

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-1-77-54>

УДК 332

Зубковська Н.О., Розметова О.Г.
Національний університет харчових технологій

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Анотація. У статті висвітлено поняття конкуренції в туризмі, конкурентоспроможності туристичного продукту. Визначено основні елементи туристичного продукту. Проаналізовано фактори, які впливають на конкурентоспроможність туристичного продукту. Визначено найбільш розвинені види туризму у Харківській області, такі як історико-культурний, сільський та зелений туризм, спортивний туризм, діловий туризм та міський. Виявлено основні чинники, які перешкоджають підвищенню конкурентоспроможності туристичних продуктів. Запропоновано ряд заходів, які необхідно провести для розвитку туризму Харківського регіону. Розглянуто основні проблеми туристичних підприємств. Вказано фактори, які впливають на конкурентоспроможність турпродукту та способи підвищення конкурентоспроможності підприємств туристичної справи у Харківській області.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкуренція, підприємства туристичної справи, туризм, фактори, туристичний продукт, інновації, Харківська область, туристична галузь, послуги, інфраструктура.

Zubkovska Nataliia, Rosmetova Olena
National University of Food Technology

INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE TOURIST PRODUCT OF KHARKIV REGION

Summary. The article deals with the concept of competition in tourism, competitiveness of tourism product. Identified the basic elements of the tourist product. Analyzed factors that influence the competitiveness of the tourism product. Identified the most developed types of tourism in Kharkiv region, such as historical, cultural, rural and green tourism, sports tourism, business tourism and urban tourism. The author substantiates that due to the imperfection of the development of tourist infrastructure objects and the mismatch of the price and quality of tourist products, insufficient promotion of the tourist product of the Kharkiv region, domestic and inbound tourist product makes a very small share in the structure of sales activity of the industry. The competitiveness of the tourism product must be ensured through the introduction of regulatory requirements for the main quality parameters. These parameters in a complex way will protect the rights of consumers in obtaining basic consumer properties such as security, transparency and accessibility. Innovative policy of forming extraordinary complex tourist products, effective price policy, creation of unique tourist product will allow to strengthen the tourism industry in Kharkiv region. Innovative technologies occupy a leading position in the formation of competitive tourism activities. They cover hospitality and transportation and allow you to automate the provision of various services: airline, bus or train tickets, hotel seats, and more. The author has proved, that the Kharkiv region has great advantages in obtaining the status of one of the most developed regions of Ukraine. This area is in a favorable geopolitical location, it has a unique flora and fauna, has a historical and cultural heritage, as well as a well-developed transport network. A restraining factor for the development of the tourism industry is several problems that need to be addressed. The main factors that hinder the competitiveness of tourism products have been identified. A number of measures are proposed to be taken to develop tourism in the Kharkiv region. Considered the main problems of tourism enterprises. Indicated factors that influence the competitiveness of tourist products and ways of increasing the competitiveness of tourism enterprises in Kharkiv region.

Keywords: competitiveness, competition, tourism enterprises, tourism, factors, tourist product, innovations, Kharkiv region, tourism, tourism industry, services, infrastructure.

Постановка проблеми. Для сучасної економіки України важливим є підвищення конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності в туристичній сфері, як важливого фактору забезпечення довготривалого та ефективного функціонування підприємства. Туристична галузь здійснює великий вплив на розвиток держави в цілому.

Харківська область має великі переваги щодо отримання статусу одного з найбільш розвинених регіонів України. Ця область знаходиться у сприятливому геополітичному розташуванні, в ній спостерігається унікальна флора і фауна, володіє історико-культурною спадщиною, а також розвинутою мережею транспортного сполучення. Стимулюючим чинником розвитку туристичної галузі є декілька проблем, які необхідно вирішити.

Актуальність проблеми підвищення конкурентоспроможності туристичних продуктів пояснюється тим, що будучи країною пострадянського простору, в Україні спостерігається низький рівень надання туристичних послуг. На даний час є недостатньо досліджень щодо цих питань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами конкурентоспроможності туристичних продуктів України та й світу загалом займалися такі провідні вчені: І.В. Гончаренко, І.О. Бочан, О.Є. Гербера, Л.І. Гонтаржевська, С.В. Білоус, Т.О. Гринько, Ю.М. Ковальова, І.О. Дегтярьова, М.П. Мальська, М.І. Рутинський, Н.Л. Мандюк, Ю.М. Яворський, С.І. Соколенко, М. Енрайт, М. Портер та інші.

