

УДК 35.75: 658.3(477.86)

ІННА ТКАЧІВСЬКА, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри теорії та методики фізичної культури, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

ORCID ID 0000-0002-8995-2483 inna.tkachivska@pnu.edu.ua

ГАЛИНА ГУМЕНЮК, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризмознавства і краєзнавства, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

ORCID ID 0000-0003-2859-8369 humenyukgalina@gmail.com

АНДРІЙ ГУМЕНЮК, кандидат наук з державного управління, асистент кафедри туризмознавства і краєзнавства, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

ORCID ID 0000-0002-7409-4498 a.humenyuk69@gmail.com

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ З ВИКОРИСТАННЯМ МАРКЕТИНГОВИХ ПРОЄКТІВ

INNA TKACHIVSKA, PhD in Education, Associate Professor of the Department of Theory and Methods of Physical Culture, Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Ukraine

HALYNA HUMENIUK, PhD in Education, Associate Professor of the Department of Tourism and Local Lore, Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Ukraine

ANDRIJ HUMENYUK, PhD of Sciences in Public Administration, assistant of the Department of Tourism and Local Lore, Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Ukraine

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ З ВИКОРИСТАННЯМ МАРКЕТИНГОВИХ ПРОЄКТІВ

У статті проведено аналіз розвитку туризму та туристичних кластерів (зокрема кластерів сільського туризму) в Івано-Франківській області; запропоновано перспективні напрями розвитку туризму в області шляхом створення кластерів; удосконалено обґрунтування сутності туристичних кластерів; окреслено основні проблеми сучасної регіональної політики розвитку кластерних ініціатив. У подальшому розкрито вплив кластерних ініціатив на соціально-економічний розвиток України та області зокрема. Представлено розвиток сільського зеленого туризму в регіоні, розробку маркетингових проєктів і стратегій щодо просування різноманітних видів відпочинку, пропонувані на цій території, а також участь у грантових програмах розвитку. Проаналізовано кластер

сільського туризму "Бойківський колорит" та основні його характеристики.

Ключові слова: інноваційні підходи, інноваційний турпродукт, регіональний туризм, туристичні кластери, фактори впливу, маркетингові проєкти.

Summary. The article analyzes the development of tourism and tourist clusters (in particular, clusters of rural tourism) in the Ivano-Frankivsk region, proposes promising directions for the development of tourism in the region through the creation of clusters, improves the justification of the essence of tourist clusters, outlines the main problems of the modern regional policy for the development of cluster initiatives. Further, the impact of cluster initiatives on the social and economic development of Ukraine and the region in particular is revealed. The development of rural green tourism in

the region, the development of marketing projects and strategies for the promotion of various types of recreation offered in this area, as well as participation in development grant programs are presented. The rural tourism cluster "Boykiv color" and its main characteristics are analyzed.

Key words: innovative approaches, innovative tourist product, regional tourism, tourist clusters, influencing factors, marketing projects.

Мета: дослідити стан розвитку туризму в області та вивчення конкурентних переваг від запровадження маркетингових проєктів на основі кластерних ініціатив.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Останніми роками все більшої популярності набирає створення кластерних ініціатив різного спрямування.

