

УДК 379.851

DOI: 10.31359/2312-3427-2018-400

**Д.С. Войт, канд. екон. наук, докторант
Міжнародний університет бізнесу і права**

Д.Ф. Діденко, здобувач

Київський національний університет культури і мистецтв

Ю.А. Колодруб, студентка

Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИННОГО ГАСТРОТУРИЗМУ ШЛЯХОМ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ

Сьогодні туризм є важливою галуззю економіки будь-якої країни, в тому числі України. Обираючи подорож, туристи починають все більше цікавитися історією, культурою напрямку. Одним із таких видів є винний гастротуризм. На сьогоднішній день в Україні виноробні є самостійними одиницями, які конкурують між собою та не співпрацюють з підприємствами суміжних галузей. Проте для того, щоб продовжити розвивати як підприємства, так і туризм, потрібно зрозуміти необхідність інтеграції даних підприємств. Актуальність теми дослідження зумовлена повільними темпами розвитку туризму та відсутністю розуміння необхідності впровадження кластерного підходу в туристичну галузь України. У статті розглянуті теоретичні аспекти кластеризації та гастротуризму, дано визначення цим поняттям, проаналізовано стан виноробства в Україні. Для розвитку сфери туризму в Україні обґрунтовано необхідність створення туристичного кластеру Причорноморського регіону.

Ключові слова: *кластер, кластеризація, гастротуризм, туризм, виноробство.*

Постановка проблеми. На зміну пасивному однотипному відпочинку приходять більш активний та вид відпочинку. Обираючи подорож, туристи бажають починають все більше цікавитися історією, культурою напрямку. Одним із таких видів є винний гастротуризм. На сьогоднішній день в Україні виноробні є самостійними одиницями, які конкурують між собою та не співпрацюють з підприємствами суміжних галузей. Проте для того, щоб продовжити розвивати як підприємства, так і туризм потрібно зрозуміти необхідність інтеграції даних підприємств і, в перспективі, створення кластеру гастротуризму.

Аналіз останніх досліджень. Питання створення, функціонування і розвитку кластерів можна знайти в роботах як зарубіжних, так і вітчизняних вчених. Серед них: В. Прайс, Х. Шреплер, М. Портер, Є. Безвушко, М. Войнаренко, А.Маршал, І. Таленадо, С. Куніцин, Л.Романюк, С Соколенко, С. Ткачова, та ін.

Розвиток саме туристичних кластерів досліджували такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як Р. Браймер, Ф. Котлер, Е. Мейкенз, В. Мідлтон, Р. Оскен, Дж. Боуен, Ю.В. Алексеев, К.А. Андрющенко, Н.М. Внукова, Л.І. Гонтаржевська, П. Ебергардт, Д.М. Стеченк, С.К. Харчікова, Е.В Щепанський та ін.

В їхніх дослідженнях різняться науковими підходами щодо вибору моделей і формування кластерів. Проте багато аспектів вимагають ширшого кола наукових досліджень.

Формулювання цілей статті. Дослідити можливість створення і функціонування кластеру гастротуризму Причорноморського регіону з метою розвитку туристичної галузі України

Виклад основного матеріалу. Формування інноваційних кластерів є однією з перспективних форм економічної інтеграції. Вони являють собою групи підприємств, фірм, організацій та установ, діяльність яких знаходиться в одній (чи споріднених) сферах бізнесу за економічними інтересами та регіональною ознакою. Перевага і новизна кластерного підходу полягають у тому, що він надає високої значущості мікроекономічній складовій, а також територіальному і соціальному аспектам економічного розвитку.

Сьогодні кластеризація є тією формою внутрішньої інтеграції та кооперування, що здатна забезпечити як стійкість, так і синергічний ефект протидії тиску глобальної конкуренції з боку монопольних транснаціональних корпорацій. Найважливішим показником діяльності кластерів є забезпечення високої конкурентоспроможності їх продукції на ринку, тому кластерний розвиток туристичних дестинацій як окремих регіонів країни є однією з характерних ознак сучасної інноваційної економіки.

