

МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ В УКРАЇНІ

© Коpecь Г.Р., Клімковська Я.М., 2012

Визначено перспективи розвитку туристично-рекреаційної сфери. Розглянуто проблеми удосконалення управління туристично-рекреаційною сферою.

Досліджено зарубіжний та вітчизняний досвід діяльності кластерів у туризмі. Розглянуто модель державної участі у регулюванні рекреаційної сфери, показано механізм функціонування туристичного ринку.

Визначено маркетингові аспекти розвитку туристичних підприємств у кластері. Ці методи забезпечують підвищення розвитку та зростання прибутковості туристично-рекреаційної сфери.

Ключові слова: кластер, класифікаційні характеристики кластерів, туристичний кластер, маркетингові методи, туристично-рекреаційна сфера.

MARKETING ASPECTS OF ACTIVITY OF TOURISM CLUSTERS IN UKRAINE

© KopetsG., Klimkovska Y., 2012

The article perspective of development tourism-recreation orb are considered. The ways of the decision of problems of improvement of management of development in tourism are considered. In the article problem of clusterization in economic of Ukraine also are considered.

Foreign and Ukraine experience of clusters introduction and activities are investigated. Models of state participation in regulation of recreation sphere are considered. Mechanism of functioning of tourism market is represented. Factors of introduction of cluster methods in tourism enterprises activity are considered.

Marketing aspects of development of tourism enterprises in clusters are determined. This method provides increase of development and profitability of tourism-recreation orb.

Key words: cluster, classification characteristic of clusters, tourism cluster, marketing methods, tourism-recreation orb.

Постановка проблеми. Удосконалення розвитку туризму в Україні зумовлене перспективами розвитку туристичної сфери та можливостями удосконалення діяльності туристичних підприємств на конкретній території. Актуальність розвитку туризму в Україні пов'язана із відповідністю державній стратегії у цій галузі, значною прибутковістю діяльності туристичних підприємств на основі використання значних історико-культурних, природно-рекреаційних та бальнеологічних ресурсів. Ефективність діяльності підприємств у галузі туризму значною мірою зменшується через непрофесійне управління галуззю, недостатню державну підтримку. Діяльність туристичних підприємств у кластері ґрунтується на світовому та вітчизняному досвіді, можливості залучення прямих іноземних інвестицій, високій конкурентоспроможності туристичних і рекреаційних ресурсів, щорічному збільшенню туристичних потоків, поступовому покращенню туристичної інфраструктури.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Державні та регіональні чинники розвитку туристичної галузі всебічно розглянуті такими вченими: Борисовим К.Г., Александровою А.Ю., Винниченко І.І., Балабановим І.Т., Квартальновим В.А., Школою І.М. Природні та соціально-екологічні проблеми туризму та рекреації розглянули Кравців В.С., Євдокименко В.К., Габрель М.М., Копач М.В. Інфраструктуру туризму всесторонньо розглянули українські дослідники Любіцева О.О., Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Проблеми формування регіональної кластерної політики присвятили свої дослідження Войнаренко М., Онишко С.В., Соколенко С., Макаренко М.В. Еволюцію кластерних моделей у глобальній економіці та регіональні аспекти дослідив Чужиков В.І. Структуру кластерів, позитивні та негативні чинники розвитку кластерів на території України дослідила Я.В. Григор'єва [1].

Кластерний аспект діяльності туристичних підприємств на території Західної України недостатньо досліджено, зокрема, неповністю вивчені переваги та недоліки діяльності туристичного кластера у м. Львові. Вважаємо, що ці аспекти слід вивчити глибше з метою впровадження у практичну діяльність туристичних підприємств.

Формулювання цілей дослідження. Мета роботи – визначити передумови розвитку кластерної моделі у туристичній галузі України, переваги та недоліки функціонування туристичних підприємств у кластері. Ефективне використання ресурсів туристичних фірм у кластері зможе підвищити професіоналізм менеджерів-координаторів розвитку туризму, працівників турфірм та збільшити доходи місцевих бюджетів, які залежать від ефективності діяльності туристичних підприємств на їх території.

