

АНОТАЦІЯ

Гуліна О. Д. Управління кластерним розвитком туристично-рекреаційного підприємництва на засадах маркетингу. – Кваліфікаційна наукова робота на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2021.

Дисертаційна робота є завершеним комплексним дослідженням, яке присвячене аналізу та узагальненню теоретичних положень та формуванню концептуальних засад удосконалення управління кластерним розвитком туристично-рекреаційного підприємництва на засадах маркетингу.

Актуальність теми дослідження пов'язана із загальноєвропейськими тенденціями в постійно зростаючій ролі управління туристично-рекреаційною сферою як однією з найперспективніших щодо розвитку економіки сталого розвитку. Сучасні умови жорсткої конкуренції, що існують на туристично-рекреаційному ринку, показники економічної, а також політичної нестабільності в багатьох регіонах, швидко зростаючі запити і потреби туристів дозволяють досліджувати проблематику щодо необхідності переходу на інноваційний шлях розвитку туристично-рекреаційної сфери. Актуальність вирішення проблем формування та розвитку локальних інноваційних систем в туристично-рекреаційній сфері, становлення підприємницьких суб'єктів туристично-рекреаційної сфери, створення передумов для збільшення інноваційної активності в даній галузі в умовах глобалізації, в ході якої суб'єкти господарювання туристично-рекреаційної сфери потребують визначення перспективних напрямків розвитку за допомогою економічних, фінансових і організаційних важелів як з боку органів державного управління, так і індивідуальних заходів саморегулювання.

Дисертаційну роботу виконано відповідно до плану науково-дослідних робіт кафедри підприємництва та бізнесу Київського національного

університету технологій та дизайну: «Управління інноваційним розвитком підприємництва на засадах кластеризації» (номер державної реєстрації: 0120U103264), в рамках якої запропоновано науково-методичний підхід щодо визначення адаптації маркетингу в управлінні кластерним розвитком туристично-рекреаційного підприємництва; та теми «Створення Хакатон-екосистеми соціальної інтеграції молоді для посилення національної безпеки в умовах запобігання спалаху пандемії COVID-19» (номер реєстрації: 16.04.71 ДБ), в рамках якої автором обґрунтовано підходи до моделювання системи підприємницької діяльності у екосистемі.

Метою дисертаційного дослідження визначено наукове обґрунтування теоретичних засад та розроблення науково-практичних пропозицій щодо управління кластерним розвитком туристично-рекреаційного підприємництва на засадах маркетингу.

Об'єктом дослідження є процес управління кластерною організацією туристично-рекреаційного підприємництва на засадах маркетингу.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних положень, принципів, методів та інструментів забезпечення процесу управління розвитком туристично-рекреаційного підприємництва на засадах маркетингу.

Для цього в роботі було сформовано та розв'язано завдання, що дозволило отримати нові, або такі, які характеризуються новизною результати:

1. Вивчено історичні та сучасні умови формування економічної природи кластерної організації туристично-рекреаційного підприємництва. За результатами проведеного дослідження *дістало подальшого розвитку* наукове обґрунтування теорії еволюції маркетингу туристично-рекреаційного комплексу, який, на відміну від існуючих підходів, представлено як частину загальної системи теорії управління маркетингом розвитку туристичної рекреації, де маркетинговий розвиток є здатністю суб'єкта туристично-рекреаційного комплексу конкурувати у зовнішньому середовищі і

задовольняти потреби населення в туристично-рекреаційних послугах на основі маркетингово-орієнтованого управління.

2. Досліджено теоретичне підґрунтя та особливості формування вітчизняної моделі кластерної державно-партнерської взаємодії розвитку підприємництва. В результаті *дістало подальшого розвитку* понятійно-категоріальний апарат теорії маркетингово-орієнтованого управління туристично-рекреаційним підприємництвом в частині уточнення сутності понять: «Рекреація»; «Туристично-рекреаційна послуга»; «Туристично-рекреаційний потенціал»; «Туристично-рекреаційний комплекс»; «Туристично-рекреаційний кластер»; «Маркетинг туристично-рекреаційних територій».

3. Визначено напрями застосування маркетингу в управлінні кластерним розвитком туристично-рекреаційного підприємництва. За результатами дослідження обґрунтовано, що використання науково-методичних підходів до розробки механізму забезпечення маркетингово-орієнтованого управління кластерним розвитком туристично-рекреаційного підприємництва спрямовано на реалізацію наявного соціально-економічного потенціалу держави.