Крім того, кластери представляють собою таку комбінацію конкуренції та кооперації, коли об'єднання в одних сферах допомагає успішно вести конкурентну боротьбу в інших [4].

Головна концепція кластерної теорії - це об'єднання окремих елементів в єдине ціле для виконання у взаємодії певної функції або реалізації певної цілі.

Кластер в економічній літературі визначається як індустріальний комплекс, що сформувався на основі територіальної концентрації мереж

спеціалізованих постачальників, основних виробників і споживачів, що пов'язані технологічним ланцюгом. Вважається, що основи кластерної теорії були закладені в кінці ХІХ століття А. Маршалом, а термін „кластер” першим ввів М. Потер в 80-ті роки ХХ століття. У його трактуванні кластер — це сукупність вертикальних (покупець-постачальник) чи горизонтальних (спільні клієнти, технології, посередники) взаємозв'язків. М. Портер аналізує кластери переважно в якості галузевих об'єднань [3].

З погляду чинного законодавства України, в інноваційній сфері „кластер” підпадає під класифікацію „інноваційна структура”. Порядок створення і функціонування інноваційних структур регламентується Постановою Кабінету міністрів України від 22.05.1996 р. № 549 „Про порядок створення і функціонування технопарків та інноваційних структур інших типів” [5]. Згідно з п. 2 цього документа „інноваційна структура - це юридична особа будь-якої організаційно-правової форми, яка створена відповідно до законодавства (вид А), або група юридичних осіб, яка діє на підставі договору про спільну діяльність без створення юридичної особи і без об'єднання вкладів її учасників (вид Б), за певними сферами діяльності і типом функціонування, орієнтованими на створення та впровадження наукоємної конкурентоспроможної продукції”. Відповідно до п. 4 Порядку визначено, що ініціатором створення інноваційної структури можуть бути центральні та місцеві органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, підприємства, організації незалежно від форм власності [4].

Перспективною сферою для створення кластерів є туризм. Туризм є галуззю, що динамічно розвивається, яка кожного року розщеплюється на ще більше видів та напрямків. Здебільшого це спричинено «однотипністю» відпочинку. Результатом цього є тематичний туризм. Однією із таких форм туризму, яка зараз набирає популярність, є гастротуризм.

Гастрономічний туризм - це різновид туризму, пов'язаний з ознайомленням та дегустацією національних кулінарних традицій країн світу [7].

Розвиваючи далі питання створення кластерів у гастротуризмі, слід зосередитися на певному підвиді гастротуризму. Ми пропонуємо створити кластер у сфері винного гастротуризму. Це рішення спричинене низкою факторів, наведених нижче.

Україна входить в найпродуктивніших європейських регіонів. Найпродуктивніший - тому що саме тут клімат найкраще підходить для винограду: йому завжди було "комфортно" в помірному континентальному і теплому субтропічному кліматі Європи.

Наявність в Україні 9 виноградних макрозон і 46 мікрозон дозволяє стверджувати, що Україна - країна, здатна виробляти вина у великій кількості і представляти на ринку багато ексклюзивних торгових марок, адже вина називаються переважно за місцем їх походження. На наступній карті (рис.1) виділені макрозони, які, як і на світовій мапі виноградарства, тісняться поруч: в Одеській області 3 макрозони і 16 мікрозон, в Херсонській - відповідно 2 і 10, в Миколаївській - 2 і 12, одна макрозона в Запорізькій області; окремо в цій компанії розташувалася Закарпатська область, в якій 1 макрозона і 12 мікрозон [2, 8].