Метою статті є висвітлення основних понять та способів підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту у Харківській області.

Виклад основного матеріалу. Туристичним продуктом називають сукупність товарів та послуг, матеріальних та нематеріальних благ і ресурсів, які призначені для використання в туристичних цілях, що реалізуються на ринку туристичних послуг. Він здатний задовольнити різноманітні потреби туристів.

Розрізняють такі джерела туристичного продукту: результати праці (туристичні послуги і товари, об'єкти туристичної інфраструктури), різноманітні блага (ресурси) – природні та соціально-побутові. Особливістю туристичної сфери є обов'язкове застосування цих джерел одночасно, адже вони є основним об'єктом зацікавленості туристів.

Туристичний продукт складається з таких елементів: програма, маршрут та комплекс послуг щодо забезпечення життєдіяльності туриста. У сфері менеджменту туризму виділяють продукт туристичної території та туроператора. Також турпродукти класифікують за складовими, що визначають суть самого продукту (рис. 1).

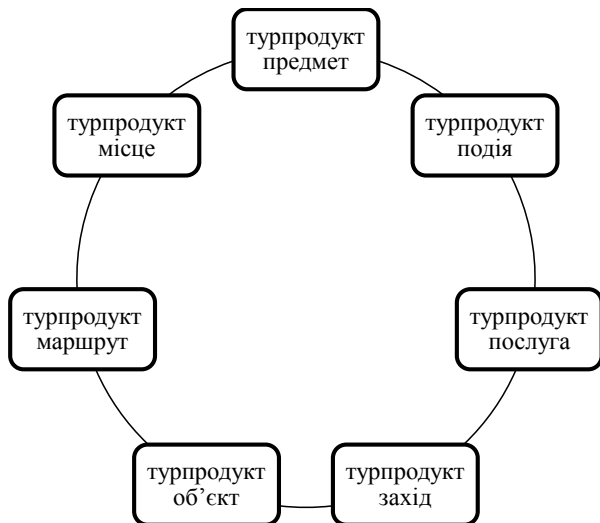


Рис. 1. Класифікація турпродуктів [4, с. 502]

Харківська область є адміністративним, промисловим, історико-культурним, спортивним та діловим центром, а туризм займає провідне місце.

Найбільш розвиненими видами туризму Харківського регіону є:

- історико-культурний туризм – наявність безлічі пам'яток, пов'язаних з перебуванням тут європейських та азіатських етносів;

- сільський та зелений туризм – 16 агроосель проводять свою діяльність в Харківській області. Цей тип туризму може забезпечити ріст доходів селян за рахунок продажу сувенірної продукції, створення цікавих туристичних маршрутів та надання екскурсійних послуг тощо;

- спортивний туризм – відкриття нових велосипедних маршрутів та туристичних кемпінгів у Харківській області;

- діловий туризм – міжнародні конгреси, семінари, симпозиуми, фестивалі, виставки, ярмарки, які постійно проводяться в області;

- міський туризм (шопінг, розваги) для жителів Харківської області.

В Харківській області функціонує більш як 700 суб'єктів туристичної діяльності. Менше ніж 10% з них займається проведенням екскурсій містом та областю, лікування в санаторіях регіону.

Внаслідок недосконалості розвитку об'єктів туристичної інфраструктури та невідповідності ціни і якості туристичних продуктів, недостатньому рівню популяризації турпродукту Харківської області внутрішній та в'їзний туристичний продукт становить дуже малу частку в структурі реалізаційної діяльності галузі.

Важливими факторами для розвитку туристичної сфери регіону є повітряна і автодорожня інфраструктура. На жаль, відсоток авіап перевезень є дуже низьким внаслідок недосконалого регулювання авіап перевезень. У сфері залізничних перевезень також необхідно покращити стан відповідно міжнародним стандартам, залучити інвестиції на оновлення, ремонт [5, с. 42–43].

Зупиняє розвиток туристичної діяльності обов'язкове забезпечення фінансової відповідальності компаній перед туристами. Встановлення мінімальних внесків змушує малих туроператорів переходити в розряд туристичних агентів, що у свою чергу є позитивним для великих туроператорів. Також немає заохочення розвитку внутрішнього туризму, тому турфірми приділяють підвищену увагу виїзному туризму як більш прибутковому.

