

СУЧАСНА ВІЗІЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ПАРТНЕРСТВО З ТОРГОВЕЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

М.Г. Безпарточний, кандидат економічних наук, доцент

В умовах конкуренції та постійної зміни економічної кон'юнктури ринку виникає необхідність обґрунтування та розробки механізмів забезпечення стійкого функціонування та розвитку суб'єктів господарювання. Враховуючи сучасний стан ресурсного потенціалу суб'єктів туристичної діяльності і торговельних підприємств, з метою забезпечення їх подальшого функціонування зростає потреба у застосуванні сучасних засобів та способів здійснення ефективної господарської діяльності. Оскільки торговельні підприємства є елементом інфраструктури суб'єктів туристичної діяльності, які забезпечують задоволення потреб туристів у товарах, послугах, дозвіллі тощо, відповідно склалися сприятливі умови щодо формування ефективних партнерських зв'язків між зазначеними суб'єктами.

У межах інфраструктури туристичної діяльності торговельні підприємства представлені сучасними форматами торговельних закладів (універсальні магазини), що реалізують туристам традиційний асортимент продовольчих і непродовольчих товарів; спеціалізованими магазинами, що здійснюють продаж відповідних товарів за сферами призначення (спортивне та туристичне спорядження, сувеніри тощо); торговельно-розважальними комплексами, які надають комплекс послуг з торгівлі, харчування, дозвілля, фінансово-інформаційного забезпечення тощо. Проте, необхідно зазначити, що в Україні спостерігається низький рівень забезпечення торговельними площами населення та туристів, тому виникає необхідність збільшення кількості відповідних закладів з орієнтуванням на попит туристів і створення концептуальних центрів розваг, які б поєднували сфери торгівлі та обслуговування. Реалізація зазначеного напрямку може бути здійснена за рахунок залучення внутрішніх та зовнішніх інвестицій у формування відповідної техніко-технологічної бази розвитку туристичної діяльності, що, у свою чергу, забезпечить ефективне функціонування та подальший розвиток суб'єктів туристичного бізнесу та торговельних підприємств.

Ефективним засобом забезпечення процесу розвитку суб'єктів туристичної діяльності та торговельних підприємств є партнерство, що може бути реалізовано у формі створення кластерів із

залученням відповідних суб'єктів господарювання, державних органів управління, наукових установ тощо.

Туристичний кластер – це інтегрована система виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії суб'єктів туристичної діяльності, постачальників ресурсів та послуг, спрямованих на формування якісного туристичного продукту. До туристичних кластерів належать суб'єкти господарювання, які географічно сконцентровані у межах території функціонування, які спільно використовують туристичні ресурси, інфраструктуру, ринок праці, здійснюють єдину маркетингову та рекламно-інформаційну підтримку.

У країнах Європи високим рівнем кластеризації у сфері туризму відзначаються Італія, Франція та країни Балтії. В основу створення туристичного кластеру покладено відповідний елемент, який і забезпечує ефективне його функціонування. Так, в Італії це є науковий потенціал, у Франції – природні ресурси.

Формування туристичних кластерів в Україні та входження до їх складу торговельних підприємств можливо через створення відповідного органу управління. На наш погляд, з метою формування туристичного кластеру та суб'єкта управління є використання іноземного досвіду функціонування зазначених суб'єктів. Так, у Польщі створено Польську туристичну палату (Polska Izba Turystyczna), яка представляє інтереси учасників, які господарюють у сфері туризму. Створення такого аналогічного управлінського центру в Україні може представляти дирекцію туристичного кластеру. Дирекція формує мережі локальних відділень розвитку туризму в Україні, де склалися сприятливі можливості та є наявний ресурсний потенціал. Торговельно-розважальні заклади на територіях України, де присутні локальні відділення кластеру, могли б координувати та здійснювати управління туристичною діяльністю господарюючих суб'єктів, що входять до нього.

Типовим туристичним кластером в Україні є суб'єкт господарювання, що включає туристичні, торговельні, фінансові, страхові, транспортно-логістичні підприємства та готельно-ресторанні господарства, навчальні заклади туристичного спрямування, культурні та туристичні атракційні об'єкти, департаменти або управління туризму місцевих органів влади тощо. Напрямами розвитку діяльності туристичного кластеру мають бути бізнес-туризм, міський культурний туризм, зелений туризм, спеціалізований туризм, прикордонно-транзитний туризм.