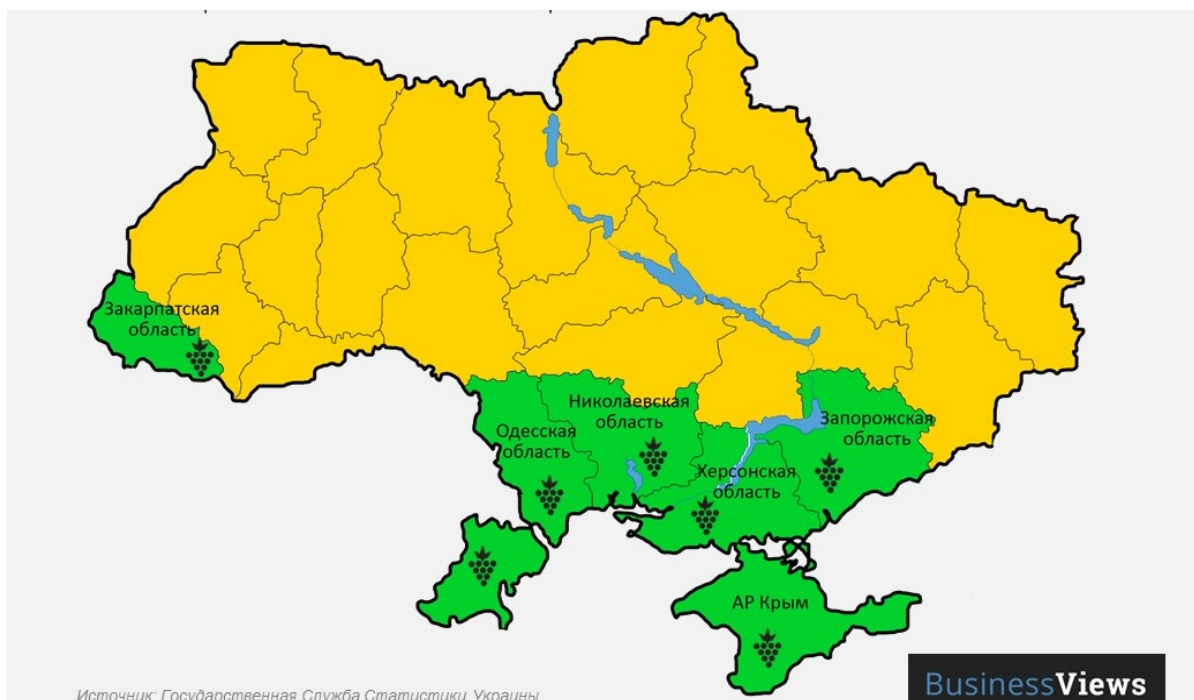


Рис. 1. Виноградні зони України [2, 8]

Туристичні кластери формуються на базі туристичних активів в регіоні і складаються з підприємств різних секторів, пов'язаних з обслуговуванням туристів, наприклад, туристичних операторів, готелів, сектора ресторанного бізнесу, виробників сувенірної продукції, транспортних підприємств та інших.

Наведемо приклад формування інтеграційних процесів сектору туризму (рис.2). З рисунку видно, що горизонтальна інтеграція проходить шляхом взаємодії виробників туристичних послуг, дистриб'юторів туристичних послуг та споживачів. Розглядаючи випадок формування кластеру у галузі винного гастротуризму, виробниками туристичних

послуг виступають виноробні, дистриб'юторами – туроператори, які пропонують послугу споживачам, тобто туристам.

Вертикальна інтеграція, в свою чергу, включає транспортування туристів (транспортні підприємства), харчування (ресторанний бізнес), розміщення у готелях або базах відпочинку (якщо тур триває два і більше днів), забезпечення їх розважальною програмою (наприклад, заїзди на фестивалі, міські свята тощо) та екскурсіями, дегустації (забезпечуються виноробнями), а також можливість купити сувенірну продукцію на місці розміщення виробника туристичної послуги (виробники сувенірної продукції).

Також на рисунку наведена схема взаємозв'язку туристичних операторів та посередників. Приймаючими агентами є виноробні, які пропонуються до відвідування туроператорами, а туристичні гідни та екскурсіводи є посередниками між туроператорами та виноробнями.



Рис. 2. Формування інтеграційних процесів в сфері туризму

Ми вважаємо, що вдалим прикладом просторового регіонального кластера для Причорноморського регіону України є туристичний маршрут, який не лише вибудований тематично, але й має спроектовану програму та спланований за часом надання комплексу послуг, що найповніше задовольняє потреби туристів у різноманітних послугах та забезпечує тісний зв'язок всіх учасників процесу обслуговування в єдиній системі. Тематикою маршруту обираємо виноробні Південного регіону України.

