

УДК 332.15

[https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2\(1\)-13](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2(1)-13)

КАЛІНІЧЕНКО С. М.

<https://orcid.org/0000-0003-3958-4763>

КОЛЕСНИК Т. В.

<https://orcid.org/0000-0002-9167-4072>

Державний біотехнологічний університет

ГРОХОЛЬСЬКИЙ В. П.

<https://orcid.org/0000-0002-4731-6489>

Державний біотехнологічний університет (ДБТУ)

ГРІБІНИК А. В.

<https://orcid.org/0000-0002-0266-3006>

Державний біотехнологічний університет

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Для підприємницької діяльності у сфері туризму та гостинності здебільшого характерна високий рівень конкуренції. Ступінь розвитку ринку, складність роботи на ньому багато в чому диктуються особливостями конкурентного середовища. З переходом на ринкові відносини, створенням незалежних господарських структур та наданням самостійності підприємства та організації опинилися у скрутному становищі. На сьогодні становище таке, що реально існуюча потреба в туристичних послугах невисока через дорожнечу та невідповідність їх якості світовим стандартам. Таким чином, специфіка та особливості конкуренції в туризмі обумовлені тісним взаємозв'язком і взаємозалежністю між різними рівнями конкуренції в туризмі. Синергетичний ефект конкурентоспроможності туристичної системи з'являється тоді, коли конкурентоспроможність забезпечується на всіх рівнях. При розробці концепцій підвищення конкурентоспроможності на будь-якому рівні туризму необхідно використовувати системний підхід і координувати конкурентоспроможність суб'єктів туристичного ринку на всіх рівнях. При правильній організації координації між суб'єктами туристичного ринку можна суттєво підвищити конкурентоспроможність туристичної системи в цілому. Щоб ефективно розвиватися, максимально використовувати свій конкурентний потенціал, вирізнятися на фоні інших дестинацій, туристичний центр повинен мати науково обґрунтовану стратегію сталого розвитку, яка виступає дорожньою картою для управління туристичною галуззю регіону в контексті загального соціально-економічного прогресу та екологічного благополуччя. Туристичний бізнес має пряму залежність від конкретних дій всієї сукупності підприємств, які є частинами ланцюга процесу створення туристичного продукту. Контроль за цими суб'єктами можна здійснювати тільки в межах туристичного кластеру, що є ефективним засобом для підвищення якості туристичного продукту на етапах його розробки.

Ключові слова: туризм, регіон, дестинація, туристичний продукт, конкурентоспроможність.

SERGIY KALINICHENKO, TETIANA KOLIESNIK

State Biotechnology University

VADYM GROKHOLSKYI

State Biotechnology University (SBTU)

ANDREY GRIBINIK

Tourism Department Assistant, State Biotechnological University

DIRECTIONS OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF TOURIST ACTIVITY

Entrepreneurship in the field of tourism and hospitality is mostly characterized by a high level of competition. The degree of market development, the complexity of working on it is largely dictated by the peculiarities of the competitive environment. With the transition to market relations, the creation of independent economic structures and the independence of enterprises and organizations found themselves in a difficult position. Today the situation is that the real need for tourist services is low due to the high cost and non-compliance of their quality with world standards. Thus, the specifics and features of competition in tourism due to the close relationship and interdependence between different levels competition in tourism. The synergistic effect of the competitiveness of the tourist system appears when competitiveness is ensured at all levels. When developing concepts for increasing competitiveness at any level of tourism, it is necessary to use a systematic approach and coordinate the competitiveness of tourism market participants at all levels. With the correct organization of coordination between the subjects of the tourist market can be significantly increased competitiveness of the tourist system as a whole. In order to effectively develop, maximize its competitive potential, stand out from other destinations, the tourist center must have a science-based sustainable development strategy, which serves as a roadmap for managing the region's tourism industry in the context of overall socio-economic progress and environmental well-being. The tourism business is directly dependent on the specific actions of the whole set of enterprises that are part of the chain of the process of creating a tourism product. These entities can be controlled only within the tourism cluster, which is an effective means of improving the quality of the tourism product during its development.