Завдяки запровадженню новітніх технологій та інновацій сфера туризму

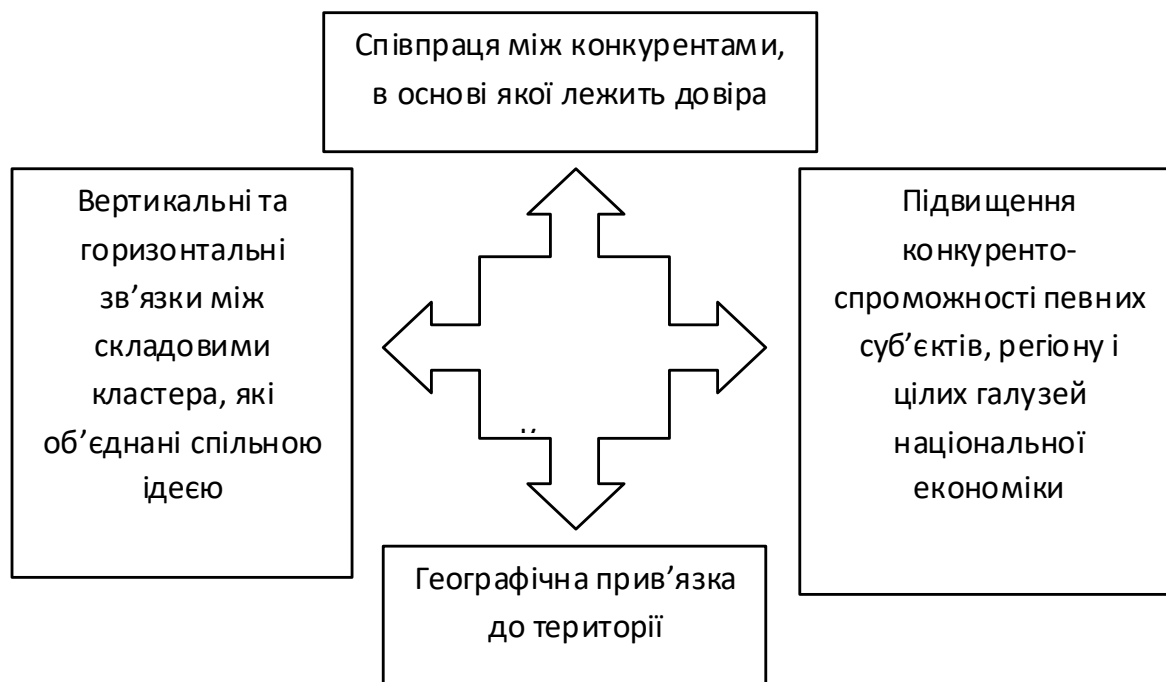


Рис. 1. Характерні риси, властиві поняттю «кластер»

му в Україні є надзвичайно прогресивною і приносить неабияку користь регіональному та національному розвитку.

Позитивне просування туристичної галузі країни за допомогою функціонування кластерів, об'єднання взаємопов'язаних галузей, розміщених на деякій території, приводить до створення нових робочих місць, історико-культурного розвитку та природно-ресурсного потенціалу регіону, а також сприяє стабільності. Актуальність статті зумовлена розвитком внутрішнього туризму, поширенням регіонального туризму на території Івано-Франківської області та об'єднання організацій задля зменшення фінансових витрат і отримання позитивного ефекту. Кластерні ініціативи привертають увагу громадськості, суб'єктів господарювання, територіальних громад і держави. Проте немає єдиного законодавчого акту, який регулював би діяльність кластерних угруповань. Особливої актуальності набирає розвиток туризму як у країні, так і в області в період пандемії коронавірусу.

Вклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах ефективним інструментом підвищення

конкурентоспроможності певного регіону чи галузі є кластери.

Існує багато підходів до визначення поняття "кластер". Найбільш поширеним є тлумачення, яке запропонував основоположник кластерного підходу М. Портер. Він стверджує, що кластер – це сконцентровані за географічною ознакою групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, фірм у відповідних галузях, а також споріднених з їхньою діяльністю організацій (наприклад, університетів, агентств зі стандартизації, торгових об'єднань) у певних галузях, які конкурують, але разом з тим і проводять спільну роботу (*The Cluster of Tourist...*, 2021, с. 24).

Кластер – це концентрація фірм, які здатні забезпечувати синергетичний ефект унаслідок їхньої географічної близькості та взаємозалежності навіть тоді, коли їхній масштаб, сфера зайнятості можуть не бути виразними або помітними, – зазначає С. Розенфельд (*Enter Gauja*, 2021).

Лоурен Е. Янг виокремлює поняття "кластерів фірм", які являють собою групи компаній, розміщених поруч, що в окремих випадках такі зосередження утворюють групи ком-

паній, які належать до однієї і тієї ж галузі (*Карпатський колорит...*, 2021). Також учений приділяє увагу ознакам кластера, які, на його думку, є основними. До цих ознак він відносить:

- географічну близькість до науково-дослідних університетів;
- формування кластера з непомітних маленьких приватних компаній;
- наявність певного кваліфікаційного рівня у працівників компаній, що мають на меті створення кластерних ініціатив.

Кластеризація в Україні в даний момент набирає активного розвитку. Поняття "кластер" досліджувалось і українськими вченими. Процес зростання даного сектора привернув увагу представників влади та бізнесу України.

Проаналізувавши наведені вище визначення вітчизняних і закордонних учених, можна зробити висновок про те, що не існує єдиного узгодженого терміна "кластер", проте в кожному з них є основні складові, які притаманні даному поняттю (Рис. 1).