Далі постає питання створення найоптимальнішого туристичного маршруту. Тривалість туру пропонується 2 дні – субота, неділя. Сьогодні в Причорноморському регіоні України (Одеська, Миколаївська, Херсонська області) існує 9 виноробень. Включати у програму туру виноробні будемо шляхом найбільш ефективного використання часу при переїздах. Таким чином обрали 4 виноробні:

1. Виноробне господарство князя М. П. Трубецького (с. Веселе, Херсонська область).
2. Кobleво (с. Виноградне, Миколаївська область).
3. Центр культури вина Шабо (с. Шабо, Одеська область).
4. Бейкуш (с. Чорноморка, Миколаївська область).

Тепер розробимо оптимальний план дводенного туру «Виноробнями Півдня» (табл. 1).

Отже, використання кластера туристично-рекреаційного регіону дасть змогу:

- орієнтувати діяльність кожного учасника на потреби ринку через використання узгодженої загальної стратегії;
- розширити систему збуту, зменшити витрати на постачання та збуту за рахунок розвитку внутрішньої системи постачання і єдиної системи розповсюдження продукції й послуг;
- встановити взаємозв'язки, які роблять учасників кластера сильнішими порівняно з тими підприємствами, які працюють поодиночі;
- створити унікальні передумови для розвитку інноваційної діяльності;
- стабілізувати господарську діяльність учасників, що дозволить збільшити кількість робочих місць і рівень заробітної плати;
- спростити доступ до ринкової інформації за рахунок створення загальної кластерної інформаційно-аналітичної системи [1].

Також на карті Південного регіону графічно зображено маршрут винного гастрономічного туру.

1. План винного туру «Виноробнями Півдня»

День 1	
6:00	Виїзд з м. Миколаєва.
9:00-12:00	Екскурсія по виноробні князя Трубецького, дегустація вин, можливість купити вина та сувенірну продукцію в місцевому магазині.
12:00-13:00	Обід.
13:00-17:00	Переїзд до с.Виноградне, Миколаївська обл.
17:00-19:00	Екскурсія по виноробні «Коблево», дегустація вин, можливість купити вина та сувенірну продукцію в місцевому магазині.
19:00-20:00	Вечеря. За бажанням є можливість відвідати устричну ферму.
21:00	Поселення в готелі в с.Коблеве. Можливість
День 2	
9:00-10:00	Сніданок.
10:00	Виїзд з с.Коблеве, переїзд до с.Шабо, Одеська обл.
12:30-14:30	Екскурсія по виноробні «Шабо», дегустація вин, можливість купити вина та сувенірну продукцію в місцевому магазині.
14:30-15:30	Обід.
15:30-18:00	Переїзд до с.Чорноморка, Миколаївська обл.
18:00-20:00	Екскурсія по виноробні «Бейкуш», дегустація вин, можливість купити вина та сувенірну продукцію в місцевому магазині.
21:30	Повернення до м.Миколаїв.