Key words: tourism, region, destination, tourist product, competitiveness

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Регіон туристичної дестинації є одним із найважливіших у туристичній системі, оскільки самі туристичні дестинації та їхній імідж залучають туристів, активізують всю туристичну систему. Туристична дестинація – вирішальний елемент туристичної системи, що характеризується як територія з усілякими

зручностями, системами обслуговування та послугами для забезпечення потреб туристів. Іншими словами, туристична дестинація – найбільш необхідні та вирішальні елементи туризму, важливі для відвідувачів. Регіон дестинації нації є одним із найважливіших у туристській системі, оскільки власними силами туристичні дестинації та його імідж залучають туристів, мотивує на відвідуваність, в такий спосіб, активізуючи систему туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Значний внесок у дослідження питань розвитку туризму, інноваційних принципів формування туристичних територій і процесів та підвищення ефективності управління туристичною індустрією зробили такі вчені: О. Любіцева [6], С., А. Зорін [5], С. Пайк [3], Н. Парубок [8], Н. Петренко [8], С. Подзігун [8], О. Третьяков [6], І. Удовенко [8] та ін. Серед дослідників питань, що стосуються проблем економіки та управління туризмом, ефективності та конкурентоздатності туристичної діяльності в сучасній економіці, особливо слід відзначити праці таких вітчизняних авторів, як А. Безхлібна [1], А. Головчан [2], Л. Дядечко [3], Т. Ткаченко [7]. Останнім часом з'явилося багато наукових праць, які стосуються досліджень теоретико-методичних основ розвитку туристичних регіонів та дестинацій. Але питання підвищення конкурентоздатності туристичної діяльності за наявних умов господарювання, на нашу думку, є найменш розробленими у теоретичному та практичному аспектах.

Формулювання цілей статті

Формулювання цілей статті проаналізувати напрями підвищення конкурентоздатності туристичної діяльності регіону

Виклад основного матеріалу дослідження

Стихийний розвиток країн, міст і регіонів як туристичних дестинацій відходить у минуле, оскільки без наукового обґрунтування та моделювання неможливо реалізувати ефективну стратегію розвитку туристичного потенціалу регіону, передбачити, як саме буде відбуватися процес формування туристичного продукту, які зміни відбудуться у майбутньому і як саме туристична інфраструктура буде реагувати на нові виклики ринку. Щоб ефективно розвиватися, максимально використовувати свій конкурентний потенціал, вирізнятися на фоні інших дестинацій, туристичний центр повинен мати науково обґрунтовану стратегію сталого розвитку, яка виступає дорожньою картою для управління туристичною галуззю регіону в контексті загального соціально-економічного прогресу та екологічного благополуччя. При цьому система управління має вибудовуватися на контрольованій, комплексній та стійкій основі, з дотриманням принципів економічного, соціального та екологічного балансу. Завдяки такому підходу туризм може принести території значні економічні вигоди, не спричиняючи екологічних та соціальних проблем

Кінцевою метою даного матеріалу буде формування сучасної конкурентоспроможної туристичної індустрії, завдяки якій регіон (область) зможе увійти до лідерів за ключовими показниками у сфері туризму та гостинності. Для досягнення мети пропонується виконати деякі завдання:

1. Розвиток основних видів туризму.
2. Формування та просування бренду області як регіону сприятливого для інвестицій у туристичну сферу.
3. Розвиток туристичної інфраструктури (харчування, транспорт, розвага, дороги)
4. Збільшення безпеки та якості туристичних послуг.

Розвиток основних видів туризму.

Для підтримки основних видів туризму пропонується здійснювати роботу за такими напрямками:

1. У сфері культурно-пізнавального туризму – розвиток сфери туризму музейної мережі регіону, створення нових музеїв за тематиками найпривабливішим для основних ринків збуту туристського продукту регіону. Формування туристських культурно-освітніх центрів, культурно-етнографічних, культурно-історичних парків. Включення масових культурних заходів до туристських програм.

2. Активний туризм. Розробка заходів підтримки туроператорів, які працюють у сфері прийому туристських груп та організації активних турів на території області. Необхідна розробка комплексу заходів щодо забезпечення безпеки у сфері активного туризму, насамперед організації міжвідомчої взаємодії, а також організація інформаційно-просвітницької роботи щодо запобігання надзвичайним подіям.

