

Марченко Оксана Анатоліївна

*доцент, д.е.н., завідувач кафедри економіки та готельно-ресторанного бізнесу
Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана
Хмельницького, м. Мелітополь, Україна*

Сальнікова Марина Вікторівна

*викладач-стажист кафедри економіки та готельно-ресторанного бізнесу
Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана
Хмельницького, м. Мелітополь, Україна*

ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В РЕГІОНАЛЬНОМУ РЕГУЛЮВАННІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

***Ключові слова:** регіональне управління, інтеграційні процеси, туристичні консорціуми, кластери, стратегічні альянси, франчайзинг, конкурентні переваги.*

***Key words:** regional management, integration processes, tourist consortium, clusters, strategic alliances, franchising, competitive advantages.*

На сучасному етапі розвитку економічних відносин глобалізаційні процеси охопили всі сфери світового господарства, у тому числі й туристичну галузь. Активізація розвитку вітчизняної туристичної індустрії та подолання негативних тенденцій стане можливим шляхом впровадження інновацій у галузь. Згідно зі світовим досвідом, широке застосування інновацій може призвести до створення конкурентоспроможних туристичних товарів і послуг на національному та міжнародному ринках.

Туризм став є одним з найбільш динамічних і прибуткових серед усіх галузей світового господарства. Про глобальність туризму та пріоритетність у світовій економіці свідчать досить значні доходи від туризму, що складають 8 % світового експорту і 30 % міжнародної торгівлі послугами, щорічне зростання світових туристичних потоків на 4–5 %.

Нині в Україні туристичну діяльність провадять понад п'ять тисяч вітчизняних організацій, які можуть прийняти туристів. Проте, згідно із статистичними даними Державної служби статистики України, упродовж 2000–2018 рр. кількість громадян України, які виїжджали за кордон збільшилася у 4 рази, а внутрішні туристичні потоки країни зменшилися майже навіпіл. Отже, позитивне вирішення окреслених проблемних питань у туристичній сфері країни є досить актуальними в умовах сьогодення.

Активізація розвитку вітчизняної туристичної індустрії та подолання негативних тенденцій стане можливим шляхом впровадження інновацій у галузь. Згідно зі світовим досвідом, широке застосування інновацій може призвести до створення конкурентоспроможних туристичних товарів і послуг на національному та міжнародному ринках.

Під інтеграцією розуміється встановлення таких взаємовідносин між підприємствами, які забезпечують довгострокове зближення генеральних цілей підприємств, що інтегруються, й надають підприємствам певні переваги.

Однією з форм інтеграції може бути регіональне туристичне товариство (РТТ) – добровільне об'єднання зацікавлених осіб, створене з метою координації діяльності учасників, забезпечення захисту їхніх прав, інтересів у державних і інших органах, загальній реалізації різноманітних програм і проектів щодо розвитку туристичної галузі й розподілу прибутку, отриманої від їхнього здійснення [1, с. 142].

Переваги використання в управлінні регіональним розвитком туризму організації рекреаційного господарства у формі регіонального туристичного товариства (корпорації):

- підтримка органів державної влади та місцевого самоврядування шляхом створення пільгових режимів оподаткування, одержання пільгових державних позик для розвитку об'єктів туристично-рекреаційної інфраструктури;
- застосування регіонального маркетингу;
- об'єднання фінансових і матеріальних ресурсів у т.ч. й для проведення наукових досліджень щодо підвищення ефективності функціонування всіх учасників РТТ;
- одержання конкурентних переваг завдяки консолідації зусиль для комплексного використання, природно-рекреаційних ресурсів, забезпечення їхнього збереження, поліпшення процесів відтворення за рахунок перерозподілу рекреаційних потоків;
- створення нових рекреаційних зон та туристичних дестинацій.

Регіональні туристичні товариства сприяють формуванню ринку туристичних послуг; вдосконаленню інфраструктури й розвитку міжнародного й внутрішнього туризму; організації й ліцензуванню підприємницької діяльності в галузі внутрішнього й міжнародного туризму тощо. На територіях регіонів зі значним зосередженням земель рекреаційного призначення доцільним є створення окремих господарських комплексів, рекреаційних парків, спеціальних (вільних) економічних зон [2, с. 128].

