

Водночас туризм відіграє значну роль у формуванні соціальної ідентичності особистості.

Перебуваючи в новому культурному середовищі, людина отримує можливість порівнювати різні моделі соціальної поведінки, системи цінностей і культурні традиції. Такий досвід сприяє усвідомленню власної культурної належності, формуванню критичного ставлення до соціальної реальності та розширенню світогляду. Туристичні подорожі стимулюють розвиток толерантності, відкритості до культурного різноманіття та готовності до міжкультурної взаємодії.

Не менш важливою є роль туризму у формуванні соціального простору суспільства. Активізація туристичних потоків впливає на розвиток територій, стимулює економічну діяльність, сприяє модернізації інфраструктури та появи нових форм соціальної взаємодії. У багатьох регіонах туристична діяльність стає важливим чинником соціально-економічного розвитку, формування культурних ініціатив та налагодження міжнародної співпраці. Туризм також впливає на розвиток локальних спільнот, оскільки стимулює збереження культурної спадщини, традицій і національної ідентичності.

У сучасних умовах значення туризму як форми соціальної дії лише зростає. Розвиток транспортних технологій, глобальних інформаційних мереж та цифрових сервісів значно розширює можливості для туристичних подорожей, роблячи їх більш доступними для різних соціальних груп. Туризм поступово перетворюється на важливий елемент соціальної мобільності, інструмент міжкультурної комунікації та засіб пізнання світу. Завдяки цьому туризм стає складовою сучасної соціальної реальності та одним із механізмів формування глобального соціального простору.

Отже, розгляд туризму як форми соціальної дії дозволяє більш комплексно зрозуміти його сутність і суспільне значення. Туристична діяльність постає як складний соціальний процес, у якому поєднуються індивідуальні мотиви, культурні цінності та суспільні взаємодії. У результаті туризм виступає важливою формою соціальної активності, що сприяє розвитку особистості, зміцненню міжкультурних зв'язків і формуванню відкритого соціального інформаційного суспільства XXI ст.

Н. Криушичева

ЕФЕКТИВНІСТЬ КЛАСТЕРНИХ СТРУКТУР У ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

N. Kryushycheva

EFFICIENCY OF CLUSTER STRUCTURES IN TOURISM ACTIVITIES

У сучасних умовах розвитку туристичної сфери посилюється конкуренція між дестинаціями, зростає роль інтеграційних процесів, кооперації суб'єктів господарювання та формування мережевих моделей взаємодії. Туристичний ринок трансформується під впливом цифровізації, глобалізації, зміни споживчих пріоритетів і посилення вимог до якості туристичного продукту. У таких умовах кластерний підхід розглядається як ефективний інструмент підвищення конкурентоспроможності регіонів, оптимізації використання ресурсного потенціалу та забезпечення сталого розвитку галузі.

Кластер у туристичній діяльності трактується як територіально або функціонально об'єднана система підприємств, установ, організацій, органів влади та інших зацікавлених суб'єктів, що взаємодіють на засадах партнерства та координації з метою створення конкурентоспроможного туристичного продукту.

Основу кластерної моделі становлять горизонтальні зв'язки між підприємствами одного рівня, вертикальні взаємозв'язки в межах ланцюга створення вартості, а також взаємодія з освітніми, науковими та фінансовими інституціями.

У структурі кластеру формуються спільна інфраструктурна база, єдина маркетингова стратегія, механізми обміну інформацією та інноваційними рішеннями. Значну роль відіграє цифрова інтеграція учасників, використання інформаційних платформ, систем аналітики туристичних потоків та електронних сервісів управління. Це забезпечує оперативність прийняття рішень і підвищує прозорість економічних процесів усередині кластерної системи.

Ефективність функціонування кластерних структур залежить від низки факторів, серед яких — рівень інтеграції учасників, наявність стратегічного планування, нормативно-правове забезпечення, фінансова стійкість суб'єктів та активна підтримка органів державної влади і місцевого самоврядування. Важливою передумовою є формування довгострокової стратегії розвитку кластеру із чітким визначенням цілей, індикаторів результативності та механізмів моніторингу.

Оцінювання ефективності кластерних структур у туристичній діяльності здійснюється на основі комплексного підходу, що охоплює економічні, соціальні та інституційні показники. До основних критеріїв належать: зростання туристичного потоку й збільшення тривалості перебування туристів; підвищення обсягів реалізації туристичних, готельних та супутніх послуг; збільшення податкових надходжень до місцевих бюджетів; підвищення рівня зайнятості населення у сфері туризму та суміжних галузях розвитку туристичної інфраструктури та модернізація матеріально-технічної бази; активізація інноваційної діяльності та впровадження цифрових технологій; підвищення якості та конкурентоспроможності туристичного продукту; рівень кооперації між учасниками й інтенсивність внутрішньокластерної взаємодії.

