

СВІДОМИЙ РОЗВИТОК ПАРТНЕРСТВА У СФЕРІ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Обґрунтовано сутність і форми партнерства як основи розвитку туризму. Розглянуто досвід використання механізмів міждержавного партнерства у діяльності національних та іноземних туристичних інформаційних центрів. Проаналізовано роль відповідального партнерства у діяльності сучасних туристичних операторів. Обґрунтовано теоретичні основи реалізації партнерства держави та приватного сектору для розвитку туристичного бізнесу в Україні на основі кластерного підходу.

Ключові слова: туризм, партнерство, розвиток, туроператор, кластерний підхід.

H. P. SKLIAR

Higher Educational Establishment of Ukoopspilka
"Poltava University of Economics and Trade"

CONSCIOUS DEVELOPMENT OF PARTNERSHIP IS IN THE FIELD OF TOURISM IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION

Abstract – The main purpose of the article is the determination of economic essence, mechanisms and peculiarities of conscious development of partnership relations of in the tourism sphere.

Substantiated the essence and forms of partnership as a bases of tourism development. Considered the usage of mechanisms of inter-governmental partnership in activity of national and foreign tourist informative centers. The role of responsible partnership is analysed in activity of modern tourist operators. Substantiated the theoretical principles of the realization of the state and private sectors partnership for the development of tourist industry in Ukraine. The necessity of the development of tourist sphere is well-proven on the basis of cluster approach. It allows to promote the level of competitiveness of tourist enterprises which are included in such cluster. Development of tourism in Ukraine on the basis of the state and private partnership needs the conscious usage of the world experience of partnership in its various forms.

Key words: tourism, partnership, development, tourist operator, cluster approach.

Постановка проблеми. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) та Всесвітнього агентства ООН з розвитку сталого і загальнодоступного туризму в 2012 р. обсяги туристичних подорожей досягли історичної межі – більше 1 млрд туристів здійснили подорожі протягом одного року. Відмічено, що туристична галузь відіграє надзвичайно важливу роль для глобального економічного розвитку – тут створюється біля 9 % загальносвітового ВВП, туризм дає кожне 11-те робоче місце на планеті. Економічними умовами досягнення таких показників, за оцінками вказаних міжнародних організацій, стали глобальний характер і проникнення, що перетворили туризм в одну з найбільш перспективних рушійних сил світового економічного зростання, створення робочих місць і стабільного доходу для мільйонів людей [5]. У цитованому джерелі сформульований важливий, з нашого погляду, висновок, що туристична галузь також сприяє розвитку партнерських зв'язків між державним і приватним секторами, допомагає укріпляти партнерство між державами, допомагає розвитку окремих регіонів планети, а головне, стимулює співробітництво індустрії туризму і громадянського суспільства.

Дослідження економічних умов і суперечностей розвитку відносин партнерства науковцями України в останні роки набуває актуальності. Саме реалізація соціальної направленості туристичного бізнесу сприяє використанню підходу "партнерства" з клієнтами, суб'єктами господарювання, органами державної влади, місцевого самоврядування, недержавними організаціями, працівниками туристичних підприємств. Відносини партнерства є альтернативою відносинам конкуренції. Ступінь розвиненості відносин партнерства певною мірою характеризує наближеність до ринкового типу економіки, окреслює межі перехідного періоду, рівень економічної свободи. Наявність розвинених відносин партнерства є характерним для сучасної економіки змішаного типу. Тому дослідження економічних аспектів і механізмів партнерства в сфері туризму є своєчасним, а тема статті актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам розвитку туристичної діяльності присвячені наукові праці О. Виноградової, О. Кифяка, О. Любіцевої, М. Мальської, Д. Стеченка, Т. Ткаченко та ін. Разом з тим, значна кількість наукових проблем розвитку сфери туризму, особливо теоретичних і методичних аспектів дослідження відносин партнерства, потребує свого вирішення.

Формулювання цілі статті. Основною метою статті є визначення економічної сутності, механізмів і особливостей свідомого розвитку відносин партнерства в сфері туризму. Методологічно стаття базується на теорії сумісно-розділених відносин.