Організаційними формами управління регіональним розвитком туризму можуть виступати маркетингові консорціуми, конгломерати, громадські організації при навчальних закладах, які готують фахівців з туризму, об'єднання, створені з метою просування конкретного туристичного продукту, туристсько-інформаційні центри. Об'єднання зусиль дозволить не тільки забезпечити високий рівень обслуговування, широкий діапазон рекреаційних послуг, а й раціональне використання рекреаційних ресурсів і земель, узгодження заходів по їхній охороні, відновленню й підвищенню рекреаційної привабливості, що обумовить ріст конкурентоспроможності регіональної економіки. Передача земельних

ділянок суб'єктам господарювання може здійснюватися на умовах оренди, концесії, субконтрактинга або франчайзинга.

Істотним завданням регіональної управлінської організаційної структури сфери туризму й рекреації є створення відповідних інформаційних центрів, адже без реклами й інформації, що залучає споживачів певних послуг, розвиток туристсько-рекреаційної діяльності неможливий. Виходячи з цього держава заохочує регіональний розвиток туризму, створюючи для цього відповідні економічні й політичні умови, підтримуючи імідж туристичних регіонів.

Таким чином, об'єднання організацій індустрії туризму на території регіонів дозволяють їм набути багато конкурентних переваг, дозволить забезпечити не тільки раціональне використання рекреаційних ресурсів і земель з узгодженням заходів їхньої охорони, а й високий рівень обслуговування, надання широкого діапазону рекреаційних послуг, відновлення, підвищення Економічні науки 41 рекреаційної привабливості туристичних дестинацій регіонів. Використання приватних джерел фінансування дасть можливість реалізувати проекти розвитку зеленого, етнічного туризму, поновлення санаторно-курортної бази, створення нових туристських дестинацій тощо.

Найпоширенішими й найефективнішими й найменш ризиковим формами інтеграції на ринку туристичних послуг ХХІ століття є стратегічні альянси та франчайзинг. Члени альянсів зберігають свою економічну незалежність лише в тих напрямках, де не здійснюється співпраця. На відміну від мереж й готельних кооперацій стратегічні альянси є об'єднаннями незалежних туристичних підприємств, але вони об'єднуються за всіма параметрами, а не за деякими, як кооперативи і їхньою метою є формування та досягнення, головним чином, стратегічних цілей щодо прибутку, зростання, збільшення обсягів та розширення сегментів ринку, створення конкурентних переваг.

Мережі, альянси та туристичні кластери – це результат структурної перебудови туристичної сфери й сусідської солідарності її підприємств. В підприємницьких мережах (альянсах) істотно зменшуються витрати, пов'язані з окремими видами діяльності, наприклад, закордонною комерційною діяльністю, спільним дослідженням ринку, маркетинговою діяльністю, участю у ярмарках і салонах, покращенням технології надання туристичних та курортнооздоровчих послуг.

Мережні структури охоплюють безліч різноманітних організацій у різних сферах діяльності. Деякі дослідники характеризують сучасну національну економіку як мережну, як систему мереж. При цьому мережа розуміється як сукупність стійких контрактів або пов'язаних з ними відносин між людьми, суб'єктами господарювання та їх групами. У вузькому сенсі під мережею розуміються спеціальні організаційні структури управління локальною взаємодією в регіональній економіці, де головними елементами є підприємства, компанії, інші суб'єкти господарювання та зв'язки між ними [4, с. 142].

Таким чином, сучасні туристичні мережі являють собою різноманітну сукупність розгалужених груп туристичного бізнесу, пов'язаних між собою складно переплетеними організаційними, інформаційними, економічними, фінансовими, та іншими відносинами, певним чином інтегруючими спільні дії. Мережі виконують кілька взаємопов'язаних функцій, а саме: поширення загальнодоступної і конфіденційної інформації; рейтингування (ранжування) підприємств і формування репутації; встановлення довірчих відносин і зменшення ступеня невизначеності; надання взаємодопомоги на формальній та неформальній основах; зниження трансакційних витрат, пов'язаних із взаємодією з незнайомими партнерами.

