

Туристичні кластери як спосіб комплексності розвитку регіонів

Перш за все, слід пояснити сутність «туристичних кластерів». Існує велика кількість визначень кластера. Це визначення порівняно молоде і ще остаточно не сформувалося у класичні рамки. Виникло воно природньо з потреб бізнесу як альтернатива не дуже ефективному галузевому розподілу економіки. Це можна також спостерігати в історії державного управління туризмом в Україні. Він був в культурі, спорті і молоді, інфраструктурі, економіці. При цьому, кожен раз це виглядало логічно, але чомусь не дуже працювало. Справа в тому, що туризм - це понад 50 галузей економіки.

Якщо казати простіше, то туристу не важливо, хто за все відповідає і як відбувається регулювання. Він хоче десь знайти інформацію про регіон, комфортно і вигідно доїхати, отримати допомогу при потребі, купити сувеніри і отримати інші додаткові послуги. Надають йому все це різні організації - як бізнес, так і державні. Але вся справа в тому, якщо їх дії не будуть скоординовані, турист не отримає бажаного результату відповідної якості. Тому таке об'єднання організацій у межах певної зони відпочинку для вирішення конкретних завдань і є кластером.

Туристичний кластер представляє собою систему взаємодії туристичних підприємств, постачальники базових та додаткових послуг для створення спільного туристичного продукту.

Кластер включає в:

- сектор виробництва туристичних послуг;
- сервісний сектор;
- допоміжний сервіс;
- сектор забезпечення життєдіяльності туристичного кластеру.

Можна сказати, що для ефективного функціонування туристичного бізнесу потрібно реалізувати ідеї стосовно необхідності координації дій усіх підприємств, які беруть участь у створенні туристичних послуг. Ця ідея може

бути реалізована саме завдяки туристичному кластеру. Визначення і характерні ознаки кластерів дають можливість запропонувати його коопераційну систему, яка розроблена за відомими аналогами промислових кластерів.

Активна роль у створенні кластерів у туристичній сфері належить органам влади, але важливу роль також можуть відіграти такі утворення, як, наприклад, Національна Туристична Організація або місцеві туристичні асоціації. Ці установи займають місце між бізнесом, виконавчою та законодавчою владою і можуть проявити розумну ініціативу з урахуванням інтересів усіх сторін. До завдань місцевих туристичних асоціацій може входити ініціювання і координація процесу вияву, аналізу, активізації компаній туристичного спрямування та фірм, що можуть мати з ними ділові стосунки. Саме місцеві туристичні асоціації можуть розробити конкретну програму щодо розвитку кластера.

Кластер дає можливість ведення конструктивного та ефективного співробітництва між спорідненими сферами виробництва, їх постачальниками, інститутами та державними установами, саме завдяки цьому виражається його головний довгостроковий ефект.

Що стосується співвідношення державного і ринкового регулювання туристичного бізнесу у формуванні ефективної діяльності кластерів, то ця роль дуже важлива, але у той же час і делікатна. Потрібно забезпечити необхідні базові умови, але у той же час не допустити виникнення монополізму. Теорія М. Портера передбачає існування «ромба взаємних інтересів» (модель «Даймонд»), де виділяються чотири взаємопов'язані блоки:

- 1) умови для чинників виробництва;
- 2) контекст для стратегії фірми і конкуренції;
- 3) стан попиту;
- 4) споріднені галузі та галузі, що підтримують виробництво.