4. Проведено аналіз стану державного регулювання кластерної організації розвитку туристично-рекреаційного підприємництва в національній економіці. Відповідно до цього, *удосконалено* методичний підхід щодо оцінки рівня розвитку туристично-рекреаційного потенціалу туристично-рекреаційних підприємницьких комплексів в розрізі регіонів України що, на відміну від існуючих, включає процес відбору ключових детермінант їхнього розвитку, модель оцінювання туристично-рекреаційного підприємницького комплексу та сформовану графічну модель, як базову для характеристики геомаркетингових систем.

5. Проведено моніторинг зарубіжної та вітчизняної практики застосування маркетингу в управлінні кластерним розвитком туристично-рекреаційного підприємництва на базі якого *удосконалено* науково-

методичний підхід до оцінки туристично-рекреаційних ресурсів, який на відміну від існуючих, інтегрує комплексну оцінку локальних складових - фінансової, маркетингової, техніко-технологічної, інноваційної, виробничої і клієнтської, дозволяє у контексті маркетингово-орієнтованого управління кластерним розвитком туристично-рекреаційного підприємництва генерувати окремими складовими туристично-рекреаційного потенціалу для реалізації його основних функцій, що в свою чергу впливає на кінцеве формування стратегічних перспектив розвитку, як окремих рекреаційних суб'єктів, так і в цілому туристично-рекреаційного комплексу.

6. Діагностовано вплив маркетингу в управлінні кластерним розвитком туристично-рекреаційного підприємництва. Відповідно до цього, **дістало подальшого розвитку** науково-методичний підхід до оцінки рівня лояльності споживачів туристично-рекреаційного продукту, який, на відміну від загальноприйнятого, формується на основі оцінок ряду детермінантів лояльності (туристично-рекреаційна репутація туристично-рекреаційної території, соціальна атмосфера, інформаційне забезпечення, айдентики, інфраструктура і управління) та дозволяє визначити тип споживчої лояльності, і, в подальшому, розробити заходи щодо забезпечення збалансованості інтересів суб'єктів соціально-економічної системи туристично-рекреаційного підприємницького комплексу.

7. Запропоновано науково-методичний підхід щодо визначення адаптації маркетингу в управлінні кластерним розвитком туристично-рекреаційного підприємництва, що дозволив **вперше** сформулювати та науково обґрунтувати концептуальні положення щодо маркетингово-орієнтованого управління розвитком туристично-рекреаційного підприємництва, які об'єднують теоретичні, методологічні, аналітичні і практичні базисні елементи механізму маркетингово-орієнтованого управління розвитком туристично-рекреаційних підприємницьких комплексів і враховують геомаркетингові аспекти їх формування, управління знаннями в системі забезпечення туристично-рекреаційними послугами,

оцінку туристично-рекреаційного потенціалу, рівень інноваційності туристично-рекреаційних послуг, тип лояльності споживачів туристично-рекреаційного продукту.

8. Розроблено модель кластерної організації розвитку туристично-рекреаційного підприємництва на засадах маркетингу. У результаті *удосконалена* формалізована модель процесу розробки управлінських рішень в маркетингово-орієнтованому управлінні кластерним розвитком туристично-рекреаційними підприємницькими комплексами, використання якої дає можливість, на відміну від існуючих, визначити цільову керуючу функцію, з акцентом на основні характеристики туристично-рекреаційного підприємницького комплексу і пріоритетні альтернативи при обґрунтуванні комплексу маркетингових заходів, що забезпечують соціальну та економічну результативність його функціонування.

9. Обґрунтовано систему моніторингу управління кластерним розвитком туристично-рекреаційного підприємництва за показниками ефективності використання маркетингу. В результаті *удосконалено* систему моніторингу управління кластерним розвитком туристично-рекреаційного підприємництва за показниками ефективності використання маркетингу, яка, на відміну від існуючих, дозволяє визначити поточний стан і врахувати ключові параметри та пріоритетні альтернативи в управлінні туристично-рекреаційним підприємницьким комплексом, та формувати комплекс ефективних маркетингових управлінських рішень в конкурентному середовищі.

Положення та найвагоміші результати дисертаційної роботи опубліковано в 7 основних наукових роботах, зокрема 3 статті у наукових фахових виданнях категорії Б, 1 – у міжнародних зарубіжних виданнях; 3 роботи апробаційного характеру.

Ключові слова: маркетинг, кластерна організація підприємництва, туристично-рекреаційні комплекси, туристично-рекреаційні кластери, маркетингові управлінські рішення, конкуренція, конкурентне середовище.

