

ТАБЕНСЬКА

Оксана Ігорівна

oksana.tabenska.68@gmail.com

УДК 338.48(477.44)



к.е.н., старший викладач,  
Вінницький національний аграрний  
університет

## ТУРИСТИЧНИЙ БРЕНД ВІННИЧЧИНИ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

### TOURIST BRAND OF VINNYTSIA REGION: REALITIES AND PROSPECTS

**TABENSKA Oksana Ihorivna** – PhD in Economics, Senior Lecturer, Vinnytsia National Agrarian University

У статті досліджено туристичні ресурси Вінниччини. Розглянуто умови проведення різноманітних фестивалів, екскурсій, проектів, а саме: Міжнародний оперний фестиваль OPERAFEST TULCHYN; креативний простір "Меридіан "Щедрик" у м. Тульчин; авторський пізнавальний проект "Екскурсії для душі" менеджера туристичної агенції "Віатур Вінниця" Ксенії Чуракіної; бренд-платформа "Вінниччина туристична". Проаналізовано переваги створення інноваційної кластерної моделі для розвитку регіонів на основі синергійного ефекту, а також бренд-іміджу туристичних дестинацій.

\* \* \*

В статье исследованы туристические ресурсы Винницкой области. Рассмотрены условия проведения различных фестивалей, экскурсий, проектов, а именно: Международный оперный фестиваль OPERAFEST TULCHYN; креативное пространство "Меридиан" Щедрик" в г. Тульчин; авторский познавательный проект "Экскурсии для души" менеджера туристического агентства "Виатур Винница" Ксении Чуракиной; бренд-платформа "Винниччина туристическая". Проанализированы преимущества создания инновационной кластерной модели для развития регионов на основе синергетического эффекта, а также бренд-имиджа туристических дестинаций.

\* \* \*

**Introduction.** The article explores the tourist resources of Vinnytsia region. The conditions of holding various festivals, excursions and projects are regarded, namely: the International Opera Festival OPERAFEST TULCHYN; the creative space "Merydian Shchedryk" in Tulchyn; the author's educational project "Excursions for the soul" of Ksenia Churakina, manager of the tourist agency "Viatur Vinnytsia"; the brand-platform "Tourist Vinnytsia".

The advantages of setting an innovative cluster model for the development of regions based on the synergistic effect and the brand image of tourist destinations are analyzed.

**The purpose of the paper** is to study innovative trends in tourism development, the advantages of setting an innovative cluster model for the development of regions on the basis of synergetic effect and the brand image of destinations in the realities of modern Ukraine. Scientific works, materials of periodicals, Internet resources are the methodological and informational basis of the work.

**Results.** The ancient palace and park complexes reflecting different eras make an important part of the historical and cultural heritage of Podillia region. Podillia palaces have always been the focus of the most valuable art collections, a kind of cultural centers. The studies of foreign and domestic scientists-economists show that the effective development of the tourism business is possible providing the functioning of integrated structures. The external growth strategies (horizontal integration, vertical integration, concentric and conglomerate diversification) are implemented through organizational change, which is reflected in various forms of mergers, acquisitions and agreements. The idea of cooperation at the local level can become an important argument that will help to create a tourism cluster.

**Conclusion.** Therefore, the competitiveness of enterprises and organizations increases, as well as the synergistic effect arises precisely through the cooperation of public authorities, scientific and research institutions, tourist agencies, hotel and restaurant complexes, tourist and information centers, transport companies and banking institutions.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, кластер, туристичні оператори, глобальні проблеми людства, природні ресурси, інноваційна кластерна модель, синергійний ефект, інтеграція, інтеграційні процеси, підприємницька діяльність, інноваційна модель підприємницької діяльності, кооперація, кластери, франчайзинг

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, кластер, туристические операторы, глобальные проблемы человечества, природные ресурсы, инновационная кластерная модель, синергический эффект, интеграция, интеграционные процессы, предпринимательская деятельность, инновационная модель предпринимательской деятельности, кооперація, кластеры, франчайзинг

**Keywords:** competitiveness, cluster, tourist operators, global problems of humanity, natural resources, innovative cluster model, synergistical effect, integration, integration processes, entrepreneurship, innovative business models, cooperation, leasing, market infrastructure, associations, holding companies, clusters, franchising

## ВСТУП

Вінниччина – це частина подільського краю, історія якого розпочинається ще в XII ст., коли північна частина сучасної Вінницької області входила до складу так званої Болохівської землі. У часи монголо-татарської навали вперше з'являється назва Поділля.