Виклад основного матеріалу. Термін "партнерство" широко використовується в науковій літературі, нормативних актах, документах міжнародних організацій, практиці туристичного бізнесу. При аналізі слід виділити різні форми партнерства. Важливим в аналізі розвитку відносин соціального партнерства в сфері туризму є виокремлення та врахування соціокультурної компоненти. Тому, під час аналізу відносин соціального партнерства важливо звернути увагу, на наш погляд, на соціокультурні аспекти міжнародного

туристичного руху, який розповсюдився на всі континенти. При цьому слід врахувати геополітичні і гео економічні реалії, наявність сценарію розвитку “Ноев ковчег” для окремих країн, культурні особливості і цінності народів, регіонів, локальних спільнот. Культурне розташування України між Заходом і Сходом впливає на специфіку розвитку відносин соціального партнерства, вимагає встановлення культурної ідентичності українського народу і врахування відмінностей векторів розвитку кожної культурної сфери, цивілізації, посилення уваги до міжцивілізаційної взаємодії в процесі туристичного обміну на засадах партнерства. Відомий сучасний російський дослідник Ю.В. Яковець виділяє різні аспекти розвитку партнерських відносин між цивілізаціями, аналізує соціодемографічне [6, с. 105], енерго економічне [6, с. 125], технологічне [6, с. 225], економічне [6, с. 273] партнерство цивілізацій. При цьому вчений підкреслює необхідність цивілізаційного наповнення туризму [6, с. 318], інформує: щодо підтримки розвитку цивілізаційного туризму як спеціалізованої форми туризму Петербурзьким економічним форумом (2000 р.); розробки і реалізації маршрутів цивілізаційних турів: Санкт-Петербургом, як містом діалогу цивілізацій, “Ганзейське партнерство”, “Північний простір взаємодії цивілізацій”, “Великий шовковий шлях і північнокавказькі магістралі”; початку підготовки спеціалістів з цивілізаційного туризму [6, с. 319]. Таким чином, науковцями виділена міжцивілізаційна форма партнерства у сфері туризму.

Важливим є застосування досвіду і механізмів міждержавного партнерства. Дослідження нами проблем функціонування і розвитку туризму показало, що важливе місце в його інфраструктурі займають туристичні інформаційні центри (ТІЦ). Ознайомлення з практикою діяльності вказаних центрів у Польщі (м. Краків, м. Вроцлав, м. Познань), Чехії (м. Прага), Австрії (м. Відень), Угорщини (м. Будапешт) дозволило виділити дві їх групи. Перша – спеціалізується на наданні безкоштовних інформаційних послуг щодо закладів розміщення, ресторанного господарства, музеїв (довідники, карти, проспекти тощо) з метою залучення туристів на об’єкти міста в інтересах всієї територіальної громади. Друга група ТІЦ вирішує власні господарські інтереси, надаючи відповідний спектр послуг туристам (трансфер, проживання, забезпечення квитками на спортивні заходи, в театри, на концерти, залучає до екскурсій тощо) на комерційній основі.

В Україні поширюється практика створення ТІЦ з використанням європейського досвіду (наприклад, м. Львів, Закарпатська область). В останньому регіоні створена мережа туристичних інформаційних центрів Закарпаття та сувенірних магазинів “Скарби Закарпаття” завдяки реалізації проекту “Управління транс кордонними дестинаціями в Закарпатській області та Саболч – Сатмар – Березькому регіоні Угорщини”, що впроваджується Центром українсько-угорського регіонального розвитку в рамках Програми прикордонного співробітництва ЄСП Угорщина – Словаччина – Румунія – Україна 2007–2013 рр. і співфінансується ЄС через європейський інструмент сусідства та партнерства.

