

Кластери як основа комплексного розвитку туризму

Кластер є відносно новим інструментом підвищення конкурентоспроможності країни та каталізатором розвитку її специфічних галузей, соціальним мотиватором і політико-економічним інструментом управління. В основі розвитку кластерної взаємодії - поглиблення форм суспільного поділу праці. Різні фахівці по-різному трактують поняття «кластер»

Таким чином, кластер – це сукупність суб'єктів господарювання, яка засновується на об'єднанні людей або організацій, що мають взаємні економічні інтереси і спрямована на виявлення основних напрямків розвитку бізнесу, впровадження інновацій, підвищення продуктивності труда.

Кластерна стратегія надає регіону значні переваги та можливостей: для бізнесу, влади та навчально-освітніх закладів. Така співпраця призводить до більш ефективного використання ресурсів і допомагає розвивати потужні та динамічні кластери. Кластери сприяють загальному росту економіки. Формування і розвиток кластерів є ефективним механізмом залучення прямих іноземних інвестицій та активізації зовнішньоекономічної інтеграції. Перевагою є формування необхідних передумов для реалізації колективних маркетингових проектів. Об'єднання зусиль учасників кластера, включаючи спільне фінансування, дозволяє за рахунок досягнення ефекту економії від масштабу, знизити питомі витрати і підвищити результативність реалізованих проектів.

Основними напрямками їх реалізації є:

- спільне фінансування маркетингових досліджень;
- спільна реалізація рекламних кампаній та заходів щодо зв'язків з громадськістю;
- реєстрація і просування колективних товарних марок, продукції, що випускається учасниками кластеру;

- просування позитивного бренду кластера: репутація, набір очікувань та асоціацій, а також підвищення сприйняття престижності та якості послуг, що реалізуються організаціями, які входять до кластеру.

Підтримка реалізації колективних маркетингових проектів є важливою передумовою успішного залучення інвестицій на територію регіону, внутрішнього і в'їзного туризму, розширення експорту, залучення кваліфікованої робочої сили.

Реалізація кластерної політики сприяє зростанню конкурентоспроможності туристичного бізнесу за рахунок реалізації потенціалу ефективної взаємодії учасників кластера, пов'язаного з їх географічно близьким розташуванням, включаючи розширення доступу до інновацій, технологій, «ноу-хау», спеціалізованих послуг і висококваліфікованих кадрів, а також завдяки зниженню трансакційних витрат, що забезпечує формування передумов для реалізації спільних коопераційних проектів і продуктивної конкуренції.

Основними ознаками кластера є:

1. Сильні конкурентні позиції на регіональному, національному і (або) міжнародному ринках і (або) високий експортний потенціал учасників кластерів; високий потенціал експорту продукції та послуг.

2. Наявність конкурентних переваг, до яких можуть бути віднесені: вигідне географічне положення, наявність спеціалізованих кадрових ресурсів, наявність субконтракторів, спеціалізованих навчальних закладів та дослідницьких організацій, необхідної інфраструктури та інші чинники.

3. Географічна концентрація і близькість розташування учасників кластера, що забезпечує можливості для їх активної взаємодії.

4. Ефективна взаємодія між учасниками кластера, партнерство підприємств з освітніми та дослідницькими організаціями; практика координації діяльності щодо колективного просування товарів і послуг на внутрішньому та зовнішньому ринках.