Україна має багатий туристичний і рекреаційний потенціал: природні заповідники, унікальні пам'ятки культури, рівнинні і височинні території,

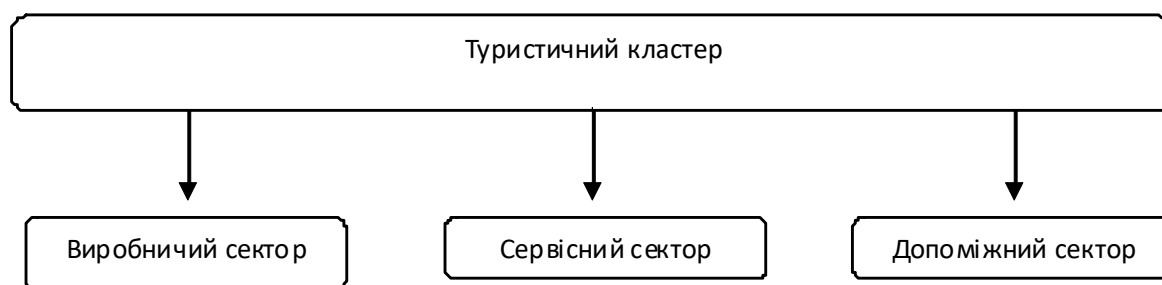


Рис. 2. Основні сектори туристичного кластеру

гори, море і навіть пустелі. Проте залишаються і фактори, які гальмують розвиток даної сфери: політична та економічна ситуація у країні, недостатня компетентність працівників сфери обслуговування, повільний розвиток туристичної інфраструктури й інвестиційного клімату та інше.

Туристичний кластер – це форма соціальної взаємодії, яка об'єднує туристичні підприємства, а також установи та організації допоміжних секторів економіки на певній території з метою створення унікального туристичного продукту. Процес кластеризації в туризмі є важливим компонентом економічного розвитку України, але в Державному бюджеті зовсім не передбачені фінансування чи допомога даній сфері. Ураховуючи досвід зарубіжних країн, державна підтримка слугує важливим фактором, що впливає на розвиток кластера, особливо на початковому етапі (Гуменюк, Польова, Гуменюк, 2022).

Створення туристичного кластера вимагає об'єднання різних складових для просування туристичного продукту та досягнення певної мети. Тому основною вважаємо співпрацю підприємств, організацій та установ, дослідницьких центрів тощо.

Як правило, формування туристичних кластерів передбачає щонайменше три сектори (Рис. 2).

Найважливішим з цих трьох є сектор виробництва. Він охоплює всі структури, необхідні для безпосереднього виготовлення і реалізації туристичного продукту. Даний сектор, у першу чергу, об'єднує туроператорів і турагентів, котрі будуть надавати основні туристичні послуги. Не менш важливою складовою є заклади розміщення і заклади харчування, які

мають готелі, хостели, туристично-оздоровчі центри і ресторани, кав'ярні, заклади швидкого харчування тощо. Для перевезення туристів важливими будуть автотранспортні підприємства, залізниці, авіапослуги, морський та інші види транспорту. Досить часто туристичні кластери створюються з метою розвитку певної місцевості, тому не обійдеться без участі різних атракцій: музеїв, театрів, кінотеатрів, парків, зоопарків, заповідників тощо.

З метою оцінки впливу кластерних ініціатив на соціально-економічний розвиток України визначимо основні причини створення кластера.

Однією з найважливіших причин вважаємо створення конкурентного середовища в інноваційному розвитку галузі шляхом об'єднання підприємств. Відповідно, чим більше підприємств, установ та організацій приєднуються до кластера, тим меншим буде ризик, а також зростатиме синергійний ефект. У сучасних умовах кластери є драйверами новітніх ринкових механізмів, що позитивно впливають на соціально-економічний розвиток країни, а саме:

- збільшення надходжень у бюджет - як місцевий, так і державний;
- збільшення зайнятості населення, що веде за собою скорочення міграційних процесів;
- збільшення інвестиційної активності;
- розвиток товарів вітчизняного виробника; вирішення екологічних і соціальних проблем тощо;
- прискорення розвитку підприємств, що беруть активну участь у роботі туристичного кластера;
- швидке розповсюдження інфор-

мації через учасників до постачальників і споживачів туристичного продукту;

- популяризація української культури.

