

## **ФРАКТАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ТУРИСТСЬКО-РЕСТОРАННИХ КЛАСТЕРІВ**

**Селютін С.В.** асистент

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Сучасним ефективним підходом у дослідженні економічних систем є фрактальний, який передбачає їх розгляд як самоподібних і таких, що самоорганізуються. Фрактали у підприємстві розглядаються як «фрактальні фабрики», які є центрами відповідальності. Кожний елемент фрактала схожий на весь фрактал і розвивається за еволюційними принципами. На певному етапі розвитку фрактальні фабрики конкурують. Але організаційний розвиток приводить до необхідності кооперуватися і формувати утворення більш високого рівня організації, такі як кластери. Розвиток будь-якої системи проходить певні стадії, які відповідають еволюційним принципам (необхідності, достатності, керованості, самоорганізації, змінності, структурно-функціональної системності, єдності та нескінченності). Саме на стадії розвитку, коли актуалізується принцип структурно-функціональної системності і формується ієрархія галузевих і міжгалузевих структур, з'являється потреба в інтеграції. Досвід економічного розвитку провідних країн світу свідчить про ефективність зміщення акцентів з конкуренції в бік кооперації, оскільки конкуренція містить високі ризики саморуйнування, а кооперація спрямована на ефективну співпрацю. Від того, наскільки ефективно використано принцип структурно-функціональної системності залежить вихід системи на рівень вищого потенціалу, який визначатиме її конкурентоспроможність. Інакше кажучи, кожна підприємницька структура має знайти своє місце в ієрархії економічних стосунків і сформувати систему зв'язків, найбільш доцільну для розвитку підприємства за умов, що сформувалися.

Дослідження технологічних, організаційних та економічних аспектів розвитку підприємств ресторанного господарства дозволило виділити фрактальні елементи, які мають холархічну структуру і розташовані у такій послідовності: продукція власного виробництва (страви) та покупні товари; технології виробництва та обслуговування; сукупність бізнес-процесів та системи управління ними (взаємодія суб'єкта та об'єкту); потенціал системи ресторанного господарства, сформований відповідно до попиту на ресторанну послугу; еволюційні та революційні зміни; ієрархічна організація системи ресторанного

господарства (тип закладу, формат, статутні та договірні об'єднання); конкурентоспроможність системи.

З точки зору туристичного бізнесу холархічна структура туристичної «фрактальної фабрики» буде іншою. Очевидно, більш складним стає перший фрактальний елемент. Він міститиме екскурсійний продукт, послуги з проживання харчування, трансферу. Відповідно, стає складнішим і другий елемент – технології. Подальший розвиток туристичної системи за ієрархічним підходом може призвести до зростання складності, але таке зростання буде супроводжуватися суттєвим зниженням ефективності. Однак, специфіка туристичної діяльності накладає обмеження на утворення складних організаційних форм за типом ієрархії. Натомість у цій сфері розповсюджені гетерархії з поліцентричним розподілом повноважень. Таким чином, туристичний бізнес як особлива форма організації економічних відносин визначає існування відносно простих самостійних форм, які поєднані тісними технологічними зв'язками і високою відповідальністю за надання комплексної туристичної послуги. Отже, їх можна розглядати як «фрактальні фабрики», які утворюють туристичний кластер.

За теорією фракталів, розвиток будь-яких фрактальних систем призводить до формування кластерів. В туризмі і ресторанному господарстві цей процес виглядає найбільш яскраво, оскільки зміст та умови надання туристичних і ресторанних послуг із самого початку визначають саме таку перспективу організації туристичної діяльності. Враховуючи ступінь розгалуженості, специфіку послуг, можна стверджувати, що кооперація підприємств туристичного, ресторанного, а також готельного бізнесу може здійснюватися лише за фрактальними принципами, а логічним завершенням цього процесу є формування кластерів. Слід також враховувати, що схильність вітчизняного ресторанного бізнесу до формування туристично-ресторанних кластерів більш висока, оскільки вона зумовлена звичкою українців харчуватися переважно вдома. Тому, турист в цьому сенсі розглядається як особливий об'єкт, на якого націлена увага рестораторів.

Отже, природна фрактальна сутність ресторанного і туристичного бізнесу спонукає підприємців до усвідомлення нових поглядів на організацію діяльності і пошук нових організаційних можливостей для підвищення її корисності та ефективності.