

І. З. ДУЦЯК, Ю. М. РИМАР (УКРАЇНА, ЛЬВІВ)
ОБҐРУНТУВАННЯ МІКРОКЛАСТЕРНОГО РАЙОНУВАННЯ
ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ЯК ТУРИСТСЬКОЇ ДЕСТИНАЦІЇ

Національний університет “Львівська політехніка”
 79057, вул. Чупринки, 130, Львів, Україна; kaf_turyzm_lp@ukr.net

On the basis of the theoretical substantiation of the types of tourism that it is expedient to develop in the Lviv region, the estimations of tourist resources concerning the mentioned types of tourism are carried out. The obtained data were used to reveal the microcluster tourist zoning of the Lviv region.

Особливості сучасної конкуренції у сфері господарювання, і в тому числі в галузі туризму, полягають в активному застосуванні інструментів територіального маркетингу. Виокремлення на дестинації районів з однотипними туристськими привабами дає змогу об'єднати зусилля в рекламуванні цих районів, тобто всіх підприємств галузі, об'єднаних у територіальних кластерах. Зважаючи на це важливо, щоб туристичне районування було виконане відповідно до територіального розподілу найважливішого туристичного ресурсу – розподілу туристських приваб.

Перш ніж обґрунтовувати туристичну кластерну структуру львівської області доцільно розмежувати суміжні терміни. Зокрема, *кластером* вважатимемо територію, яка є однією з декількох частин області (як адміністративної одиниці України). Об'єднання кількох областей називатимемо *макрокластером*. Окремі адміністративні райони області чи їх об'єднання (у межах кластерів) називатимемо *мікрокластерами*. З погляду просування цих різнорівневих територіальних об'єднань на ринку, в рекламі макрокластера буде мінімальна інформація про ту туристську привабу, яку активно розвивають на території всього макрокластера; у рекламі кластера додасться інформація про додаткові туристські приваби, характерні для території кластера; у рекламі мікрокластера додасться третя інформація – про третю групу туристських приваб, зосереджених на території мікрокластера. Згадана тривірнева рекламна інформація (яка інформуватиме про характер головних туристичних приваб кожної територіальної ділянки дестинації) може бути відображена в структурі візуальної інформації на логотипах туристських кластерів: на логотипі макрокластера достатньо відтворити символ одного виду приваб, на логотипі кластера до символу макрокластера додасться символ приваб, характерних для кластера, а на логотипі мікрокластера до згаданих двох символів додасться третій – символ туристських приваб, зосереджених на території мікрокластера.

Методологія виокремлення туристських мікрокластерів у Львівській області полягала у виконанні таких дій. На підставі теоретичних міркувань обґрунтовано, що на території окремих адміністративних районів Львівської області доцільно розвивати певний спектр видів туризму для в'їзних туристів, і певний спектр видів туризму для національних туристів. Це важливо, оскільки з погляду процедури математичного кластеризування, результат цих дій прямо залежатиме від того, які туристські ресурси будуть охоплені аналізом. Якщо ми в процедурі математичного кластеризування враховуватимемо ті туристські ресурси, які не розвиватимуться в області, то отримаємо кластери, не адекватні до розподілу використовуваних туристських ресурсів. Якщо, скажімо на якійсь території пріоритетно розвиватиметься якийсь один вид туризму, то врахування під час виокремлення меж цього кластеру ресурсів іншого виду туризму спотворить виокремлення однотипних суміжних районів, які доцільно об'єднати в мікрокластер.

Після визначення видів туризму, які доцільно розвивати на території Львівської області, виконано оцінювання туристичних ресурсів для згаданих видів туризму, що стало підставою для виконання дій математичної кластеризації. Унаслідок цих дій виявлено ті суміжні райони Львівської області, які мають подібні туристичні ресурси, і які отже, доцільно об'єднати у мікрокластери.