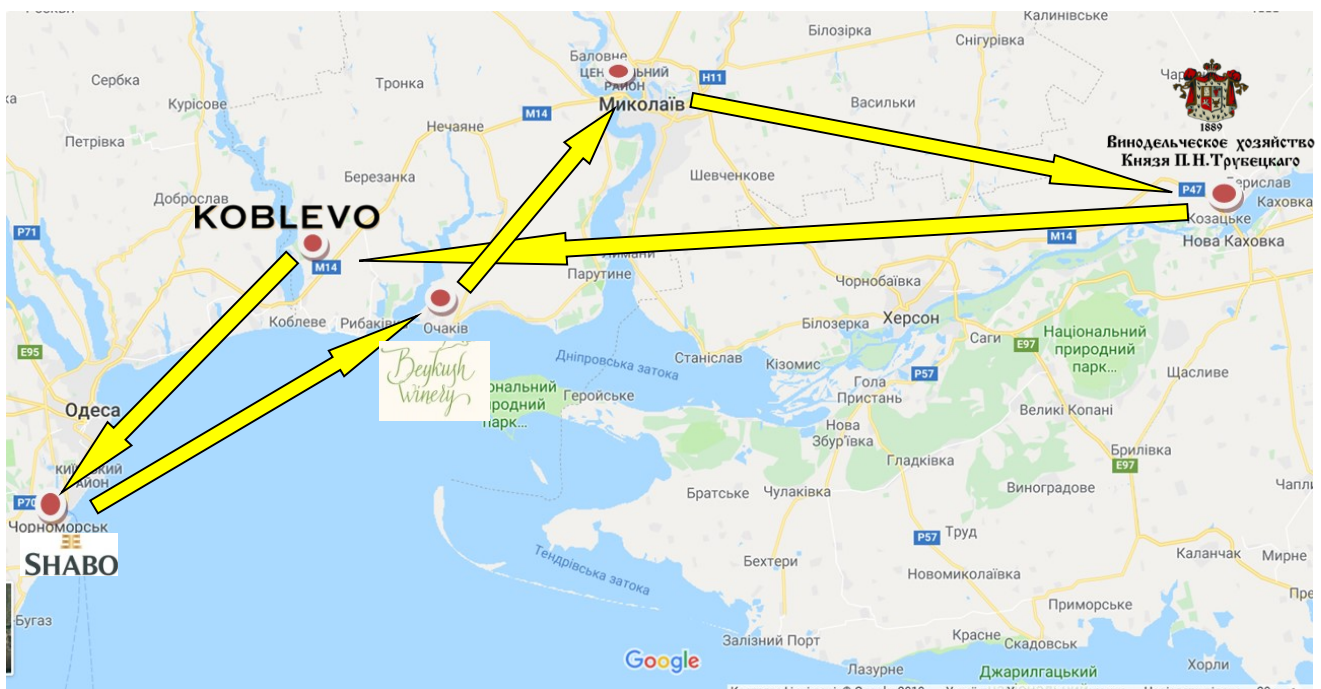


Рис. 3. Карта туристичного маршруту

Таким чином, можна коротко сформулювати ефективність створення кластеру за різними сферами діяльності: економічна, правова, соціальна, туристична (табл. 2).

2. Ефективність застосування кластерів за різними сферами впливу

№ п/п	Сфера впливу кластеру	Ефективність застосування кластеру
1	Економічна	Розвиток туристичної інфраструктури.
2	Правова	Формування нормативно-правових актів, які б відповідали поставленим вимогам туристичної галузі.
3	Соціальна	Збільшення кількості робочих місць і заробітної плати.
4	Туристична	Збільшення кількості туристів, розвиток туристично-рекреаційних зон, розробка нових видів туристичних продуктів.

Висновки із цього дослідження. Сьогодні кластеризація є тією формою внутрішньої інтеграції та кооперування, яка здатна забезпечити стійкість та конкурентоспроможність на ринку. Перспективною сферою для створення кластерів є туризм. Туризм є галуззю, що динамічно розвивається. Винний гастрономічний туризм все більше набуває популярності, адже Україна має сприятливі умови для вирощування виноградників, а отже є що запропонувати туристам. Вдалим прикладом створення кластеру може стати гастрономічний винний маршрут у Причорноморському регіоні України. В даному випадку будуть задіяні виноробні підприємства, устрична ферма, ресторани і готелі, виробники сувенірної продукції. Така інтеграція дасть змогу розвинути туристичну інфраструктуру, збільшити кількість робочих місць і заробітну плату, збільшити кількість туристів тощо. Отже, результат формування кластеру є досить значний.

Бібліографічний список: 1. Багрій М.В. Кластер – перспективний напрям розвитку туристично-рекреаційного регіону // Ефективна економіка № 6. – 2014. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>. 2. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. 3. Кальченко О.М. Кластеризація в туристичній галузі // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. – 2009. – № 39. – С. 186-195. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://tourlib.net>.

