

УДК 338.48 (477.74)

Ю.О. Наврозова, В. Кацюк

Одеський національний морський університет

**СВОТ-АНАЛІЗ ПЕРЕДУМОВ СТВОРЕННЯ
ТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРУ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ**

Yu.O. Navrozova, V. Katsyuk

Odessa national marine university

**SWOT-ANALYSIS OF PREMISE
OF AN TOURISM CLUSTER CREATION IN ODESSA REGION**

У статті проаналізовано зовнішнє і внутрішнє середовище Одеського регіону з метою виявлення передумов створення туристичного кластеру. Проведено СВОТ-аналіз і побудовано матрицю СВОТ створення туристичного кластеру в Одеському регіоні. За результатами аналізу запропоновано основні стратегічні напрямки кластеризації.

Ключові слова: туристичний кластер, СВОТ-аналіз, стратегічні напрямки кластеризації.

В статье проанализированы внешняя и внутренняя среда Одесского региона с целью выявления предпосылок создания туристического кластера. Проведен СВОТ-анализ и построена матрица СВОТ создания туристического кластера в Одесском регионе. По результатам анализа предложены основные стратегические направления кластеризации.

Ключевые слова: туристический кластер, СВОТ-анализ, стратегические направления кластеризации

The article analyzes the external and internal environment of the Odessa region in order to identify prerequisites for the creation of a tourism cluster.

© Navrozova Yu.O., Katsyuk V., 2016

According to its recreational and tourist potential Odessa region, is one of the leading places in Ukraine. Odessa region leads in Ukraine by the number of tourism. The authors conducted SWOT analysis and SWOT matrix is constructed to create a tourist cluster in the Odessa region.

The main opportunities are improve the performance of companies and organizations that make up the cluster; holding regular cultural events of national and world level; expansion of international contracts, including by creating international clusters, such as the Black Sea countries; mobilization existing natural resource and recreation potential; improve the investment climate etc. The strengths are advantageous geopolitical placement, favorable climatic conditions, rich recreational complex, world famous historical sites etc.

According to the analysis proposed by the main strategic directions of clustering: formation of modern competitive tourist market; attracting investment from extra budgetary sources to the development of resort and recreational and tourism infrastructure; modernization and development of tourist infrastructure; promotion of clustering in the Odessa region etc.

Keywords: tourism cluster, SWOT-analysis, strategic directions of cauterization.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день все більш актуальним є дослідження розвитку економіки в територіально-галузевому розрізі, що передбачає врахування впливу один на одного підприємств та організацій різних сфер господарювання, які функціонують на одній території. Таку тенденцію можна спостерігати у різних галузях, у тому складі і в туризмі. У сучасних умовах широке розповсюдження отримав кластерний підхід в організації взаємодії на регіональному рівні.

В умовах зниження туристичної привабливості Одеського регіону для іноземних туристів на фоні політико-економічної кризи в Україні необхідно шукати додаткові внутрішні резерви. Кластеризація як інноваційна форма об'єднання під-

приємств та організацій може сприяти підвищенню ефективності діяльності учасників та зростанню конкурентоспроможності Одещини на ринку туристичних послуг України та за її межами.

Огляд останніх досліджень та публікацій. Ідея про те, що успіхи національної економіки залежать, в кінцевому рахунку, від розвитку локальної концентрації спеціалізованих галузей, простежується в роботах А. Маршалла [5]. С. Лімер [14] вивчав кластери з високим рівнем кореляційного експорту при аналізі торгівлі на національному рівні. Також свій внесок у формування концепції кластерів зробили багато французьких вчених, одним з них були Д. Сольє [15] та І. Толенадо [16], який досліджував проблеми технологічного зв'язку між різними галузями. Однак основоположником сучасної концепції кластерів та їх впливу на конкурентоспроможність вважається М. Портер [6; 8]. Під його керівництвом проводяться найбільш фундаментальні дослідження процесів кластеризації.