SUMMARY

Gulina O. D. Management of cluster development of tourist and recreational entrepreneurship on the basis of marketing. - Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.

Thesis submitted for the Degree of Doctor of Philosophy, specialty 076 Entrepreneurship, Trade and Exchange Activities. – Kyiv National University of Technologies and Design, Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv, 2021.

The dissertation is a completed comprehensive study, which is devoted to the analysis and generalization of theoretical positions and the formation of conceptual foundations for improving the management of cluster development of tourism and recreational entrepreneurship on the basis of marketing.

The relevance of the research topic is related to the European trends in the ever-growing role of tourism and recreation management as one of the most promising for the development of a sustainable economy. The current conditions of fierce competition in the tourism and recreation market, indicators of economic and political instability in many regions, rapidly growing demands and needs of tourists allow us to explore the need to move to an innovative path of tourism and recreation. The urgency of solving problems of formation and development of local innovation systems in the tourism and recreation sphere, the formation of business entities in the tourism and recreation sphere, creating conditions for increasing innovation activity in this area in the context of globalization, during which tourism and recreation entities need determination of perspective directions of development by means of economic, financial and organizational levers both from public administration bodies, and individual measures of self-regulation.

The dissertation was performed in accordance with the research plan of the Department of Entrepreneurship and Business of Kyiv National University of Technology and Design: "Management of innovative business development on the

basis of clustering" (state registration number: 0120U103264), which proposed a scientific and methodological approach to determining marketing adaptation in management of cluster development of tourist and recreational business; and the topic "Creation of a hackathon ecosystem of social integration of youth to strengthen national security in terms of preventing an outbreak of pandemic COVID-19" (registration number: 16.04.71), in which the author substantiates approaches to modeling the business system in the ecosystem.

The purpose of the dissertation research is to determine the scientific substantiation of the theoretical foundations and the development of scientific and practical proposals for the management of cluster development of tourism and recreational entrepreneurship on the basis of marketing.

The object of research is the process of managing a cluster organization of tourism and recreational entrepreneurship on the basis of marketing.

The subject of the study is a set of theoretical provisions, principles, methods and tools to ensure the process of managing the development of tourism and recreational entrepreneurship on the basis of marketing.

To do this, the work formed and solved the problem, which allowed to obtain new, or those that are characterized by novelty results:

1. The historical and modern conditions of formation of the economic nature of the cluster organization of tourist and recreational entrepreneurship are studied. According to the results of the study, the scientific substantiation of the theory of marketing evolution of the tourist and recreational complex was further developed, which, unlike existing approaches, is presented as part of the general system of marketing management theory of tourist recreation in the external environment and to meet the needs of the population in tourist and recreational services on the basis of marketing-oriented management.

2. The theoretical basis and features of formation of the domestic model of cluster state-partnership interaction of business development are investigated. As a result, the conceptual and categorical apparatus of the theory of marketing-oriented management of tourist and recreational entrepreneurship was further developed in

terms of clarifying the essence of the concepts: "Recreation"; "Tourist and recreational service"; "Tourist and recreational potential"; "Tourist and recreational complex"; "Tourist and recreational cluster"; "Marketing of tourist and recreational areas".

3. The directions of application of marketing in management of cluster development of tourist and recreational business are defined. According to the results of the study it is substantiated that the use of scientific and methodological approaches to the development of a mechanism for marketing-oriented management of cluster development of tourism and recreational entrepreneurship is aimed at realizing the existing socio-economic potential of the state.

4. The analysis of a condition of the state regulation of the cluster organization of development of tourist and recreational business in national economy is carried out. Accordingly, the methodological approach to assessing the level of development of tourist and recreational potential of tourist and recreational business complexes in terms of regions of Ukraine has been improved, which, unlike existing ones, includes the process of selecting key determinants of their development, model of tourism and recreational business complex as a basis for characterizing geomarketing systems.

5. Monitoring of foreign and domestic practice of marketing in the management of cluster development of tourism and recreational entrepreneurship on the basis of which improved scientific and methodological approach to the assessment of tourism and recreational resources, which, unlike existing ones, integrates a comprehensive assessment of local components - financial, marketing - technological, innovative, production and customer, allows in the context of marketing-oriented management of cluster development of tourism and recreational entrepreneurship to generate individual components of tourism and recreation potential to implement its main functions, which in turn affects the final formation of strategic development prospects as separate recreational subjects, and in general a tourist and recreational complex.