Незважаючи на ці всі позитивні риси, в Україні функціонує небагато туристичних кластерів.

О. Михайленко стверджує, що кластери "прогресивно" впливають на соціально-економічний розвиток країни, діяльність організацій, які пов'язані з ними, а також те, що всі кластери є пріоритетними і безпосередньо позначаються на підвищенні добробуту людей (Гуцульські громади..., 2021).

На регіональному рівні держава може впливати на розвиток туристичних кластерів задля досягнення найбільшої ефективності. Перш за все, в основі формування туристичних кластерів в Україні закладений розвиток внутрішнього туризму. Як важко зараз не було б, зважаючи на COVID-9, саме період відупродження карантину 2020 р. став початком нового етапу в розвитку внутрішнього туризму у країні. Насамперед, розвиток кластерних ініціатив дає позитивний результат від участі в них учасників кластера. Ми вважаємо, що в сучасних умовах найважливішими і найпрогресивнішими з них є: органи влади, підприємницький і соціально-освітній сектори. На рис. 3 наведено переваги участі у кластері наведених вище його членів.

О. Тищенко розробив певну групу показників для визначення соціально-економічного розвитку території. Усі вони поділені на групи і становлять: виробничі показники, фінансово-економічні показники, показники "значущості" кластера на



Рис. 3. Переваги від участі у туристичному кластері

певній території, інвестиційні та соціальні показники (Карабін, Олексійовець, 2020).

Виробничі показники кластера містять такі характеристики: кількість обслуговуваних вітчизняних та іноземних громадян; середня тривалість перебування на території кластера; загальна кількість місця для обслуговування туристів; коефіцієнт використання місткості – як засобів розміщення, так і трансферів.

Фінансово-економічні показники є основними в діяльності кластера, як і в будь-якому виді традиційного підприємництва. Першочерговим завданням вважаємо отримання до-

ходів від наданих послуг у межах кластера.

Важливими також є обсяги надходжень від кластера у вигляді податкових надходжень (ПДВ, туристичний збір, ПДФО); співвідношення між бюджетними надходженнями та витратами; витрати на послуги, які надаються поза межами кластера тощо.

Показниками "значущості" кластера в територіальному розвитку є кількість штатних і позаштатних працівників; кількість суб'єктів, котрі здійснюють туристичну діяльність; роль кластера у створенні валового регіонального продукту (Карабін,

Олексійовець, 2020).

Ще одним аспектом впливу на соціально-економічний поступ бачимо розвиток окремих регіонів. Для прикладу, якщо створюється кластер сільського туризму, основна користь буде місцевим жителям, котрі надають різноманітні послуги для туристів, тим самим популяризуючи ту чи іншу місцевість.

За допомогою партнерства, яке базується на добровільних основах, між туристичною сферою та іншими допоміжними галузями розробляються системи підготовки кадрів з використанням сучасних технологій. Маючи на увазі навчання і підвищен-

Таблиця 1

Пріоритетні напрями розвитку туризму на території кластера

Вид туризму	Пропозиції для реалізації
Екологічний	- Прокладання екостежок; - створення пунктів спостереження за фауною; - проведення дитячих екологічних таборів
Сільський зелений	- Участь туристів у сільському побуті; - типові сільські заняття (сироваріння, доїння)
Екологічний	- Співпраця з Центром спадщини Вигодської вузькоколійної залізниці; - екскурсії до Скель Довбуша та Гошівського монастиря
Гастрономічний	- Тематичні гастрофестивали; - дегустації (сир, мед, наливки, трав'яні чаї)
Культурнопізнавальний	- Сон на бджолиних вуликах; - доступі до мінеральної води з іонами срібла; - кліматотерапія
Активний	- Організація походів різної складності; - верхова їзда; - сплави на байдарках

ня кваліфікації, в їхню основу закладені стосунки між туристичними підприємствами і навчальними закладами різних освітніх рівнів.

Туристичні кластери, утворюючись на законодавчому рівні, проявляють себе і на екологічному рівні, зважаючи на актуальність проблеми сталого розвитку. Якщо розвиток кластеру буде відбуватися з дотриманням Глобальних цілей сталого розвитку, а саме: "чиста вода та належні санітарні умови", "відновлювальна енергія", "відповідальне споживання", "боротьба із зміною клімату", "збереження морських та екосистем" та ін. це приведе до неабиякого успіху у процесі кластеризації, яка, у свою чергу, формуватиме імідж країни чи регіону, де діятимуть такі ініціативи.