За визначенням М. Портера кластер – це група географічно сусідніх взаємозв'язаних компаній і пов'язаних з ними організацій, які діють у певній сфері, що характеризуються спільністю діяльності і взаємодоповнюють одна одну [7].

Кластери у сфері послуг, зокрема туристичних, є порівняно новим підрозділом кластерної теорії та практики, який почав формуватися відносно недавно, але набуває достатньо бурхливого розвитку. Необхідність підтримки і розвитку туристських кластерів відзначається практично в усіх документах стратегічного розвитку туристської сфери, які активно розробляються як на національному, так і регіональному рівнях управління.

Під туристичним кластером розуміється група підприємств сконцентрованих географічно в межах регіону, які спільно використовують туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність [2].

Методичні підходи до визначення ефективності функціонування кластерів відрізняються різноманітністю. Так, у праці І. Швець [12] обґрунтовано необхідність проведення аналізу ефективності діяльності туристського кластеру, визначено сукупність критеріїв для оцінки ефективності його функціонування. І. Брикова [1] досліджувала позитивний вплив кластеризації на окремі складові інтегральної конкурентоспроможності регіонів. Ряд вчених проводили СВОТ-аналіз при визначенні можливостей створення інноваційних кластерів [13].

Завдання дослідження. За своїм курортно-рекреаційним і туристичним потенціалом Одеська область, займає одне з провідних місць в Україні. В цьому регіоні туристично-рекреаційна галузь є стратегічним сектором економіки.

Одеська область є лідером в Україні за кількістю суб'єктів туристичної діяльності, хоча у 2015 р. відбулося її зниження у порівнянні з 2014 р. – 164 проти 172.

У 2015 році Одесу відвідали понад 1,5 млн. туристів, що на 500 тисяч осіб більше, ніж у 2014 році і на 200 тисяч – ніж у 2013-му. Передусім це внутрішні туристи – 57 % [3].

Всього в сезоні 2015 року Одеський морський порт прийняв 5 суднозаходів круїзних лайнерів, що є історичним мінімумом. Обслуговано більш 1230 пасажирів (рис. 1).

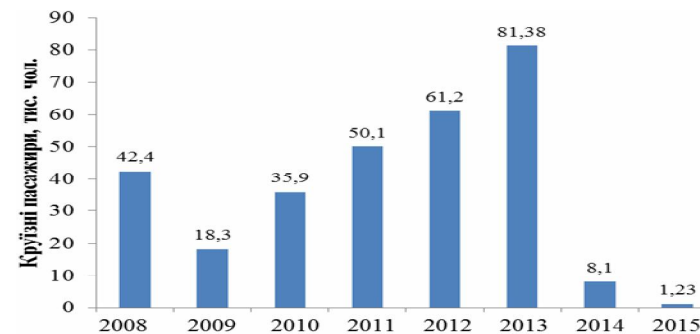


Рис. 1. Динаміка чисельності пасажирів, що прибувають в Одеський порт на круїзних суднах всіх типів

Такий провал пояснюється не тільки політичною кризою в Україні, а й підвищеним рівнем терористичної небезпеки в Туреччині.

Доки не буде підвищений рівень безпеки Чорноморського регіону, для Одеси пріоритетним буде залишатися внутрішній туризм у різних його проявах.

У процесі виробництва туристичного продукту суб'єкти туристичної діяльності взаємодіють з готельними, екскурсійними підприємствами, підприємствами харчування тощо. Інтерес має аналіз витрат суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка витрат суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту в Одеському регіоні

Витрати, тис. грн.	2014	2015	Темп зростання, %
на розміщення і проживання	35436,4	53837,8	151,9
на харчування	5413,2	5183,7	95,8
на медичне обслуговування	142,5	130,5	91,6
на екскурсійне обслуговування (без транспортних послуг)	1984,3	901,6	45,4
на візове обслуговування	212,3	269,0	126,7
на транспортне обслуговування	39716,2	33042,9	83,2
на послуги культурно-освітнього, культурно-дозвільного характеру, організаціям культури	224,4	846,3	377,1
на інші послуги	551,8	453,2	82,1
Усього	83681,1	94665,0	113,1

* – складено авторами за [9; 10]

При зниженні загальної кількості суб'єктів туристичної діяльності у 2015 р. на 4,7 % витрати зросли на 13,1 % при середньорічному темпі інфляції 143,3 %.