Відсутність гнучкої реакції туристичної пропозиції на зміни кон'юнктури ринку та постійне збільшення витрат на формування собівартості турпродукту знижує рівень цінової конкурентоспроможності туристичних послуг України.

Нижче виділимо чинники, які перешкоджають підвищенню конкурентоспроможності туристичних продуктів:

- державне регулювання туристичної галузі немає єдиного механізму;

- нормативно-правове забезпечення не відповідає актуальним тенденціям розвитку туризму;

- недостатньо інвестицій для розвитку туристичної сфери;

- недостатнє застосування інноваційних технологій;

- невідповідність туристичних об'єктів міжнародним стандартам;

- відсутність єдиної стратегії просування туристичного продукту;

- недостатній рівень туристичної, сервісної, соціальної та інформаційної інфраструктури;

- недостатнє науково-дослідницьке забезпечення туристичної сфери;

- немає популяризації внутрішнього туризму;

- сезонність [7, с. 20].

Для створення умов щодо безперервного розвитку туризму України, зокрема в Харківській області, необхідно виконати ряд заходів:

- нейтралізувати негативні тенденції в туристичній галузі;

- поліпшити рівень життя населення;

- забезпечити збереження унікальності вагомих природних та історико-культурних ресурсів;

- покращити імідж області в сфері туризму;

- мінімізувати регіональні соціально-економічні проблеми;

- збільшити рівень «прозорості» на туристичному ринку [3, с. 193].

Ефективним чинником туристичного розвитку для Харківської області буде щотижнева рекреація: тури у вихідні дні в центрі міста Харкова, а також тури з районів до центру Харкова.

Майбутнє туристичної сфери Харківської області залежить від розроблення комплексного туристичного продукту:

1) подієві послуги – відвідування розважальних, культурно-пізнавальних, спортивних та шоу-масових центрів області;

2) бізнес-послуги – організації зустрічей, ділових конференцій;

3) етнографічні послуги – ознайомлення з побутом та традиціями народу, який перебуває в області (ознайомлення зі стародавніми племенами, традиціями та обрядами);

4) етнічні послуги – туристичні послуги з перебування та огляду природних ресурсів;

5) оздоровчі послуги – SPA-процедури, обгортання, масаж, грязьові ванни, плавання в басейні, сауна, заняття на тренажерах;

6) спортивні послуги – організація спортивної діяльності туриста;

7) VIP-послуги – відвідування зачинених для загального відвідування місць.

Туристичні послуги, наведені вище формують особливий комплекс конкурентоспроможних переваг для великої кількості споживачів. Це пояснюється тим, що турист перш за все, шукає нових вражень та готовий платити за них будь-які суми коштів. Водночас відбувається забезпечення надходжень та заохочення турфірм для розробки нового туристичного продукту [2, с. 9].

Конкурентоспроможність туристичного продукту показує спроможність компанії вистояти в конкурентній боротьбі на ринку. Формування конкурентоспроможності починається з виявлення істотних споживчих особливостей, за якими аналізується можливість реалізації продукту на

відповідному ринку. Важливим у підвищення конкурентоспроможності туристичної продукції є концепція визначення іміджу компанії [6, с. 161].

В процесі розробки туристичного продукту варто брати до уваги потреби туриста. І саме ефективна, конкурентоспроможна туристична галузь організує великі можливості для обслуговування вітчизняних та іноземних туристів. Для подальшого розвитку туризму Харківської області варто провести такі заходи:

– відповідно до міжнародної практики створити нормативно-правову основу туристичного розвитку;

– створити економічні механізми, які стимулюватимуть розвиток внутрішнього ринку туристичної діяльності та доєднати до цього закордонних інвесторів;

– сформувати систему ліцензування і сертифікації туристичної діяльності, яка була б максимально справедливою та жорсткою (табл. 1).

На сьогодні управління туристичною сферою повинне охоплювати декілька важливих питань:

– покращення структури управління;

– впровадження державної політики за допомогою координаційної роботи центральних і місцевих органів виконавчої влади та підприємств;

– удосконалення державної статистики щодо туризму з врахуванням міжнародних стандартів та досвіду іноземних держав.