4. Михайліченко Г.І. Формування інноваційних туристичних кластерів як конкурентної переваги розвитку регіону // Збірник наукових праць "Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2012. – С.341-349. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://tourlib.net>. 5. Постанова Кабінету Міністрів України від 22.05.1996 р. № 549 „Про порядок створення і функціонування технопарків та інноваційних структур інших типів”. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua>. 6. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 року №168-р «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua>. 7. Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму: підручник / Ф.Ф. Шандор, М.П. Кляп. – К.: Знання, 2013. – 334 с. 8. 9 графиков и карт в поддержку украинского виноделия // BusinessViews [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://businessviews.com.ua>. 9. Іртищева І.О. Орієнтири інвестиційно-інноваційного розвитку туристично-рекреаційного комплексу регіону / Д.С. Войт, І.О. Іртищева // Міжнародна науково-практична конференція [Сучасні особливості формування і управління інноваційним потенціалом регіонального розвитку туризму та рекреації із залученням молодіжного ресурсу], (15-17 жовтня 2015 р., м. Тернопіль). – ТНТУ імені Івана Пулюя, 2015. – С. 27-29. 10. Іртищева І.О. Трансформація туристично-рекреаційного комплексу регіону / Д.С. Войт, І.О. Іртищева // IV Міжнародна науково-практична конференція [Структурні трансформації національних економік в глобальному вимірі], (6 листопада 2015 р., м. Миколаїв). – МНУ імені В.О. Сухомлинського, 2015. – С. 90-92.

Войт Д.С., Диденко Д.Ф., Колодруб Ю.А. Перспективы развития винного гастротуризма путем кластеризации. Сегодня туризм является важной отраслью экономики любой страны, в том числе Украины. Выбирая путешествие, туристы начинают все больше интересоваться историей, культурой своего направления. Одним из таких видов является винный гастротуризм. На сегодняшний день в Украине винодельческие предприятия являются самостоятельными единицами, конкурируют между собой и не сотрудничают с предприятиями смежных отраслей. Однако для того, чтобы продолжить развивать как предприятия, так и туризм, нужно понять необходимость интеграции данных предприятий. Актуальность темы исследования обусловлена медленными темпами развития туризма и отсутствием понимания необходимости внедрения кластерного подхода в туристическую отрасль Украины.

В статье рассмотрены теоретические аспекты кластеризации и гастротуризма, дано определение этим понятиям, проанализировано

состояние виноделия в Украине. Для развития сферы туризма в Украине обоснована необходимость создания туристического кластера Причерноморского региона.

Ключевые слова: кластер, кластеризация, гастротуризм, туризм, виноделие.

Voit D., Didenko D., Kolodrub Y. Perspectives of the development of wine gastronomic tourism by clusterization. Nowadays tourism is an important branch of the economy of any country, including Ukraine. More active kinds of rest come in place of a passive one. Choosing a trip tourists are becoming more interested in history and culture directions. One of these new kinds of tourism is wine gastronomic tourism. Today in Ukraine, wineries are independent units that compete with each other and do not cooperate with the enterprises of related industries. However, in order to continue developing both companies and tourism, we need to understand the importance of integrating these things. The relevance of the researched topic is due to the slow development of tourism and the lack of understanding of the need to implement a cluster approach in the tourism industry of Ukraine.

The article deals with the theoretical aspects of clustering and gastronomic tourism. The definition of this concept is also given. During the analysis it was revealed that Ukraine has 9 macro and 46 micro zones of growing grapes that suggest that Ukraine is able to produce wine in large amount and to present many exclusive brands to the market.

Creating a tourism cluster is substantiated for the development of the Black Sea region of Ukraine.

We believe that a successful example of a spatial regional cluster for the Black Sea region of Ukraine is a tourist route which is not only thematically built, but also has a planned program and scheduled time providing a range of services that most fully satisfies the needs of tourists in a variety of services and provides a close connection of all the participants in a holistic system. We offer a tourist route "Wineries of the South." This tour lasts for 2 days and includes four wineries: The Prince Trubetskoy Winery, Beykush Winery, Koblevo, the Center of wine culture "Shabo".

The result of clustering in tourism will be the development of tourism infrastructure, an increase of the number of tourists, the development of tourist and recreational areas, the development of new types of tourist products, increase in the number of jobs and wages. So, the creation of tourist clusters is a required condition for the development of the tourism industry in the region.

Key words: cluster, clustering, gastronomic tourism, tourism, winemaking, winery.