Крім того, механізми міждержавного партнерства були застосовані під час реалізації проекту “Гармонізація розвитку туризму в сільській місцевості Карпатського регіону”, що впроваджувався Асоціацією економічного розвитку Івано-Франківщини (Програма прикордонного співробітництва ЄСП Угорщина-Словаччина-Румунія-Україна 2007–2013 рр.). Так, в м. Яремче відбулося засідання наукової школи з питань розвитку туризму в сільській місцевості Карпатського регіону. Учасниками Школи стали власники приватних садіб, представники туристичних асоціацій, туристично-інформаційних центрів з Івано-Франківської області та повіту Марамуреш (Румунія). У 2007–2009 рр. були реалізовані проект “Створення транс кордонної мережі розвитку та просування туризму між Івано-Франківською областю та повітом Марамуреш Румунії” Програми добросусідства “Румунія – Україна”; проект ТАІФ “Карпатська мережа кулінарної спадщини”; проект Центру соціальних та ділових ініціатив з м. Яремче “ВелоКраїна” за Програмою Сусідства ЄС Україна – Румунія, який проходив у 2008–2010 рр. і головною метою якого стало створення інфраструктури для рекреаційних велосипедних поїздок у горах [1, с. 8]. Таким чином, механізми міждержавного партнерства у поєднанні з відносинами державно-приватного партнерства в Україні набули свого поширення.

Відносини відповідального партнерства, як показали дослідження, властиві практиці сучасних мережевих операторів туристичного ринку України. Формуючи соціальний капітал, заснований на довірі та відповідальності, провідні туроператори і турагенції свідомо створюють відповідні економічні умови розвитку партнерських відносин з юридичними та фізичними особами, бізнес-партнерами та споживачами туристичного продукту. Так, наприклад, TUI Ukraine, що є частиною міжнародної туристичної компанії TUI, вважає фінансову стабільність важливою економічною умовою виникнення довіри зі сторони клієнтів до цього лідируючого європейського туроператора з 40-річним досвідом роботи. Високий статус TUI обумовлює довіру до цього туроператора зі сторони клієнтів – щорічно його послуги споживають більше 30 млн туристів зі всього світу [3, с. 2]. Розвиток відносин партнерства з готелями та авіаперевізниками в структурі реалізації відносин соціального та бренд-капіталу TUI дозволяє досягнути кращого співвідношення ціна/якість, пропонувати тур продукт високої якості за оптимальною ціною в умовах значного обсягу діяльності, що дозволяє знижувати закупівельну ціну. TUI використовує європейські стандарти обслуговування і досягла високого рівня сервісу на всіх етапах роботи з клієнтом. TUI є першою туристичною компанією в Україні, що впровадила програму “Тасмний покупець” для мотивації якісної роботи турагенцій. TUI пропонує клієнтам ексклюзивні продукти (готелі, нові концепції відпочинку, родинний клуб тощо), ексклюзивні послуги (надає гарантію повернення грошей у відповідності до програми Money Back Guarantee), має надійного партнера зі страхування клієнтів – страхову компанію “Європейське туристичне страхування”, цілодобову службу підтримки клієнтів. Надаючи послуги розміщення та перевезення, TUI співпрацює тільки з перевіреними партне-

рами – готелями і авіакомпаніями, що забезпечують високий рівень сервісу, безпеки і комфорту. Постійне впровадження інновацій дозволяє клієнтам використовувати послугу зі зручного і доступного он-лайн бронювання турів. TUI Ukraine розгорнула в Україні мережу туристичних агентств під франчайзинговим брендом TUI Турагенція, власником якого є, на засадах відповідального партнерства [3, с. 3].