6. The influence of marketing in the management of cluster development of tourist and recreational entrepreneurship is diagnosed. Accordingly, the scientific and methodological approach to assessing the level of loyalty of consumers of tourist and recreational product, which, in contrast to the conventional, is formed on the basis of assessments of a number of determinants of loyalty (tourist and recreational reputation of tourist and recreational area, social atmosphere, information provision, identity, infrastructure and management) and allows to determine the type of consumer loyalty, and, further, to develop measures to ensure the balance of interests of the socio-economic system of the tourist and recreational business complex.

7. A scientific and methodological approach to determining the adaptation of marketing in the management of cluster development of tourism and recreational entrepreneurship, which allowed for the first time to formulate and scientifically substantiate the conceptual provisions for marketing-oriented management of tourism and recreation entrepreneurship, combining theoretical, methodological, methodological, practical basic elements of the mechanism of marketing-oriented management of development of tourist and recreational business complexes and take into account geomarketing aspects of their formation, knowledge management in the system of tourist and recreational services, assessment of tourist and recreational potential, level of innovation of tourist and recreational services, type of consumer loyalty product.

8. The model of the cluster organization of development of tourist and recreational business on the basis of marketing is developed. As a result, the formalized model of the process of development of management decisions in marketing-oriented management of cluster development of tourist and recreational business complexes is improved, the use of which allows when substantiating a set of marketing activities that ensure the social and economic effectiveness of its operation.

9. The system of monitoring the management of cluster development of tourist and recreational entrepreneurship according to the indicators of marketing

efficiency is substantiated. As a result, the system of monitoring the management of cluster development of tourism and recreational entrepreneurship in terms of marketing efficiency, which, unlike existing ones, allows to determine the current state and take into account key parameters and priority alternatives in tourism and recreation business management, and to form a set of effective marketing solutions in a competitive environment.

Regulations and the most important results of the dissertation work were published in 7 main scientific works, in particular 3 articles in scientific professional editions of category B, 1 - in international foreign editions; 3 approbation works.

Key words: marketing, cluster organization of entrepreneurship, tourist and recreational complexes, tourist and recreational clusters, marketing management decisions, competition, competitive environment.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ,

в яких опубліковано основні наукові результати дисертації:

1. Gulina, O. (2018). Marketing model for recreational enterprises: special features and instruments (Маркетингова модель для підприємств рекреаційного комплексу: особливості та інструментарій). *Management*, 28(2). С. 9–18. DOI: <https://doi.org/10.30857/2415-3206.2018.2.1>

2. Гуліна О. Д. Науково-методичний підхід щодо визначення адаптації маркетингу в управлінні кластерним розвитком туристично-рекреаційного підприємництва. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія Економічні науки*. 2020. № 6 (153). С. 89–95. <https://doi.org/10.30857/2413-0117.2020.6.10>.

3. Gulina, O. (2020). Modeling of the cluster organization of development of tourist and recreational business on the basis of marketing. *Management*, 2(32): С. 147–152. DOI:10.30857/2415-3206.2020.2.12.

в яких опубліковані основні наукові результати дисертації у зарубіжних спеціалізованих виданнях:

4. Gulina O. Marketing of cluster recreational enterprise. *The scientific 78 - heritage*. – 2021. – № 61 (Vol. 1). – Budapest, Hungary. – P.16-19. <http://www.scientific-heritage.com/wp-content/uploads/2021/03/VOL-1-No-61-61-2021.pdf>

які засвідчують апробацію матеріалів конференцій:

5. Гуліна О. Д., Щербак В. Г. Маркетингове управління підприємницькою діяльністю в рекреаційних кластерах. *Актуальні проблеми інноваційного розвитку кластерного підприємництва в Україні : матеріали III-ої Всеукр. наук.-практ. конф. (28 березня 2019 р., м. Київ)*. Київ : КНУТД, 2019. С. 46-51. <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/14421>.

6. Гуліна О., Щербак В. Г. Процесний підхід до інноваційного розвитку кластерного підприємництва. *Матеріали Першої Всеукраїнської наукової інтернет-конференції «Освітньо-інноваційна інтерактивна платформа*

«Підприємницькі ініціативи» (7 грудня 2016 р., Київ). К.: КНУТД, 2016. С. 30-32. <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/5531>.

7. Gulina O., Shcherbak V. Marketing development of recreational and tourist potential of the region. *Актуальні проблеми інноваційного розвитку кластерного підприємництва в Україні : зб. ст. за матеріалами II-ої Всеукр. наук.-практ. конф.* (29 березня 2018 р., м. Київ). К. : КНУТД, 2018. С. 318-324. <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/9592>.