Івано-Франківська область має велику кількість туристичних програм та об'єктів, а також різних видів туризму, які дають можливість реалізувати інноваційні підходи у веденні туристичного бізнесу, зокрема, у галузі сільського зеленого туризму. Створення кластерних ініціатив допоможе раціонально використовувати природні ресурси, залучати весь спектр організацій області, виробляти екологічно чисту продукцію, популяризувати національну кухню,

майстерність народних митців тощо.

У 2019 році у формі громадської організації засновано кластер сільського зеленого туризму "Бойківський колорит", ініціатором якого стала Оксана Клебан - господиня сільської садиби в с. Старий Мізунь, керівник відокремленого підрозділу ГО "Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні" в Івано-Франківській області і водночас голова Громадської ради з питань добровільної категоризації індивідуальних засобів розміщення (туристичних садиб) в області (Rosenfeld, 1997).

Головною метою створення кластера є популяризація та розвиток сільського зеленого туризму в регіоні, розробка маркетингових проєктів і стратегій щодо просування різноманітних видів відпочинку, пропонуваного на цій території, а також участь у грантових програмах розвитку, неприцяманих пересічному підприємцю.

Популяризація бойківської культури є актуальною та потрібною, адже з часом все дедалі менше уваги приділяється вивченню етнічних особливостей території.

В. Передерко систематизував пріоритетні напрями розвитку туризму на території кластера, які наведені

у таблиці 1.

Учасники кластера розробили інформаційну листівку "7 причин відвідати кластер сільського зеленого туризму "Бойківський колорит", де можна почерпнути актуальну інформацію про тури (Карбін, Олексійовець, 2020), а саме:

Пасіка "У Миколи", сон на вуликах: вартість дегустації становить 70 грн, у ціну входять екскурсія територією пасіки, апітерапія, сон на вуликах, дегустація меду та чай з карпатських трав.

Атракція "Кузня". Програма туру передбачає екскурсію кузню, частування трав'яним чаєм чи вином, вартість якої 50 грн. Також є можливість викувати власну монету "Кую своє щастя".

Еко-садиба "Дарваїв кут". Тут можна не лише скуштувати страви бойківської кухні, а й пройти майстер-клас з приготування їжі, послухати цікаві розповіді про життя та побут бойків. Вартість програми – 100 грн.

Еко-ферма "Вікінги Карпат". Вартість програми та дегустації – 100 грн. Можна відвідати екскурсію по фермі, подоїти козу та навіть покататися верхи, а також продегустувати молочні продукти, що виготовляють-

ся на фермі.

Овеча ферма "Дубовий кут". Екскурсія бойківською хатою, відвідування еко-ферми та еко-поселення, дегустація дев'яти видів сирів + вино. Вартість – 200 грн.

Мануфактура "Карпатський колорит". Ознайомлення з продукцією місцевого виробника, відвідування різного роду майстер-класів, дегустація деяких продуктів вартістю 70 грн.

Еко-садиба "Бойківські світанки" це сільська хата в Новошині, якій понад 200 років. Тут під час приготування бойківських страв можна послухати розповіді пані Івони, власниці садиби, яка є внучкою мольфарів і займається збором карпатських трав. Вартість обіду становить 100 грн.

Організація турів територією кластера індивідуальна. До кожного туриста індивідуальний підхід. Проте складено декілька турів, переважно одноденних, у яких можна найдетальніше ознайомитись з бойківською культурою:

1. Тур одноденний "Бойківські ремесла та таємниці мольфарів".
2. Тур одноденний "Пікнік у зубрів та цілоще джерело, що горить".
3. Тур одноденний "Похід на Лису гору без мітли + дегустація в 220-річній бойківській хаті".
4. Тур одноденний "Спадок Горган та гастромандри вздовж Карпатського трамвая" (*Туристичний барометр України, 2021*).

Учасники кластеру намагаються виступати в ході семінарів, конференцій, пробують свої сили в інвестиційних програмах, таким чином розвиваючи та популяризуючи власний туристичний продукт. Так, діяльність еко-садиб не обмежується тільки наданням послуг харчування та відпочинку, а й розповідями про бойківські традиції і культуру.