3. Подійний туризм. Формування єдиного плану заходів з урахуванням інтересів цільової аудиторії. Надання сприяння адміністраціям муніципальних утворень та представникам туристського бізнесу в організації масових заходів туристської спрямованості. Включення подій у туристичні та екскурсійні програми, що реалізуються на території області.

4. Санаторно-оздоровчий та лікувальний туризм. Необхідна серйозна всебічна підтримка найперспективніших санаторіїв регіону: сертифікація якості послуг (у тому числі за міжнародними стандартами), допомога у просуванні на ринку комерційного туризму, покращення якості сервісу, організація анімаційних програм та екскурсій для відпочиваючих, активне використання туристичного продукту території для різноманітності відпочинку клієнтів санаторіїв.

Просування області необхідно здійснювати з урахуванням зростання конкурентної боротьби між туристськими дестинаціями в інших областях.

Позиціонування та просування області.

Грамотна стратегія позиціонування над ринком, використання туристських ресурсів, цілісна стратегія маркетингу дозволить збільшити туристичний потік і цим підвищити інвестиційну привабливість регіону.

Конкретні заходи щодо просування регіонального туристського продукту розробляються виходячи з цільової аудиторії та рівня доступності. Враховуючи вищезазначене, доцільно виділити два етапи розподілу рекламних ресурсів:

1. Мешканці області.
2. Жителі України та зарубіжних країн.

При роботі з кожною цільовою аудиторією будуть відрізнятися туристичні продукти та інструменти їх просування, що просуваються: жителям області доцільно пропонувати можливості для відпочинку у форматі турів вихідного дня (одно-дводенні тури, найрізноманітніші, залежно від уподобань клієнтів), більш тривалі програми рекреації та оздоровлення на основі місцевих курортів та санаторіїв.

Робота з жителями регіону повинна включати напрямки з просування туризму як галузі еко номіки та сфери професійної діяльності, що позитивно впливає на добробут та життєдіяльність жителів області. До таких напрямів роботи можна віднести поширення друкованих видань, присвячених можливостям відпочинку у регіоні та проведення акцій, з метою просування позитивних результатів для галузі розвитку туризму. При роботі з аудиторією сусідніх регіонів важливе значення має взаємодія з туристичними операторами, що формують групові та індивідуальні тури, зокрема міжрегіональні.

Для просування туризму в регіоні на зовнішніх ринках доцільно поєднати зусилля з галузевими структурами, такими як Державне агентство розвитку туризму, Міністерство економіки, Міністерство культури та інформаційної політики.

Розвиток туристичної інфраструктури

Для багатьох країн світу, в тому числі і України, характерним є створення кластерів у туристичній галузі. Туристичні кластери ефективно функціонують у США, Італії, Іспанії, Польщі, Чехії, Словаччині тощо. В Україні успішні туристичні кластери працюють у м. Львові, Хмельницькій, Полтавській, Івано-Франківській, Волинській областях. Перевагами кластерної моделі у туристичній галузі є:

- ефективне використання туристичних ресурсів, удосконалення та підвищення конкурентоспроможності регіонального туристичного продукту;
- підвищення інвестиційної привабливості регіону, сприяння інноваційним інвестиційним проектам в туристичній галузі;
- координація зусиль влади, бізнесу та громадських організацій з метою розвитку туристичної інфраструктури;
- спільне використання кадрового потенціалу, реалізація програм підготовки та підвищення кваліфікації персоналу;
- зниження собівартості туристичних послуг за рахунок преференцій для учасників кластеру, спільного використання ресурсів, узгодження стратегії і тактики бізнес-діяльності;
- реалізація спільних маркетингових та рекламних заходів, участь у туристичних виставках та ярмарках, розробка та просування туристичного бренду регіонів;
- розширення можливостей для розвитку інноваційних форм і напрямів туристичної діяльності.

Умовою реалізації кластерних ініціатив є інтенсивність інвестиційного процесу, який безпосередньо залежить від інвестиційної політики адміністрації області, спрямованої на створення сприятливого інвестиційного клімату. Початкові інвестиції мають бути за рахунок бюджету через недостатність рентабельності на початковому етапі. Цільова програма передбачає такий розподіл інвестицій: державний бюджет – 25%; регіональний бюджет – 10%; приватні інвестиції – 65%. Цей розподіл реалізується за програмою спільного партнерства держави та приватних інвестицій.