Це земля сивих легенд і мелодійних пісень, земля споконвічних хліборобів – спадкоємців традицій працьовитих трипільців, войовничих скіфів і мужніх сарматів, мудрих слов'ян та поборників справедливості – козаків. Благословенний Богом вінницький край завожує спокійною красою краєвидів, щедрим убранством родючої землі, джерельними водами, смарагдовими лісами, розлогими нивами.

Наче невеликі острівки минувшини – стародавні кургани та городища, палаци, церкви, костели, залишки колишніх оборонних споруд, пам'ятники видатним землякам, які звеличили цей край, місця славних перемог відважних синів українського народу, що дійшли до нас крізь віки, аби дивувати і захоплювати нащадків своєю величчю, красою та неповторністю витворів як самої природи, так і людського генію.

На Вінниччині є чимало музеїв. У садибі Вишня, що у Вінниці, останні 20 років свого життя провів видатний хірург і анатом, громадський діяч і педагог М. Пирогов. На території парку, який висаджував Микола Іванович, функціонує національний музей-садиба, й у склепі вже 120 років поспіль зберігається забальзамоване тіло вченого. Музей відноситься до найважливіших об'єктів культурної спадщини України і занесений до Державного реєстру пам'яток історії та архітектури національного значення. Його меморіальний парк є пам'яткою садово-паркового мистецтва. У музеї проходять виїзні сесії Академії медичних наук, Пироговські читання, з'їзди, наукові конференції [1].

Розвивати та оновлювати туристичний потенціал Вінницької області необхідно за допомогою взаємодії органів управління і координації, рекламно-інформаційних підприємств та установ, колективних засобів розміщення, закладів харчування, виробників туристичних послуг, установ сфери дозвілля, санаторно-курортних закладів, туристичних дестинацій, транспортної інфраструктури, що забезпечить створення синергійного ефекту і сприятиме посиленню конкурентних переваг даного регіону.

В економічній літературі ми маємо змогу ознайомитися з пропозиціями вчених-економістів, провідних фахівців галузі туризму, стосовно вдосконалення засад існування туристичних дестинацій як в Україні, так і за кордоном. Особливу увагу на сучасному етапі вчені акцентують на взаємодію, взаємозалежність, співпрацю окремих елементів туристично-рекреаційного кластера.

Туристичний кластер як форму посилення конкурентних переваг регіону досліджують А.А. Теребук, О.Л. Михайлюк та І.В. Давиденко аналізують механізми і перспективи функціонування туристичних кластерів в Одеській області, вітчизняний вчений-економіст Ю.В. Тимчишин-Чемерис досліджує туристичний кластер як форму розвитку та успіху туристичної діяль-

ності регіону, Л.В. Малік аналізує формування бренд-іміджу дестинацій в реаліях сучасної України на засадах впровадження КСВ (корпоративно-соціальної відповідальності), вчені-економісти Н.І. Данько та Г.В. Довгаль розглядають брендинг м. Харкова як туристичної дестинації, формування інноваційних туристичних кластерів як конкурентної переваги розвитку регіону досліджує Г.І. Михайліченко.

**МЕТА** роботи полягає у дослідженні інноваційних тенденцій розвитку туристичної сфери, переваг створення інноваційної кластерної моделі для розвитку регіонів на основі синергійного ефекту, бренд-іміджу дестинацій у реаліях сучасної України загальних стратегій розвитку, стратегій зростання: експансії ринку, диверсифікації, вертикальної, горизонтальної інтеграції, глобалізації діяльності, формування інноваційних туристичних кластерів як конкурентної переваги розвитку регіону.

## МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, ресурси Internet, нормативно-правові акти.

## РЕЗУЛЬТАТИ

Основні акценти в провідних країнах світу сьогодні переміщуються на прискорення інноваційного розвитку, перехід до економіки, що базується на знаннях. Саме інноваційний шлях розвитку економіки забезпечує оновлення технологій, товарів і послуг, ефективне використання інтелектуального потенціалу та стимулювання його підвищення.

На сучасному етапі розвитку людства необхідно досліджувати механізми збереження ресурсного потенціалу. Зарубіжні та вітчизняні вчені аналізують глобальні проблеми та пропонують шляхи їх розв'язання. Актуальність даних проблем не викликає сумніву.

Сьогодні кластеризація є тією формою внутрішньої інтеграції та кооперування, що здатна забезпечити як стійкість, так і синергійний ефект протидії тиску глобальної конкуренції з боку монопольних ТНК. Найважливішим показником діяльності кластерів є забезпечення високої конкурентоспроможності їх продукції на ринку, тому кластерний розвиток туристичних дестинацій як окремих регіонів країни є однією з характерних ознак сучасної інноваційної економіки.

Вагому частку історично-культурної спадщини Поділля складають старовинні палацо-паркові комплекси, які віддзеркалюють різні епохи. Це справжні коштовності, в яких природа, архітектура, образотворче мистецтво поєднані у композиційно цілісний твір. Подільські палаци завжди були осередками найцінніших мистецьких колекцій, своєрідними вогнищами культури.

Серед будівель періоду класицизму вражає велич тутьчинського палацу Потоцьких (архітектор О. Лакруа). Найкращими взірцями стилю ампір є палаци у Мурованих Курилівцях та Чорномині Піщанського району (архітектор Ф. Боффо). Також відома готична вілла

Вітославських-Львових у Чернятині Жмеринського району (архітектор Г. Ітгар) [1].

З 4 по 9 червня 2019 р. у парку легендарного "Подільського Версалю" – Палацу Потоцьких у Тульчині – відбувся III міжнародний оперний open air фестиваль OPERAFEST TULCHYN-2019.

У дні проведення фестивалю, 4-9 червня, у "По-

дільському Версалі" глядачів вражали неймовірні картини, книги та витвори мистецтва, які були представлені на захоплюючих виставках, що підготували Вінницький обласний художній музей, Вінницький обласний краєзнавчий музей та Тульчинська ОТГ. Виставки музеїв Вінниччини у "Подільському Версалі" відображені на (рис. 1).



Рис. 1. Виставки музеїв Вінниччини у "Подільському Версалі"

Як зазначила арт-продюсер OPERAFEST TULCHYN, заслужена артистка України Ірина Френкель, місце проведення фестивалю – одне з Семи чудес Вінниччини, відомий Палац Потоцьких, який свого часу називали "прикордонним" або "подільським Версалем". Саме тут граф Станіслав Потоцький обвінчався з коханою Софією, для якої потім в Умані побудував славнозвісну "Софіївку".

У XVIII-XIX ст. Палац Потоцьких у Тульчині був епіцентром бурхливого культурного життя. У Палаці був власний симфонічний оркестр, оперна і балетна трупи, тому кожного року тут відбувалися розкішні прем'єрні постановки опер, які відвідували перші люди того часу [2, с. 1-10].

Також у місті Тульчин, що на Вінниччині, в день народження Миколи Леонтовича – 1 грудня 2018 р. – відкрили креативний простір "Меридіан "Щедрик". Даний захід є продовженням унікального "Леонтович Арт Кварталу", який в червні було відкрито під час оперного фестивалю просто неба OperaFest Tulchyn 2018.