Однією з перешкод, яка гальмує розвиток кластера, – це недостатнє фінансування, відсутність підтримки місцевої влади в інституційному й інформаційному напрямках. Також спостерігається недостатня кількість знань про ведення підприємництва чи програм інвестування й іноземних грантів тощо.

Зараз активно проводиться марке-

тингова політика, яка повинна створити позитивний ефект найближчим часом.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Гуменюк, Г. М., Польова, Л. В., Гуменюк, А. І. (2022). Туристичний кластер як форма розвитку та успіху туристичної діяльності Івано-Франківської області. *Проблеми сучасних трансформацій, 5*, 3–7.

Гуцульські громади України об'єднуються для покращення розвитку туризму. (2021). Взято з <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3218548-guculski-gromadi-ukraini-obednautsa-dla-pokrasenna-rozvitku-turizmu.html>

Карабін, О. Й., Олексійовець, В. Ю. (2020). 3D екскурсійний путівник для віртуального туризму. Сучасні інформаційні технології та інноваційні методи навчання: досвід, тенденції, перспективи. *Матеріали VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 72–75*.

Карпатський колорит: Відпочинок в Карпатах. Кластер сільського зеленого туризму "Бойківський колорит". (2021). Взято з <https://shop.carpathian-flavor.in.ua/vidpochynok-v-karpatakh.html>

Передерко, В. (2021). Моніторинг стану туристичного ринку в Івано-Франківській області у 2020 році. Взято з <https://www.facebook.com/vitaliy.perederko/posts/5554337464606195>

Прайс, В. (1999). Людська поведінка: фактор у прикладній економіці. *Перспективні дослідження, 2*, 3–16.

Туристичний барометр України. (2021). Взято з <http://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-barometer-2020.pdf>

Rosenfeld, S. A. (1997). Bringing Business Clusters into the Mainstream of Economic Development. *European Planning Studies, 5* (1).

The Cluster of Tourist Brands of Eastern Poland. (2021). Взято з <https://clustercollaboration.eu/cluster-organisations/cluster-tourist-brands-eastern-poland-klaster-marek-turystycznych-polski>

Enter Gauja. (2021). Взято з <https://clustercollaboration.eu/cluster-organisations/entergauja-gauja-national-parks-tourism-cluster>

REFERENCES

Humeniuk, H. M., Polova, L. V., Humeniuk, A. I. (2022). Turystychnyi klaster yak forma rozvytku ta uspihku turystychnoi diialnosti Ivano-Frankivskoi oblasti. *Problemy suchasnykh transformatsii, 5*, 3–7.

Hutsulski hromady Ukrainy obiednautsia dlia pokrashchennia rozvytku turizmu. (2021). Vziato z <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3218548-guculski-gromadi-ukraini-obednautsa-dla-pokrasenna-rozvitku-turizmu.html>

Karabin, O. I., Oleksiiovets, V. Yu. (2020). 3D ekskursiinyi putivnyk dlia virtualnoho turizmu. Suchasni informatsiini tekhnolohii ta innovatsiini metodyky navchannia: dosvid, tendentsii, perspektyvy. *Materialy VI Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi internet-koferentsii, 72–75*.

Karpatskyi koloryt: Vidpochynok v Karpatakh. Klaster silskoho zelenoho turizmu "Boikivskyi koloryt" (2021). Vziato z <https://shop.carpathian-flavor.in.ua/vidpochynok-v-karpatakh.html>

Perederko, V. (2021). Monitorynh stanu turystychnoho rynku v Ivano-Frankivskii oblasti u 2020 rotsi. Vziato z <https://www.facebook.com/vitaliy.perederko/posts/5554337464606195>

Prais, V. (1999). Liudska povedinka: faktor u prykladnii ekonomitsi. *Perspektyvni doslidzhennia, 2*, 3–16.

Turystychnyi barometr Ukrainy. (2021). Vziato z <http://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-barometer-2020.pdf>

Rosenfeld, S. A. (1997). Bringing Business Clusters into the Mainstream of Economic Development. *European Planning Studies, 5* (1).

The Cluster of Tourist Brands of Eastern Poland. (2021). Vziato z <https://clustercollaboration.eu/cluster-organisations/cluster-tourist-brands-eastern-poland-klaster-marek-turystycznych-polski>

Enter Gauja. (2021). Vziato z <https://clustercollaboration.eu/cluster-organisations/entergauja-gauja-national-parks-tourism-cluster>