Беручи до уваги все вищесказане, можна запропонувати такі рекомендації щодо розвитку та підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту в Україні, а зокрема в Харківській області:

– вдосконалити методи залучення суспільства та покращити ефективність дії влади стосовно

Таблиця 1

Заходи щодо підвищення конкурентоспроможності турпродукту в Харківській області [1]

Мета	Наявна ситуація	Впровадження заходів
Ефективна транспортна інфраструктура	Відсутні засоби інформування.	Розроблення схеми руху транспорту, з урахуванням розміщення туристичних об'єктів регіону
	Обмежений доступ транспорту до туристичних об'єктів.	
	Недостатня кількість паркомісць	
Велика кількість варіантів розміщення різного класу для задоволення потреб відвідувачів	Перевага готелів сегмента 3* та 4*.	Цільове залучення девелоперів і міжнародних операторів готелів до проектів
	Нестача бізнес-центрів та виставкових залів	Введення міських стандартів якості послуг
Удосконалення сфери громадського харчування	На ринку спостерігаються швидкі темпи розвитку.	Підтримка розвитку мереж ресторанного господарств.
	Недостатня кількість кав'ярень та тематичних ресторанів місцевої кухні	Розвиток концептуальних ресторанів і ресторанів з унікальним меню для гостей
Наявність клубів, розважальних центрів і привабливих для туристів	Недостатність торговельних розважальних центрів цікавих для туристів.	Проектування концептуальних центрів розваг.
		Залучення міжнародних інвесторів
Наявність обладнаних туристичних зон та маршрутів	Наявні екскурсійні маршрути.	Розроблення проектів перебудови інфраструктури туристичного середовища враховуючи потреби туристів.
	Туристи орієнтуються на довідники та доступну їм інформацію в інтернеті.	
Наявність туристично-інформаційного центру	Відсутність обласного туристично-інформаційного пункту в Харківському регіоні	Створення єдиної координаційної служби туристичної галузі.
Безпечне перебування туристів в місті та області	Відсутність спеціальних засобів гарантування безпеки	Організація безпеки пересування туристів.
	Відсутність можливості одержання оперативної допомоги іноземному туристу правоохоронними органами через наявність мовного бар'єра	Створення спеціальних інструкцій і засобів безпеки для туристів.
		Вивчення іноземних мов працівниками правоохоронних органів

покращення регіональної політики стосовно туристичної діяльності;

- покращити систему стратегічних програмних документів розвитку туристичної діяльності регіону;

- запровадити актуальні методи щодо планування та реалізації унікального турпродукту;

- зацікавити закордонних інвесторів щодо розвитку туристичного потенціалу Харківської області.

Введення в дію цих способів сприятиме розвитку та підвищенню рівня конкурентоспроможності туристичної галузі, покращить співпрацю туристичної сфери з іншими важливими галузями соціального, економічного та культурного розвитку регіону.

Для того, щоб підвищити конкурентоспроможність турпродуктів Харкова та області необхідно працювати над вдосконаленням процесу відтворення якісного турпродукту.

Конкурентоспроможність туристичного продукту Конкурентоспроможність туристичного продукту потрібно забезпечити через впровадження нормативних вимог до головних якісних параметрів. Ці параметри в комплексі сформулюють захист прав споживачів в одержанні базових споживчих властивостей, таких як безпека, прозорість та доступність.

Інноваційна політика формування неординарних комплексних турпродуктів, ефективна цінова політика, створення унікального турпродукту дозволить посилити туристичну галузь в Харківській області.

Інноваційні технології займають провідне місце у формуванні конкурентоспроможної туристичної діяльності. Вони охоплюють сферу гостинності та перевезень і дозволяють автоматизувати надання різних послуг: бронювання авіа, автобусних чи залізничних квитків, місць в готелях тощо.

Висновки і пропозиції. Отже, можна зробити висновок, що Харківська область має всі передумови для того, щоб стати одним з найбільш туристично розвинутих регіонів України. Область має необхідні для туризму ресурси: унікальну флору та фауну, розвинуту мережу транспортного спо-

лучення, природничо-оздоровчі ресурси, пам'ятки архітектури, археології та монументального мистецтва. Важливим потенціалом є природні рекреаційні ресурси та достатні людські ресурси.