Методика оцінювання може включати застосування кількісних індикаторів ефективності, індексних показників, експертного оцінювання, порівняльного аналізу регіонів, SWOT-аналізу, а також економіко-математичного моделювання. Доцільним є використання інтегрального показника ефективності, що дозволяє узагальнити різномірні параметри та визначити рівень розвитку кластерної структури у динаміці.

Практична реалізація кластерної моделі сприяє формуванню синергійного ефекту. Він проявляється в зниженні транзакційних витрат, підвищенні ефективності використання ресурсів та посиленні маркетингових позицій регіону на національному й міжнародному ринках. Об'єднання підприємств у межах кластеру забезпечує спільне просування туристичного продукту, розвиток тематичних маршрутів, створення комплексних пакетних пропозицій і підвищення рівня сервісу.

Особливу увагу варто приділити туристичній діяльності в умовах воєнного стану в Україні. Воєнні дії негативно вплинули на фізичне та психологічне здоров'я населення, що зумовлює необхідність посилення ролі медичного й оздоровчого туризму. Враховуючи суспільні потреби, які спричинені агресією проти України та дією зовнішніх і внутрішніх факторів нестабільності, актуалізується питання формування й розвитку кластерних структур, що орієнтовані на забезпечення якісних послуг у сфері медичного, лікувально-оздоровчого та інших напрямів соціально спрямованого туризму в Україні.

Особливо значущою є роль органів місцевого самоврядування у формуванні сприятливого інституційного середовища для розвитку кластерних ініціатив. Державна підтримка може проявлятися у вигляді фінансових стимулів, грантових програм, податкових преференцій, інформаційного супроводу та сприяння в залученні інвестицій. Ефективна координація між владою та бізнесом створює умови для сталого розвитку туризму.

Отже, кластерні структури є дієвим механізмом підвищення ефективності туристичної діяльності та формування конкурентних переваг регіонів. Їх результативність визначається рівнем інтеграції учасників, якістю стратегічного управління, розвитком інноваційного середовища та підтримкою інституційних механізмів регулювання.

М. Лупан

СИСТЕМНИЙ PR У ПРОСУВАННІ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОЕКТУ

М. Лупан

SYSTEMIC PR IN THE PROMOTION OF A SOCIOCULTURAL PROJECT

У сучасному культурному просторі важливим напрямом досліджень є актуальні питання менеджменту соціокультурної діяльності і туризму. Розвиток культурних інституцій, креативних ініціатив та соціокультурних проектів потребує ефективних управлінських підходів, що забезпечують їхню видимість у суспільстві, залучення аудиторії та формування позитивної репутації. У цьому контексті особливої актуальності набуває використання інструментів зв'язків з громадськістю.

Соціокультурні проекти виконують важливу роль у розвитку культурного середовища, сприяють формуванню культурної ідентичності, соціальній інтеграції та розвитку творчого потенціалу суспільства. Одночас ефективність їх функціонування значною мірою залежить не лише від змісту культурної діяльності, а й від того, наскільки успішно організовано комунікацію з громадськістю. Саме тому у сфері менеджменту соціокультурної діяльності дедалі більшого значення набуває системний підхід до PR.

Системний PR передбачає комплексне управління комунікаційними процесами організації, що включає стратегічне планування, визначення цільових аудиторій, формування ключових повідомлень та використання різноманітних комунікаційних інструментів. На відміну від фрагментарних інформаційних кампаній, системний підхід дозволяє забезпечити послідовність комунікації та формувати довготривалі взаємини між організацією та її аудиторією. У сфері соціокультурної діяльності це є особливо важливим, оскільки культурні проекти часто мають не лише мистецьку, а й соціальну місію.

Необхідність застосування системного PR у менеджменті соціокультурних проектів зумовлена низкою факторів. Насамперед культурні організації та ініціативи функціонують в умовах високої конкуренції за увагу аудиторії. Сучасний інформаційний простір насичений великою кількістю культурних подій, медіапродуктів та розважального контенту. У таких умовах соціокультурні проекти потребують ефективних механізмів комунікації, що дозволяють привернути увагу громадськості та сформувати інтерес до їх діяльності. Крім того, багато соціокультурних ініціатив мають обмежені фінансові ресурси, що ускладнює використання традиційної реклами. Саме тому PR стає одним із ключових