У структурі витрат найбільш питому вагу займають витрати на розміщення і проживання – 56,9 % (рис. 2), що підкреслює особливу значущість взаємодії зацікавлених сторін при наданні таких послуг. Співпраця між туроператором та готельним підприємством може здійснюватися на різних умовах, найбільш популярними серед яких є оренда готелю, купівля блоку місць на умовах комітменту та робота на умовах безвідкличного бронювання, підвищеної комісії, а також пріоритетного бронювання [4].



Рис. 2. Структура витрат суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту в Одеському регіоні у 2015 році

В Одеському регіоні зосереджена найбільша кількість колективних засобів розміщування – 289 юридичних осіб, чи 12,2 % від загальної кількості у 2015 р. та 358 фізичних осіб-підприємців, чи 18,2 % від загальної кількості у 2015 р. При цьому відмічається низький коефіцієнт використання місткості колективних засобів розміщування для юридичних осіб – 0,15 при середньому в країні 0,23. Для фізичних осіб-підприємців характерне більш високе значення – 0,21 при середньому 0,18. Тому одним з показників результативності функціонування туристичного кластеру можна запропонувати темп зростання коефіцієнту використання місткості колективних засобів розміщування.

У цілому туристичні ресурси Одеського регіону використовуються недостатньо ефективно. Потік туристів, доходи й зайнятість у туристичній індустрії не відповідають потенціалу, що пояснюється відсутністю дотепер системної організованої роботи з формування конкурентоспроможної туристичної індустрії й туристичного кластеру в Одесі.

Оцінити доцільність формування туристичного кластеру можливо за допомогою SWOT-аналізу.

SWOT-аналіз є важливим елементом дослідження та передумовою для будь-якого рівня стратегічного та маркетингових планів. Методологія SWOT передбачає спочатку виявлення сильних і слабких сторін, а також загроз і можливостей, потім налагодження ланцюгів і зв'язків між ними, які можуть бути використані для формування подальшої стратегії.

Узагальнені результати оцінки сфери туризму Одеського регіону та передумов формування туристичного кластеру представлені у вигляді матриці SWOT-аналізу (табл. 3).

Таблиця 3

SWOT-аналіз формування туристичного кластеру в Одеському регіоні

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> - вигідне геополітичне розміщення; - сприятливі природно-кліматичні умови; - багатий курортно-рекреаційний комплекс; - розвинена транспортна система; - всесвітньовідомі історичні пам'ятки; - розгалужена мережа закладів культури і розваг; - наявність сильних міських брендів; - наявність ВНЗ, які готують за спеціальностями «Туризм», «Готельно-ресторанна справа» тощо. 	<ul style="list-style-type: none"> - незадовільний стан санаторіїв, пансіонатів і баз відпочинку; - високий рівень забрудненості атмосферного повітря; - низький рівень конкурентоспроможності курортних та туристичних послуг, їх невідповідність світовим стандартам; - недостатнє фінансування розвитку туристичного сектору; - нестача висококваліфікованих спеціалістів у сфері туризму; - слабе просування туристських продуктів на внутрішньому та світовому ринках.
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> - підвищення ефективності діяльності підприємств та організацій, що входять до кластеру; - проведення постійних культурних заходів національного і світового рівня; - розширення міжнародних контрактів, у т.ч. шляхом створення міжнародних кластерів, наприклад з країнами Чорноморського регіону (Грузія, Болгарія, Румунія); - мобілізація існуючого природно-ресурсного і курортно-рекреаційного потенціалу; - покращення інвестиційного клімату; - реконструкція та модернізація туристичної інфраструктури; - збільшення кількості відпочиваючих та туристів за рахунок систем інтернет-бронювання. 	<ul style="list-style-type: none"> - зміни в законодавстві; - відсутність підтримки держави; - скорочення фінансування розвитку туристичного сектору; - спад в економіці, політична криза; - відставання в підготовці управлінських кадрів та професіоналів до роботи в нових економічних умовах; - підвищення рівня небезпеки.