Сучасні дослідники відзначають певний розвиток франчайзингових туристичних агентств (мереж) в Україні [4, с. 599–601]. Так, вже вказаний бренд TUI Турагенція виник після реорганізації у 2010 р. мережі туристичних агентств (МТА) “Галопом по Європах”. Наразі це мережа турагентств TUI спільно з “Галопом по Європах”, яка має 46 офісів. Мережа агенцій “Гарячі тури” заснована у 2003 р., налічує 135 офісів. Мережа магазинів “Гарячі путівки” заснована у 1998 р., включає 177 офісів. Мережа агенцій “Поехали с нами” – 85 офісів (заснована у 2005 р.). З 2010 р., після реорганізації, виникла мережа Turtess Partners – 55 офісів. Крім того, дістали розвитку мережа агенцій “Соната” (16 офісів), мережа агенцій “Тез Тур Рітейл” (24 офіси), мережа турагентств “Феєрія мандрів” (32 власних агентства), проєкт Києвнештура “Сеть туристических агентств “KVT” (12 агентів), мережа тур агентств “Куда Угодно” (11 власних офісів), мережа турагентств “JOIN UP” (35 власних офісів = 3000 агентів), мережа туристичних агенцій “Уповноважене агентство Coral Travel” (112 офісів). Сформувалися дві віртуальні мережі – мережа незалежних агентств “Смайл-тур” та мережа віртуальних агентств IT-tour. Все це свідчить про розвиток важливої компоненти соціального капіталу сфери туризму – відносин партнерства у мережах туристичних підприємств.

Таким чином, свідомий розвиток відносин відповідального партнерства в туристичних мережах як поєднання довіри та відповідальності, компоненти соціального капіталу сфери туризму дозволяє доповнити існуючу класифікацію форм партнерства (соціальне, міжцивілізаційне, міждержавне, державно-приватне, внутрішньокорпоративне).

Державно-приватне партнерство, як свідчить світовий досвід, є суспільно-необхідним механізмом взаємодії влади і бізнесу, конструктивні результати реалізації якого досягнуті в багатьох регіонах України.

Важливою передумовою дослідження державно-приватного партнерства є встановлення системи принципів, які виступають фундаментом таких досліджень. До найважливіших принципів державно-приватного партнерства слід віднести наступні: рівність перед законом державних та приватних партнерів; заборона будь-якої дискримінації прав державних чи приватних партнерів; узгодження інтересів державних та приватних партнерів з метою отримання взаємної вигоди; незмінність протягом усього строку дії договору, укладеного в рамках державно-приватного партнерства, цільового призначення та форми власності об'єктів, що перебувають у державній або комунальній власності чи належать Автономній Республіці Крим, переданих приватному партнеру; визнання державними та приватними партнерами прав і обов'язків, передбачених законодавством України та визначених умовами договору, укладеного у рамках державно-приватного партнерства; справедливий розподіл між державним та приватним партнерами ризиків, пов'язаних з виконанням договорів, укладених у рамках державно-приватного партнерства; визначення приватного партнера на конкурсних засадах, крім випадків, встановлених законом [2].

Змістовна сутність державно-приватного партнерства вимагає віднести до його суттєвих ознак наступні: забезпечення вищих техніко-економічних показників ефективності діяльності, ніж у разі здійснення такої діяльності державним партнером без залучення приватного партнера; довготривалість відносин (від 5 до 50 років); передача приватному партнеру частини ризиків у процесі здійснення державно-приватного партнерства; внесення приватним партнером інвестицій в об'єкти партнерства із джерел, не заборонених законодавством [2].

Розвиток туристичного бізнесу є одним з важливих аспектів економічної політики України, про що свідчить затвердження Кабінетом Міністрів Державної цільової соціальної програми розвитку в Україні спортивної і туристичної інфраструктури на 2011–2022 рр. Залучення в цьому контексті достатнього обсягу інвестиційних ресурсів на засадах партнерства могло б слугувати основою для забезпечення потенціалу економічного зростання держави в цілому, окремих регіонів, підприємств і домогосподарств. Для вирішення проблем державно-приватного партнерства в Україні створена відповідна законодавча база і, таким чином, створено підґрунтя для співробітництва державного та приватного секторів з метою підвищення конкурентоспроможності та залучення інвестицій в економіку.