Складовими проекту "Меридіан "Щедрик" у Тульчині будуть аля музичних інструментів, інтерактивна "співоча" інсталяція – лавка Леонтовича, яка гратиме чотири мелодії композитора, – а також гігантські мурали, що стануть новими яскравими фотозонами й туристичними "родзинками". У межах проекту буде зроблене сучасне освітлення пам'ятника Леонтовичу та інших вуличних арт-об'єктів [3].

Необхідно зазначити, що в обласному центрі –

мальовничій Вінниці для містян та гостей міста, які хочуть краще пізнати туристичні атракції, культурну спадщину, запровадили авторський пізнавальний проєкт "Експерсії для душі". Як зазначає менеджер туристичної агенції "Віатур Вінниця" Ксенія Чуракіна, це цикл екскурсій тривалістю від 2 до 5 годин вулицями Вінниці.

Городяни проходять ними кожного дня, не здогадуючись, які цікаві люди тут мешкали і непересічні події відбувалися. За її словами, в межах проєкту городянам пропонують екскурсії на різні теми: "Смачна Вінниця", "Таємниці Вінниці", "Люди і долі" [4].

Що ж так приваблює вінничан та гостей міста, які ще нові цікаві події та різноманітні заходи необхідно створити? Для Вінницької області розпочали створювати бренд-платформу "Вінниччина туристична". Варто зауважити, що 19 листопада 2019 р. під такою назвою відбулася перша бренд-сесія, яку особисто провів президент Національної туристичної організації України Іван Ліптуга. Прийняти участь в дискусії про важливість маркетингу та брендингу туристичних дестинацій і надати власні пропозиції для майбутнього бренду Вінниччини завітало близько сотні людей.

І маркетинг та брендинг територій – це саме той інструмент, яким має займатися держава і місцеві органи влади. Але бізнес має долучитися також досить активно.

Запропоноване економічне зростання у сфері туризму відображене на рис. 2.



Рис. 2. Економічне зростання у сфері туризму

У Презентації “Розробка бренд-платформи Вінниччина туристична” зазначалося також, що необхідне належне фінансування на маркетинг території, на розвиток туристичних продуктів, підвищення їхньої якості, професійну підготовку кадрів, освіту. Усі ці інструменти створюють нашу привабливість: привабливість туристичну, а за нею – привабливість інвестиційну [5].

Дослідження зарубіжних та вітчизняних вчених-економістів свідчать, що ефективний розвиток туристичного та готельно-ресторанного бізнесу можливий за умови функціонування потужних інтегрованих структур. Стратегії зовнішнього зростання (горизонтальна інтеграція, вертикальна інтеграція, концентрична та конгломератна диверсифікація) реалізуються через організаційні зміни, що відтворюються у різноманітних формах об’єднань, приєднань та угод [6, с. 445-451].

Вагомим аргументом, що сприятиме створенню туристичного кластера, може стати ідея співпраці на місцевому рівні, щоб конкурувати на глобальному ринку. Туристичні фірми є операторами ринку, реалізуючи власний продукт, вони використовують послуги інших видів бізнесу, що функціонують в індустрії туризму: готельного та ресторанного, перевезень, торгівлі, розважального та інших. Через те вони повинні між собою спілкуватись, не тільки укладаючи комерційні угоди, але й під час конференцій, семінарів, нарад, через створення професійних асоціацій, клубів. Адже представники всіх зазначених видів бізнесу і утворюють кластер туризму [7, с. 67-71].

Соціально-економічні взаємовідносини необхідно якісно покращувати за рахунок законодавчого регулювання діяльності підприємств різних форм власності, забезпечення ефективної взаємодії виробничої і соціальної сфери, поліпшення житлово-комунальних умов, гармонізації особистих і колективних інтересів працівників, стимулювання економічних інтересів.

Слід відмітити, що ефект кластера створюється завдяки синергійному ефекту. Синергізм означає перевищення сукупним результатом суми факторів, що його складають. Синергійний ефект надає можливість вирішити проблеми взаємозв’язку між різними видами діяльності одного чи декількох суб’єктів господарювання, щоб досягти більш високих результатів, ніж у разі автономних дій за кожним видом діяльності кожного підприємства, яке функціонує у визначеній групі підприємств [8, с. 336-341]. Проектна

модель туристичного кластера “Вінниччина” зображена на (рис. 3).