Виклад основного матеріалу. У роботі розглянуто проблему розвитку кластерів в економіці України як ефективного механізму підвищення конкурентоспроможності. Визначено маркетингові аспекти діяльності туристичних підприємств у кластері. Цей підхід дасть змогу підвищити розвиток та прибутковість туристично-рекреаційної сфери.

Необхідно відмітити такі маркетингові аспекти діяльності туристичних кластерів в Україні:

- соціальна спрямованість маркетингових підходів, які застосовуються у діяльності туристичних фірм у кластері, в т.ч. під час формування стратегії, тактики та бюджету маркетингу туристичних фірм;
- доцільність використання державної та регіональної бюджетної підтримки туристично-рекреаційної сфери як важливого сектору економіки, визначального для завоювання країною конкурентних переваг та лідируючих позицій;
- застосування маркетингових інструментів за умови доцільного пільгового оподаткування туристичної галузі, окремих суб'єктів господарювання та туристичних об'єктів, державних дотацій та державних замовлень;
- розроблення та впровадження спеціальних державних програм, спрямованих на отримання кумулятивного соціального ефекту, який має маркетинговий характер;
- поєднання економічних функцій держави з ринковими елементами, маркетинговими та екологічними компонентами з метою сталого збалансованого розвитку України;
- встановлення та підтримання міжгалузевих зв'язків у розвитку туристично-рекреаційної сфери; доцільне впровадження маркетингових інструментів у туризм та рекреацію.

При цьому потрібно застосовувати зарубіжний досвід підтримки розвитку туристичних та рекреаційних підприємств, а саме:

- встановлення вигідних процентних ставок, зниження відсотків для отримання кредитів;
- оренда земельних ділянок та інфраструктури за цінами, нижчими від ринкових;
- усунення подвійного оподаткування за допомогою укладання угод із урядами інших країн;
- зниження митних ставок;
- надання гарантій на інвестиції для залучення ефективних іноземних інвесторів, зарубіжних партнерів для співпраці.

Світова практика свідчить, що кластер є ефективною формою діяльності та взаємодії підприємств [2, 3]. Кластер являє собою географічну концентрацію подібних, суміжних або додаткових підприємств з активними каналами для бізнес-транзакцій, комунікацій та діалогу, що поділяють спеціалізовану інфраструктуру, ринки та послуги і мають спільні можливості або загрози. Кластер – це галузеве, територіальне та добровільне об'єднання підприємницьких структур, які тісно співпрацюють із науковими та освітніми установами, громадськими організаціями та органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоспроможності продукції і сприяння економічному розвитку регіону. Кластерна ініціатива ґрунтується на співпраці та командній роботі, використовує енергію та ентузіазм лідерів, підтримку бізнесом локальних туристичних структур, індивідуальне бачення шляхів вирішення проблем, місцеві зв'язки та здатність залучати додаткові ресурси [2, с. 23].

Класифікаційну характеристику туристичних кластерів можна подати за такими ознаками, як:

- стадія розвитку (початковий, розвинений, зрілий);
- глибина кластера – основна змінна під час оцінювання стійкості (глибокий, неглибокий, невизначений);
- динаміка зайнятості (зростаючий, зменшуваний, стабільний);
- значущість (географічна) або за територіальним поділом праці;
- ступінь відкритості кластера;
- повнота використання туристичних і рекреаційних ресурсів;
- надійність каналів перерозподілу ресурсів;
- наявність державної підтримки туризму у кластері.

Переваги функціонування туристичних підприємств у кластері полягають у:

- збільшенні робочих місць;
- поліпшенні соціально-економічного розвитку, підвищенні соціальної захищеності;
- покращенні інвестиційного клімату та привабливості регіону;
- збільшенні кількості платників податків та бази оподаткування;
- розвитку виробничої та соціальної інфраструктури [4, с. 10–12].

В Україні концепція кластерів втілюється у життя, починаючи із 1998 р.