Не зважаючи на окремі приклади співпраці, Україна знаходиться ще на початковому етапі формування таких відносин, їхні моделі ще не набули характерних рис та ознак. Тому необхідно створення таких механізмів регулювання відносин приватно-державного партнерства, що дозволять повноцінно використовувати власний потенціал. Тобто потрібно визначитися, яким чином, через які механізми держава має впливати на процеси, які вона, в силу різних причин, не може контролювати повною мірою, але які вона із стратегічних причин мусить контролювати. Державно-приватне партнерство передбачає державне втручання в діяльність із залученням суб'єктів економіки регіонів, що дає їм усім істотні переваги. При цьому важливо, щоб таке втручання призвело до підвищення ефективності використання поки що обмежених ресурсів туристичної галузі та слугувало формою для її подальшого розвитку. У туристичній галузі одним із таких видів співпраці є розвиток кластерної моделі, що передбачає поєднання державних програм та приватних проєктів в одній системній моделі, сприяє підвищенню рівня послуг, що надаються споживачам, залученню громади до вирішення соціальних проблем, ефективності використання коштів у регіонах. Метою таких поєднань є досягнення нового рівня конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг за рахунок скоординованих дій членів кластера. Модель туристичного кластера передбачає наявність декількох обов'язкових компо-

ментів: власне туристичної сфери, куди входять туристичні фірми, підприємства готельного господарювання, об'єкти рекреаційно-курортного профілю, атракції та природно-заповідного фонду; виробничої сфери, яка об'єднує виробників продукції, що має пряме або опосередковане відношення до туристичної діяльності; науково-освітньої сфери, що охоплює освітні заклади, здатні забезпечити потреби у висококваліфікованих кадрах, та наукові установи, які відповідають за стратегію розвитку, проводять маркетингові дослідження та рекламні акції; управлінської сфери, яка об'єднала представників фінансових інститутів та органів державного управління і влади, які координують дії учасників об'єднання.

Висновки. Таким чином, розвиток у сфері туризму України державно-приватного партнерства потребує свідомого використання світового досвіду партнерства у різноманітних його формах. Подальші наукові дослідження пов'язані з проблемами розвитку відносин соціального та людського капіталу в сфері туризму.

Література

1. Горішевський П. Ми завжди раді поділитися набутих досвідом і бачити у себе гостей / П. Горішевський // Туризм сільський зелений. – 2013. – № 1. – С. 2–9.
2. Закон України “Про державно-приватне партнерство” від 1.07.2010 № 2404–VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2404-17>
3. Каталог “Найкращі пропозиції для відпочинку” TUI. – 40 с.
4. Михайличенко Г. І. Інноваційний розвиток туризму : монографія / Г. І. Михайличенко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 608 с.
5. Рифай Т. Звернення до учасників, гостей і організаторів XX Ювілейного Міжнародного туристичного салону “Україна 2013” [Електронний ресурс] / Т. Рифай. – Режим доступу: <http://www.ukraineitm.com.ua/upload/UITM%202013%20UNWTO%20welcome.pdf>
6. Яковец Ю. В. Глобальные экономические трансформации XXI века : монографія / Ю. В. Яковец. – М. : Экономика, 2011. – 382 с.

References

1. Horishevskiy P. My zavzhdy radi podilytycia nabutym dosvidom i pobachyty u sebe hostei / P. Horishevskiy // Turyzm silskiy zeleniy. – 2013. – № 1. – P. 2–9.
2. Zakon Ukrayiny “Pro derzhavno-pryvatne partnerstvo”. № 2404–VI [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupa: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2404-17/>
3. Katalog “Najkrashhi propozyciyi dlya vidpochynku” TUI. – 40 p.
4. Mykhajlychenko G. I. Innovacijnyj rozvytok turyzmu / G. I. Mykhajlychenko. – Kyiv : Kyivskiy natsionalnyi torhovo-ekonomichnyi universytet, 2012. – 608 p.
5. Ryfay T. Zvernennya do uchasnykiv, gostej i organizatoriv XX Yuvilejnogo Mizhnarodnogo turyshtchnogo salonu “Ukrayina 2013” [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupa: <http://www.ukraineitm.com.ua/upload/UITM%202013%20UNWTO%20welcome.pdf>
6. Yakovecz Yu. V. Globalnye ekonomycheskiye transformacyi XXI veka / Yu. V. Yakovecz. – Moscow, Ekonomika, 2011, 382 p.

Надіслана/Written: 5.06.2014 р.
Надійшла/Received: 8.06.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов