забезпечити комплексний розвиток туристичної сфери;
- ❖ створити додаткові робочі місця;
- ❖ виготовити високоякісну туристичну рекламу продукцію про туристичні можливості Закарпаття та партнерів туристичного кластеру «Закарпаття»;
- ❖ налагодити співробітництво Закарпаття з містами – партнерами туристичного кластеру;
- ❖ поповнити надходження до місцевих бюджетів;
- ❖ підвищити інвестиційну привабливість міста та міст-партнерів туристичного кластеру «Закарпаття»;
- ❖ підвищити добробут територіальних громад.

З боку держави необхідним у покращенні конкурентоспроможності підприємств туристичного кластеру є послаблення податкового тиску та спрощення умов зовнішньої діяльності, а також забезпечення стійкої політичної ситуації в країні.

Крім того, важливо підтримувати уже наявний високий рівень рекреаційних можливостей та якості природних ресурсів Закарпаття, що потребує активної діяльності екологічних організацій та створення дієвої законодавчої бази екологічного права.

## ВИСНОВКИ

Таким чином, у майбутньому конкурентоспроможність підприємств сільських територій кластеру має бути покращена на 17,8% за всіма обраними критеріями для здійснення бенчмаркінгу. При цьому, на нашу думку, органічне кластерне бачення для туристичного кластеру „Закарпаття” має відбуватися строком на п'ять років, що становить середньострокову перспективу, а звучатиме кластерна місія наступним чином: підтримувати прибутковість туристичних підприємств сільських територій Закарпаття, надаючи високоякісні туристичні послуги і просуваючи їх кооперативно як на внутрішній, так і на зовнішній ринок.

## ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Зіемеле А. Аналіз сучасного стану та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні / А. Зіемеле // Туризм сільський зелений. – 2004. - №1.
2. Кульчицька Н. Сьогодні говорити про сільський туризм легко і модно / Н. Кульчицька // Туризм сільський зелений. – 2008. - №1.
3. Портер М. Международная экономика: Пер. с англ. / М. Портер. –М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
4. Соскин О.И. Роль кластеров как новой формы предпринимательского объединения в развитии города [Електронний ресурс] / О.И. Соскин, Т. Куртева // Севастополь на пути экономической и административно-территориальной реформы / Под общей ред. О. И. Соскина. – К.: Изд-во «ИТО», 2005. – Режим доступу: [http://sevastopol.osp-ua.info/ch-6\\_fl-rs\\_2.html](http://sevastopol.osp-ua.info/ch-6_fl-rs_2.html)
5. Філіпова І. Актуальні проблеми, які гальмують розвиток сільського зеленого туризму / І. Філіпова // Туризм сільський зелений. - 2003. - №1.
6. Clusters as a Vehicle for Small Medium Enterprise Development: an alternative perspective' Small Business Project, Johannesburg, 1999.
7. World Tourism Organization [Електронний ресурс].- Режим доступу: [www.worldtourism-org](http://www.worldtourism-org)