Наступним етапом SWOT-аналізу є оцінка можливостей і загроз, сильних і слабких сторін з позицій їх важливості і ступеня впливу на створення кластеру. У результаті складається профіль середовища. Кожному окремому чиннику експертним шляхом надається оцінка:

– важливості для кластеру за шкалою: 3 – велика, 2 – помірна, 1 – слабка;

– впливу на кластер за шкалою: 3 – сильний, 2 – помірний, 1 – слабкий, 0 – відсутність впливу;

– спрямованості впливу за шкалою: +1 – позитивна, -1 – негативна.

Далі всі три експертні оцінки перемножують і отримують інтегральну оцінку, яка показує ступінь впливу чиннику на регіон [11]. Отримані результати дозволяють виявити, які можливості потрібно врахувати в першу чергу, які загрози потребують негайного усунення, які внутрішні чинники заслуговують більшої, а які меншої уваги.

Аналогічно наведемо розроблений профіль внутрішнього середовища (табл. 5).

Після того як складено та оцінено перелік сильних та слабких сторін регіонів України, а також можливостей та загроз, складається матриця SWOT для встановлення зв'язків між ними. На перетині блоків утворюється чотири поля: СИМ (сила і можливості), СИЗ (сила та загрози), СЛІМ (слабкості та можливості), СЛІЗ (слабкості та загрози) [11]. По відношенню до кожної пари визначаються стратегії поведінки.

Результати розрахунків з рекомендаціями відносно створення і подальшого розвитку туристичного кластеру наведемо на рис. 3.

Таблиця 4

Профіль зовнішнього середовища туристичного кластеру
в Одеському регіоні

Чинники зовнішнього середовища	Важливість для кластера, А	Вплив на кластер, В	Спрямованість впливу, С	Ступінь важливості, D
1	2	3	4	5
Значення	A	B	C	D = A·B·C
Можливості				
1. Підвищення ефективності діяльності підприємств та організацій, що входять до кластеру.	3	3	1	9
2. Проведення постійних культурних заходів національного і світового рівня.	2	2	1	4
3. Розширення міжнародних контрактів, у т.ч. шляхом створення міжнародних кластерів, наприклад з країнами Чорноморського регіону (Грузія, Болгарія, Румунія).	3	3	1	9
4. Мобілізація існуючого природно-ресурсного і курортно-рекреаційного потенціалу.	2	2	1	4
5. Покращення інвестиційного клімату.	3	3	1	9
6. Реконструкція та модернізація туристичної інфраструктури.	3	3	1	9
7. Збільшення кількості відпочиваючих та туристів за рахунок систем інтернет-бронювання.	2	2	1	4
Разом				48

Продовження табл. 4

Загрози				
1	2	3	4	5
1. Зміни в законодавстві.	3	3	-1	-9
2. Відсутність підтримки держави.	3	3	-1	-9
3. Скорочення фінансування розвитку туристичного сектору.	2	2	-1	-4
4. Спад в економіці, політична криза.	3	3	-1	-9
5. Відставання в підготовці управлінських кадрів та професіоналів до роботи в нових економічних умовах.	2	2	-1	-4
6. Підвищення рівня небезпеки.	2	2	-1	-4
Разом				-39

Таблиця 5

Профіль внутрішнього середовища туристичного кластеру
в Одеському регіоні

Чинники зовнішнього середовища	Важливість для кластеру, А	Вплив на кластер В	Спрямованість впливу, С	Ступінь важливості, D
1	2	3	4	5
Значення	А	В	С	D = A·B·C
Сильні сторони				
1. Вигідне геополітичне розміщення.	3	3	1	9
2. Сприятливі природно-кліматичні умови.	3	3	1	9
3. Багатий курортно-рекреаційний комплекс.	3	3	1	9
4. Розвинена транспортна система.	3	3	1	9
5. Всесвітньовідомі історичні пам'ятки.	3	3	1	9