Поява такого типу інтеграції, як стратегічні альянси, пояснюється такими причинами: заповнення прогалів в існуючих ринках та технологічній базі; переведення надлишкової виробничої потужності в прибуток; зниження ризиків і видатків, пов'язаних з виходом на новий ринок туристичних послуг; прискорення розробки й початку виробництва нової продукції й послуг; економія на масштабах виробництва послуг; подолання законодавчих, митних і торгових бар'єрів; збільшення діапазону операцій; зниження видатків при скороченні операцій [5, с. 249].

Своєрідність цих союзів полягає в тому, що вони безпосередньо не торкаються відносин власності, оскільки компанії, що співробітничать, зберігають свою автономію й нішу в сферах національного, регіонального й локального ринків, союзи пропонують партнерські відносини в будь-якій сфері, наприклад, у маркетинговій діяльності. Стратегічні альянс – це переважно форми горизонтального об'єднання організацій в межах однієї галузі, проте можливі й міжгалузеві альянси. Існують різні точки зору на поняття стратегічні альянси.

Характерною рисою стратегічних союзів є наявність конкуренції між підприємствами, що прагнуть до співробітництва. Створення стратегічних альянсів – попередній захід між відкритою конкуренцією на ринку й повним злиттям фірм [6, с. 112]. Вони означають міжнародне співробітництво між двома й більше партнерами на певний термін, що передбачає координацію їхніх дій для досягнення поставлених цілей.

Теоретичне осмислення проблеми формування та розвитку інтеграційних процесів у туризмі як наряду регулювання його розвитку пов'язано із випереджаючим зростанням економіки на основі розвитку різних форм інтеграції суб'єктів господарювання загалом. Воно дозволило зробити висновок про відсутність наукових розробок, пов'язаних із систематизацією особливостей інтеграційних процесів у туризмі.

Це ускладнює завдання регіонального регулювання галузі через врахування специфіки інтеграційних процесів в туризмі [7, с. 249]. З метою удосконалення теорії та практики визначення специфіки інтеграційних процесів у туризмі приділено увагу обґрунтуванню особливостей та іманентних ознак інтеграційних

процесів суб'єктів туристичної діяльності, визначено їх вплив на параметри та динаміку інтегрованого розвитку.

Перспективи подальших досліджень у цьому напрямку дозволить розробляти дієві механізми управління інтегрованими утвореннями та регулювання їх регіонального розвитку.

Список використаних джерел

1. Михайліченко Г.І. Формування інноваційних туристичних кластерів як конкурентної переваги розвитку регіону / Г.І. Михайліченко // Збірник наукових праць «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». – 2012. – С. 341-349.
2. Michael E. Tourism micro-clusters. *Tourism Economics*, 9(2), 133-145, 2013. (Южная Корея)
3. Jackson J., Murphy P. Clusters in regional tourism. An Australian case. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1018-1035, 2016. (Мельбурн, ВИК, Австралія)
4. Марченко О.А. Трансформації та удосконалення регіональної структури туристичної галузі: монографія. – Херсон: Айлант. 2014. – 344 с.
5. Dwyer L. Kim, Destination competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414, 2013. (Сидней)
6. Комліченко О.О., Ротань Н.В. Стратегічне управління регіональним розвитком туризму на основі кластерного підходу // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – 2014. – Вип. 6, Ч. 3. – С. 110-112.
7. Кропельницька С.О. Науково-практичні аспекти реалізації стратегічних пріоритетів розвитку територій на основі кластерів / Матеріали Науково-практичної інтернет-конференції за міжнародною участю «Управління інноваційним розвитком територій» (30 жовтня-30 листопада 2015 року). – С. 68-73.
8. Миронов Ю.Б. Туристичний кластер як прогресивна модель розвитку туризму в регіоні // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічні підходи розвитку внутрішньої торгівлі України на інноваційних засадах» (м. Львів, 2-3 листопада 2017 р.) Львів: Видавництво ЛТЕУ. – 360 с. – С. 142.
9. Яворський Ю.М. Туристичний кластер як форма розвитку галузі / Ю.М. Яворський// Український туризм. – 2015. – №2. – С. 56-57.