Отже, за допомогою кластерної форми організації підприємства можна удосконалити механізм управління, посилити спеціалізацію, кооперацію, раціонально використовувати територіальний поділ та ресурси. Також кластерний механізм покращує рівень життя населення, підвищує конкурентоспроможність бізнесу, розташованого на певній території, підтримує ефективний бізнес-клімат, який збільшує переваги задіяних компаній та забезпечує перехід до комплексного використання потенціалу всієї держави.

Кластерні формування являють собою прийнятну структуру для розробки нових форм господарювання і передбачає перехід від прямого втручання органів державної влади до регулювання за допомогою опосередкованих стимулів.

Кластерне формування поєднує групи виробників, покупців та постачальників, які функціонують у взаємозв’язку із державними установами, асоціаціями, фінансовими та бізнес-послугами, інформаційними та комунікаційними технологіями та інфраструктурою з розвитку людських ресурсів [9, с. 127-132].

Тому підприємці повинні бути креативними та проявляти оригінальність у науці, громадському житті, бізнесі, екології та медіа, щоб ми могли рухатися на зустріч Синій Економіці. Природні системи можуть створювати локальне підприємництво, так само як еволюція користувалась інноваціями через різноманіття форм. Тут потрібно не лише чітке розуміння поставленої мети, а й наполегливість.

Підкріплюючи свої дії міцними науковими знаннями та своїм баченням соціальної та емоційної складових, вони можуть впроваджувати та розвивати ці інновації, що створить такі зміни, які зачеплять кожний сектор бізнесу, змістять цілі ринки назустріч збалансованості.

Та все ж слід пам’ятати, що один підприємець, якщо він має достатньо фінансів та великий ентузіазм, не зможе працювати ефективно. Завжди успіх на ринку залежить від наявності партнерів. Одним із способів досягнення успіху у впровадженні інновацій є налагодження партнерських стосунків з ініціаторами змін, які мають можливість впливати на ринок і вирішувати хід справи [10, с. 71-72].



Рис. 3. Проектна модель туристично кластера "Вінниччина".

## ВИСНОВКИ

Отже, саме завдяки співпраці органів державної влади, наукових, науково-дослідних установ, туристичних агенцій, готельно-ресторанних комплексів, інформаційно-туристичних центрів, транспортних компаній, банківських установ, страхових фірм підвищується конкурентоспроможність підприємств та організацій, виникає синергійний ефект.

Необхідно продовжувати дослідження нових форм, інноваційних методів економічного, соціального та культурного розвитку окремих регіонів та країни загалом. Варто обґрунтувати нові стратегічні напрямки розвитку Вінниці та туристичної дестинації.

### Список використаних джерел

1. Отенко І. Формування бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства. Зб. наук. пр. ЧДТУ. Економіка і регіон. 2014. Вип. 37. Ч. 3. С. 40-45.
2. Потучек-Запільська А.Л. Вінниччина – перлина України. URL: <https://www.treasury.gov.ua/ua/news/vinnichchina-perlina-podillya>
3. OPERAFESTTULCHYN-2019. Головний openair літа

4-9 червня у Палаці Потоцьких. URL: <https://moemisto.ua/vn/festival-operafest-tulchin-55044.html>

4. Матковська І. «Меридіан «Щедрик»». URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2566082-na-vinnicini-zavitsa-kreativnij-prostir-meridian-sedrik.html>

5. Чуракіна К. Пізнавальний проект «Експерсії для душі». URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2569817-vinnica-klice-na-ekskursii-dla-dusi.html>

6. Дядюк К. «Все починається з туризму»: на Вінниччині почали розробляти бренд області. URL: <https://vezha.vn.ua/vse-pochynayetsya-z-turyzmu-na-vinnichchyni-pochaly-rozroblyaty-brend-oblasti-foto/?fbclid=>