Сьогодні кластери функціонують у таких регіонах:

- хмельницькому (одяг; будівельні матеріали; зелений туризм);
- івано-франківському (туризм, декоративний текстиль);
- черкаському (транспортні перевезення);
- житомирському (добування та переробка каменю);
- одеському (виробництво вина);
- харківському (машинобудування);
- рівненському (деревообробка);
- харківському (транскордонний туристичний кластер);
- кам'янці-Подільському (туризм, “зелений” туризм);
- львівському (туристично-рекреаційна сфера, транскордонний туристичний кластер).

У 2008 р. на базі Харківського національного економічного університету, Белгородського державного університету був створений транскордонний туристичний кластер. Його діяльність поширюється на Золочівський та Гайворонський райони України та Російську Федерацію. Основною метою транскордонного туристичного кластера є відродження маршрутів сільського туризму та історичних пам'яток культури.

У Львівській області опрацьовується питання утворення та діяльності транскордонного туристичного кластера. Так, спільна стратегія розвитку українсько-польського транскордонного регіону (Волинська, Львівська, Закарпатська області та Люблінське і Підкарпатське воєводства Польщі) на період до 2015 р., яка була розроблена протягом 2007–2008 рр. у межах проекту “Новий рівень добросусідських відносин – розвиток польсько-української стратегії транскордонної співпраці” (програма INTERREG IIIA/TACIS CBC 2004–2006), передбачає одним із своїх основних пріоритетів розвиток туристично-рекреаційної сфери [3; 7, с. 55–57].

У зв'язку з цим важливими завданнями є такі:

- ідентифікація і розвиток українсько-польських прикордонних територій як єдиного туристичного регіону;
- розвиток інтегрованої системи маркетингу і популяризації польсько-українського транскордонного регіону в Україні, Польщі та інших країнах;
- підготовка висококваліфікованих менеджерів для обслуговування туристичного руху;
- створення потужної та інституційної інфраструктури розвитку туризму.

Створення транскордонного туристичного кластера є ефективним методом підвищення рівня розвитку туристичної індустрії регіону, дає змогу покращити якість туристичної продукції, поліпшити рівень взаємозв'язків між підприємствами, навчальними закладами, органами влади, знизити бар'єри виходу на нові ринки, сприяти розвитку суміжних секторів в економіці, зменшити рівень безробіття [4, с. 13].

У 2002–2003 рр. був створений туристичний кластер “Кам'янецький дивокрай” у Кам'янець-Подільському районі та кластер сільського “зеленого” туризму у Шепетівському районі, у 2006 р. – створено громадську організацію “Екокласт “Зелені Товтри” у Кам'янець-Подільському районі. Туристичний кластер “Кам'янець” у м. Кам'янець-Подільському об'єднав туристичні фірми, готелі, ресторани, юридичні фірми, музеї, заповідники. Члени кластера працюють над спільними проектами реконструкції та будівництва готелів, закладів харчування, розробкою нових туристичних маршрутів, розвитком сувенірної промисловості, беруть активну участь у створенні “Золотого кільця” туристичних маршрутів західного регіону України, що об'єднує цікаві історичні і архітектурні пам'ятки у містах Львові, Івано-Франківську, Ужгороді, Чернівцях та Кам'янець-Подільському [4, с. 20–21].

Для вирішення проблем розвитку туристичних кластерів в Україні необхідно здійснити такі заходи:

- внесення змін до законодавства щодо визначення поняття “кластер”;
- проведення інформаційної компанії серед потенційних учасників щодо роз'яснення конкурентних переваг кластерів в умовах перехідної та ринкової економіки;
- реалізація проектів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності учасників кластера [4, 5];
- підвищення ефективності системи підготовки кадрів, професійного навчання;
- використання (створення) промислових парків і технопарків як інфраструктури для розвитку кластерів;
- зниження адміністративних бар'єрів під час запровадження та регулювання діяльності кластерів.