Продовження табл. 5

1	2	3	4	5
6. Розгалужена мережа закладів культури і розваг.	3	3	1	9
7. Наявність сильних міських брендів.	2	2	1	4
8. Наявність виз, які готують за спеціальностями «Туризм», «Готельно-ресторанна справа» тощо.	2	2	1	4
Разом				62
Слабкі сторони				
1. Незадовільний стан санаторіїв, пансіонатів і баз відпочинку.	3	3	-1	-9
2. Високий рівень забрудненості атмосферного повітря.	3	3	-1	-9
3. Низький рівень конкурентоспроможності курортних та туристичних послуг, їх невідповідність світовим стандартам.	3	3	-1	-9
4. Недостатнє фінансування розвитку туристичного сектору.	2	2	-1	-4
5. Нестача висококваліфікованих спеціалістів у сфері туризму.	2	2	-1	-4
6. Слабке просування туристських продуктів на внутрішньому та світовому ринках.	3	3	-1	-9
Разом				-44

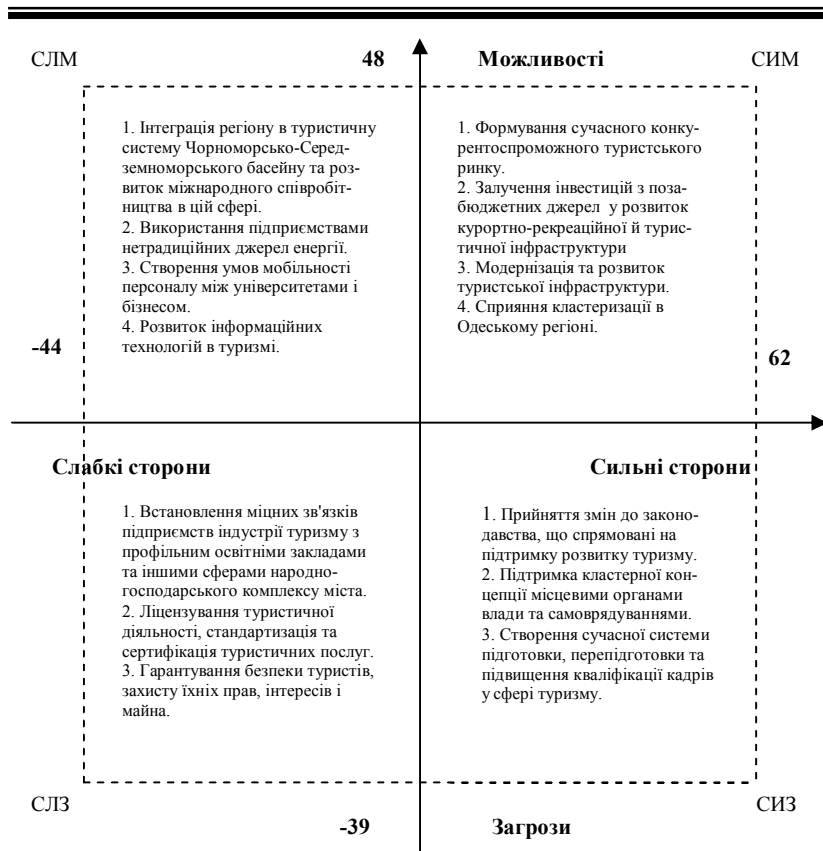


Рис. 3. Матриця SWOT створення туристичного кластеру в Одеському регіоні

Висновки. Результати SWOT-аналізу є основою для визначення стратегічних напрямків розвитку туристичного кластеру в Одеському регіоні.

Проаналізовані передумови створення туристичного кластеру на території Одеської області вказують на доцільність і необхідність організації його діяльності. Формування туристичного кластеру спричинить створення сучасного конкурентоспроможного туристичного ринку на території регіону.