7. Отенко В.І. Методичне забезпечення стратегічних змін машинобудівних підприємств: науковий та прикладний аспекти. Вісн. Нац. ун-ту «Львівська політехніка». Серія: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2013. № 769. С. 445-451. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM\\_2013\\_769\\_65](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2013_769_65)

8. Ковальчук І.С. Проблеми та перспективи кластеризації туристичної галузі Закарпаття. Науковий вісн. Мукачев. держ ун-ту. (Серія 1: Економіка та управління). 2014. № 1 (4). С. 49-58.

9. Ніколаєв Ю.О. Туристичні кластери в Україні. Вісник

соціально-економічних досліджень. 2012. № 4 (47). С. 336–341.

10. Федун І.Л. Методологічні підходи до формування кластерної моделі підвищення інноваційно-інвестиційної активності в агропромисловому виробництві. Науково-теоретичний журн. Хмельн. екон. ун-ту «Наука й економіка». 2013. № 3 (31). С. 127-132.

11. Паулі Г. Синя економіка. 10 років, 100 інновацій, 100 мільйонів робочих місць / пер. з англ. А. Побережна; ред. Л. Ярошенко. Risk Reduction Foundation. 2012. 320 с.

### **References**

1. Otenko I. Setting a business model of the innovative development of an enterprise // Collection of scientific works of CHDTU. Economy and the region. 2014. Issue 37. Part 3. pp. 40–45. (in Ukrainian).

2. Potuchek-Zaplska A.L. Vinnytsia region – the pearl of Ukraine. URL: <https://www.treasury.gov.ua/ua/news/vinnichchina-perlina-podillya> (in Ukrainian).

3. OPERAFESTTULCHYN-2019. Main summer openair of June 4-9 in the Pototsky Palace. URL: <https://moemisto.ua/vn/festival-operafest-tulchin-55044.html> (in Ukrainian).

4. Matkovska I. “Merydian Shchedryk”. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2566082-na-vinnicini-zavitsa-kreativnij-prostir-meridian-sedrik.html> (in Ukrainian).

5. Churakina K. Educational project “Excursions for the soul”. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2569817-vinnica-klisce-na-ekskursii-dla-dusi.html> (in Ukrainian).

6. Diadiuk K. “Everything begins from tourism”: the brand

of Vinnytsia region has been started developing. URL: <https://vezha.vn.ua/vse-pochynayetsya-z-turyzmu-na-vinnychchyni-pochaly-rozroblyaty-brend-oblasti-foto/?fbclid=> (in Ukrainian).

7. Otenko V.I. Methodological support of strategic changes of machine-building enterprises: scientific and applied aspects. Bulletin of Nats. un-t “Lvivska politehnika”. Series: Management and entrepreneurship in Ukraine: stages of formation and problems of development. 2013. № 769. pp. 445-451. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM\\_2013\\_769\\_65](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2013_769_65). (in Ukrainian).

8. Kovalchuk I.S. Problems and prospects of clustering the tourism industry of Transcarpathia. Scientific bulletin of Mukachevo state un-ty. (Series 1: Economy and management). 2014. № 1 (4). pp. 49–58. (in Ukrainian).

9. Nikolaiev Yu. O. Tourist clusters in Ukraine. Bulletin of socio-economic research. 2012. № 4 (47). pp. 336–341. (in Ukrainian).

10. Fedun I.L. Methodological approaches to the setting a cluster model to increase an innovation and investment activity in the agroindustrial production // Scientific and theoretical journal of Khmeln. econ. un-t. “Science and economy”. 2013. № 3 (31). pp. 127-132. (in Ukrainian).

11. Pauli H. Blue economy. 10 years, 100 innovations, 100 million of jobs / translated from English A. Poberezhna; ed. L. Yaroshenko. “Risk Reduction Foundation”. 2012. 320 p. (in Ukrainian).