Вітчизняні учені дослідили перспективи та маркетингові аспекти діяльності туристичних кластерів в Україні [6]. Доцільність туристичного кластера полягає у впровадженні методологічних підходів кластерної моделі регіонального розвитку, які будуються на основі конкурентоспроможності галузей (секторів) та сприятимуть підвищенню рівня та якості життя населення, подоланню бідності та безробіття, стабільному економічному зростанню галузей економіки, прискоренню і проведенню системних реформ у регіонах [7, с. 60–64].

На нашу думку, маркетингові аспекти діяльності туристичних кластерів дають змогу отримати такі переваги:

- зниження транзакційних витрат туристичних та рекреаційних підприємств;
- оптимізація використання фінансових та людських ресурсів туристично-рекреаційної інфраструктури;
- подальша комп'ютеризація та застосування інформаційних технологій за співпраці туристичних фірм;
- підвищення конкурентоспроможності туристичних та рекреаційних послуг;
- підвищення кваліфікації персоналу у результаті активної співпраці туристичних підприємств у кластері.

Під час діяльності туристичного кластера виникає можливість ефективнішого використання таких видів рекреаційних ресурсів:

- природних (зокрема, рекреаційних ландшафтів та природно-заповідних об'єктів);
- соціально-економічних (об'єктів інфраструктури, матеріально-технічної бази та трудових ресурсів туристичних та рекреаційних підприємств);
- культурно-історичних (архітектурних, історичних та подієвих ресурсів).

Дослідження та практика діяльності кластерів засвідчили, що під час об'єднання окремих аспектів діяльності малих підприємницьких структур у кластери підвищується інноваційність та інвестування нових оригінальних проєктів, прозорість та ефективність використання фінансових ресурсів, відбувається інтеграція зусиль влади, бізнесу, громадських інституцій та науково-освітніх організацій. При цьому можуть ефективно використовуватися висококваліфіковані кадри, маркетингові та рекламні ресурси, проводиться дослідження перспектив розвитку регіону (міста, району). У результаті зростають потенційні та фактичні можливості регіону, відбувається інвестиційне забезпечення пріоритетів його розвитку. Маркетингове, логістичне, рекламне забезпечення діяльності кластера на основі спільних маркетингових досліджень дасть змогу реалізувати спільний економічний інтерес діяльності туристичних підприємств у регіоні, забезпечить високий синергійний ефект не тільки на рівні окремих туристичних підприємств, але й їх спільної діяльності у мережових структурах. Вказані маркетингові та організаційні аспекти туристичного кластера уможливають успішно реалізовувати інвестиційні проєкти зарубіжних чи вітчизняних інвесторів.

Дослідження вітчизняних учених доводять ефективність діяльності туристичних кластерів не тільки у промислово розвинених регіонах, але й у сільських та депресивних регіонах. Вважаються перспективними туристичні кластери у м. Києві, Львові, Закарпатській та Чернівецькій областях.

Вітчизняні учені виділяють такі основні сектори у туристичному кластері:

- сектор виробництва туристичних послуг (туроператори, турагенти, заходи з розміщення, трансферу, харчування та організації дозвілля туристів);
- сервісний сектор (страхові, банківські, кредитні установи, навчальні та наукові установи, бізнес-центри, лізингові компанії);
- допоміжний сектор (сувенірні, поліграфічні, картографічні підприємства, телерадіокомпанії, органи влади, агенції регіонального розвитку, міжнародні і державні фонди, програми);
- сектор забезпечення життєдіяльності туристичного кластера (маркетингові, рекламно-інформаційні, логістичні, юридичні та аудиторські підрозділи) [1, с. 78].

Системний підхід у логістичному менеджменті включає такі аспекти:

- розгляд логістичних процесів як інтегрованої системи у сукупності функціональних підсистем та окремих елементів;
- інтеграція маркетингово-логістичного управління;
- внутрішня та зовнішня логістична інтеграція;
- ефективне управління логістичними витратами, оптимізація управління використанням усіх вкладів ресурсів. Нестача ресурсів може завдати удару відкритій міжнародній економічній системі, боротьба за ресурси може припинити співпрацю у важливих галузях, спричинити міждержавні або внутрішні конфлікти;
- мережева організація бізнесу “управління ланцюжком поставок” (Supply Chain Management).