Унікальними територіальними комплексами Харківського регіону є Дворічанський та Слобожанський природні парки. Ландшафтні парки – природоохоронні рекреаційні установи створюють умови для різних видів проведення дозвілля, наприклад ландшафтний парк «Печенізьке поле». Унікальними еталонами природи є заповідні урочища: Божкове, Тюндик та Миколаївські насадження [1].

Всебічне покращення рекламних механізмів та просування на національний ринок регіональних екскурсійно-туристичних, готельних і транспортних послуг, покращення якості підвищити привабливість Харківської області для всієї України та за кордоном.

Якісна політика розвитку туристичної діяльності регіону зможе забезпечити:

- покращення ринкових основи господарювання та пришвидшення темпів реформування економіки Харківського регіону;

- підвищення рівня дохідної бази бюджету області;

- підвищення рівня інвестування у високотехнологічні об'єкти туризму;

- покращення іміджу області в Україні та за кордоном;

- встановлення ефективних культурних та зовнішньоекономічних зв'язків;

- Фінансова підтримка культурної оздоровчої та інших сфер діяльності (інвестиції, дотації);

- збільшення попиту на товари та послуги, які важко реалізувати на національному ринку (товари народних промислів, сувеніри);

- покращення фінансових результатів господарського комплексу області;

- оптимізація сфери зайнятості;

- організація дозвілля населення області та забезпечення популяризації національної культурно-історичної спадщини.

Список літератури:

1. Програма економічного та соціального розвитку м. Харкова на 2019 рік № 1286/18. 2018.
2. Беспала О.А. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку в Україні. *Економіка*. 2017. № 6(34). С. 9–13.
3. Забалдіна Ю.Б. Маркетинг туристичних підприємств : навч. посібник. Київ : Музична Україна, 2007. 196 с.
4. Кіпченко В.К. Менеджмент туризму: підручник. Київ : Знання, 2010. 502 с.
5. Пестушко В. Український туризм у контексті глобалізації: сучасний стан і перспективи. *Теорія та методика*. № 11-12. С. 42–43.
6. Солов'янчик А.В. Сучасні підходи до визначення конкурентоспроможності туристичних підприємств. *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. праць / за ред.: М.І. Зверякова. Одеса, 2015. № 56. С. 161–169.
7. Чернишенко А. Формування стратегії сталого розвитку туризму і курортів в Україні: Круглий стіл. *Новості турбізнесу*. 2007. № 12. 20 с.

References:

1. Programa ekonomichnogo ta socialnogo rozvytku m. Kharkova na 2019 rik [Economic and Social Development Program of the City of Kharkiv for 2019]. Vol. 1286/18.
2. Bepala, O.A. (2017). Suchasnyj stan, problemy ta perspektyvy rozvytku turystychnogo rynku v Ukrayini [The current state, problems and prospects of tourism market development in Ukraine]. *Ekonomika*, vol. 6(34), pp. 9–13.
3. Zabaldina, Y.B. (2007). Marketyng turystychnykh pidpryyemstv: navch. posibnik [Marketing of tourism enterprises]. Kyiv: Muzychna Ukrayina, p. 196.
4. Kiptenko, V.K. (2010). Menedzhment turyzmu: pidruchnyk [Tourism management]. Kyiv: Znannya, p. 502.
5. Pestushko, V. Ukrayinskyj turizm u konteksti globalizaciyi: suchasnyj stan i perspektyvy [Ukrainian tourism in the context of globalization: current status and prospects]. *Teoriya ta metodyka*, vol. 11–12, pp. 42–43.
6. Solovyanchyk, A.V. (2015). Suchasni pidkhody do vyznachennya konkurentospromozhnosti turystychnykh pidpryyemstv [Modern Approaches to Determining the Competitiveness of Tourism Enterprises]. *Visnyk socialno-ekonomichnykh doslidzhen*: zb. nauk. prac / za red.: M.I. Zvyeryakova. Odesa, vol. 56, pp. 161–169.
7. Chernyshenko, A. (2007). Formuvannya strategiyi stalogo rozvytku turyzmu i kurortiv v Ukrayini: Kruglyj stil [Formation of strategy of sustainable development of tourism and resorts in Ukraine: Round table]. *Novosti turbyznesa*, vol. 12, p. 20.