Впровадження кластерної концепції дозволить поліпшити рівень життя за рахунок збільшення зайнятості, компанії будуть забезпечені висококваліфікованими спеціалістами, а випускники ВНЗ – роботою. Завдяки взаємодії бізнесу та науки відбуватиметься обмін інформацією, передачею знань і досвіду наукового, технічного, виробничого, адміністративного чи іншого характеру. Об'єднання спільних фінансових можливостей підприємств дозволить більше коштів вкладати в інноваційну діяльність. Саме інновації забезпечують зростання конкурентоспроможності продукції, виробленої в рамках кластерів, збільшуючи прибуток підприємства, а з іншого боку – підвищують економічний потенціал і конкурентоспроможність регіону в цілому. Залучення нових інвестицій через спільну участь в інвестиційних програмах, забезпечить додаткові надходження до бюджету.

Крім того, функціонування кластеру дозволить зберегти культурно-історичні, природні парки та заповідники, оздоровити екологічну обстановку, розвинути сферу послуг, удосконалити інфраструктуру території

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Брикова І.В. Регіональна компонента підвищення міжнародної конкурентоспроможності країн: Автореф. дис... канд. наук: 08.00.02. – 2008. – 20 с.

2. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні: Навч. посібник. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.
3. Итоги туристического сезона-2015 и перспективы развития туризма в Одессе и Одесской области / Topor.od.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://topor.od.ua/itogi-turisticheskogo-sezona-2015-i-perspektiv-razvitiya-turizma-v-odesse-i-odesskoj-oblasti>
4. Коваль П.Ф. В'їзний туризм: Навч. посібник / П.Ф. Коваль, Н.О. Алешугіна, Г.П. Андрєєва, О.О. Зеленська, Т.В. Григор'єва, О.Г. Пархоменко, В.Б. Дудко, М.О. Михайловський, С.І. Бондар. – Ніжин: Видавництво Лук'яненко В.В., 2010. – 304 с.
5. Маршалл Альфред. Принципы экономической науки. – В 3 т. – М.: Прогресс, 1993. – Т. 1. – 416 с. Т. 2. – 302 с. Т. 3. – 352 с.
6. Портер М. Конкуренция / Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 496 с.
7. Портер М. Международная конкуренция / Пер. с англ. и с предисловием В.Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
8. Портер М. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / Пер. з англ. – К.: Основи, 2003. – 390 с.
9. Туристична діяльність в Україні у 2014 році: статистичний бюлетень / Державна служба статистики України. – К., 2015. – 76 с.
10. Туристична діяльність в Україні у 2015 році: статистичний бюлетень / Державна служба статистики України. – К., 2016. – 76 с.
11. Чернявський А.Д. Антикризове управління підприємством. – К.: МАУП, 2006. – 256 с.

12. Швец И.Ю. Критерии оценки эффективности деятельности туристского кластера // Механизм регулирования экономики. – 2005. – № 4. – С. 275-279.
13. Kaigorodtsev A. Swot-analysis of an innovation cluster creation in east Kazakhstan / A. Kaigorodtsev, I. Bordinyani // Актуальні проблеми економіки. – № 6(156). – 2014. – Р. 284-290.
14. Leamer Edward. E. Sources of International Comparative Advantage: Theory and Evidence [Електронний ресурс]. – Cambridge: MIT Press, 1984. – Режим доступу: http://www.anderson.ucla.edu/faculty/edward.leamer/books/leamer_sources_chapters_feb03/sources.htm.
15. Soulie D. Filieres de Production et Integration Vertical // Annales des Mines. – 1989. – Janvier. – P. 21-28.
16. Toleno J.A. Propjs des Filires Industrielles // Revue d'Economie Industrielle. – 1978. – V. 6. – № 4. – P. 149-158.

Стаття надійшла до редакції 26.12.2016

Рецензенти:

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри «Економічна теорія та кібернетика» Одеського національного морського університету **Г.С. Махуренко**

доктор економічних наук, старший науковий співробітник відділу ринку транспортних послуг Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України **А.А. Ліпінська**