На діяльність підприємств у туризмі впливають глобалізаційні чинники:

- вертикальний, горизонтальний та вертикально-горизонтальний зріз глобалізації (вплив діяльності міжнародних економічних центрів, створення та функціонування євро регіонів, транснаціональних корпорацій);
- ефективна діяльність туристичних кластерів (“Поділля Перший”, туристичного кластера у м. Львові).

Компанія Monitor Group обрала ключові критерії відбору кластерів у м. Львові:

- підтримка місцевого бізнесу та мешканців цієї території (міста);
- участь у соціальному розвитку;
- ефективне використання існуючих ресурсів та економічного потенціалу;
- залучення малого та середнього бізнесу;
- взаємна підтримка інших кластерів. (Кластер туризму у Львові взаємодіє з кластером Бізнес-послуг, Кластером Переvezення /логістика, Кластером Виробництво одягу/взуття [7, с. 40–41]).

Кластери туризму та бізнес-послуг у м. Львові визначено як ключові для економічного зростання міста. Джерелами фінансування проектів щодо створення кластерів можуть бути: кошти місцевих бюджетів, кошти венчурних фондів, інвестиції підприємств та організацій, гранти міжнародних організацій, а також кошти фінансових установ – учасників кластерів [7, с. 53–54].

Основні логістичні та маркетингові аспекти функціонування туристичних кластерів:

- ефективне використання інвестицій, пов'язаних з Євро-2012;
- збільшення кількості в'їзних туристів від 0,4 млн. до понад 1 млн. осіб впродовж наступних 5–10 років;
- зростання прибутковості туризму через використання цільових груп споживачів, позиціонування туристичного ринку, збільшення середніх витрат туристів і термінів їх перебування у місті [7, с. 41; 8].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Аналіз діяльності туристичних підприємств дає змогу дійти висновку про доцільність діяльності туристичних кластерів в Україні. Слід поширювати як світовий досвід діяльності туристичних кластерів (наприклад, в Іспанії), так і туристичних кластерів постсоціалістичних країн, досвід діяльності туристичних кластерів в Україні, зокрема туристичного кластера на Хмельниччині “Поділля Перший”, який діє з 1998 року та об'єднує п'ять кластерів та п'ять регіонів, туристичного кластера у м. Львові. Для подальшого розвитку поки що нечисленних туристичних кластерів в Україні потрібно завершити формування законодавчого та правового забезпечення щодо формування сприятливого підприємницького середовища для творчої та ефективної співпраці регіональної влади, бізнесових структур, наукових та освітніх установ у кластерах.

Перспективи подальших досліджень стосуються розроблення методичного забезпечення та важливих аспектів співпраці окремих секторів і туристичних організацій у туристичному кластері.

1. Григор'єва Я.В. Кластери як чинник активізації туристичної діяльності / Я.В. Григор'єва // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 7 – С. 73–79. 2. Алишева Н.В., Ковальова Ю.М. Різноманітність трактувань терміна “кластер” у працях вчених світу. – Донецьк, 2008. – 74 с. 3. Аналітична записка до Секретаріату Президента України “Обґрунтування доцільності реалізації кластерної моделі розвитку українсько-польського транскордонного співробітництва у сфері туризму”. – 18.11.2009 р. 4. Ковальова Ю.М. Кластер як новий інструмент модернізації економіки / Ю.М. Ковальова // Схід. – 2007. – № 5(83). – С. 9–13. 5. Захаров В. Промышленные кластеры и экономический рост / В. Захаров // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 12. – С. 19–23. 6. Добуш Ю.Я. Перспективи впровадження маркетингу в організаційно-управлінський механізм регулювання ринку рекреаційних послуг / Ю.Я. Добуш // Вісник Національного університету “Львівська політехніка” “Логістика”. – 2011. – № 706. – С. 63–71. 7. Кластер туризму. Львів'яни починають і перемагають, або чому варто втілювати стратегію вже сьогодні. Інститут міста. – Львів, 2010. – 120 с. 8. www.city-institute.org.