Очікування низької рентабельності від початкових інвестицій, можливо, ускладнить залучення великого бізнесу в цю сферу діяльності.

Заходи щодо підвищення якості туристських послуг є забезпечення відповідних кадрів, так само заходи щодо підвищення безпеки. На ринку праці відчувається дефіцит висококваліфікованих кадрів для сфери туризму. Реалізація кластерних проектів передбачає створення нових робочих місць у сфері туризму та гостинності. Тому необхідні заходи щодо підготовки кадрів:

1. Моніторинг кадрових потреб ринку у сфері туризму.
2. Корекція навчальних планів у навчальних закладах.
3. Проведення практичного навчання (тренінги, курси).

Можливість реалізації цих заходів потребує розробки програм підвищення якості основних складових промисловості. Заходи, необхідні для формування конкурентоспроможної індустрії туризму в області, наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності туристичної індустрії

Умови конкурентоспроможності	Заходи
Впізнаваний туристичний образ області	1. Визначення цільової аудиторії 2. Ефективна рекламна політика
Різноманітність та унікальність туристичних продуктів	1. Реставрація та удосконалення уже існуючих об'єктів 2. Пропозиція унікального продукту
Транспортна доступність	1. Розвиток загальнодоступної та зрозумілої туристичної навігації 2. Розвиток дорожньої інфраструктури
Безпека відпочинку, створення інформаційного середовища	1. Розвиток системи інформаційних центрів 2. Підготовка персоналу для надання більш високого рівня туристичних послуг
Комплексний характер туристичного продукту	1. Формування цілісних туристичних кластерів 2. Розробка комплексних туристичних маршрутів 3. Навчальні програми по формуванню туристичних продуктів для керівників туристичних підприємств
Сучасні механізми та засоби донесення інформації	Потрібне обладнання з інформацією та можливістю використання Інтернету

Базові сценарії розвитку та результати. Розглядаються три основні варіанти розвитку подій:

- Стабілізаційно-інвестиційний,
- Індустріально-модернізаційний,
- Інноваційно-оптимістичний.

1) Стабілізаційно-інвестиційний сценарій розрахований на стратегію наздоганяючого типу, у разі технічного розвитку в умовах сприятливої світової кон'єктури на основі наявних планів переважно великих компаній. Можливий якщо область не витримає конкуренції з іншими областями за зовнішнім туристичним потоком, в результаті туристичний потік буде забезпечуватися тільки внутрішнім ресурсом. Розвиток туризму у регіоні відбуватиметься своїм ходом, без втручання державних програм та приватних великих інвестицій.

2) Індустріально-модернізаційний сценарій передбачає прискорений розвиток промислового комплексу як основи економічного зростання за сприятливих умов. А значить напрямок бюджетних коштів на просування вже існуючих туристичних продуктів, а також приплив приватних інвестицій у вже забезпечені туристським потоком дестинації. Цей сценарій несе у собі ризики пов'язані з мінімальним соціально-економічним ефектом від розвитку туризму у зв'язку з мінімальним державним інвестуванням.

3) Інноваційно-оптимістичний сценарій має на увазі що відбудеться інноваційний та інвестиційний прорив. Цей сценарій передбачає, що область перебуватиме в п'ятірці регіонів лідерів за обсягом туристичного потоку, для цього необхідно активне позиціонування області як регіону, сприятливого для туризму (розробка фінансових програм розвитку туризму у регіоні зокрема інфраструктури).

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Сучасний туризм є вагомим чинником соціально-економічного розвитку регіонів за рахунок надходжень від зростаючих туристичних потоків, залучення інвестицій у формування місцевої інфраструктури, ефективного використання природно-рекреаційних та історико-культурних ресурсів території, її активного включення у національну та міжнародну торгівлю послугами.

Туристичний бізнес має пряму залежність від конкретних дій всієї сукупності підприємств, які є частинами ланцюга процесу створення туристичного продукту. Контроль за цими суб'єктами можна здійснювати тільки в межах туристичного кластеру, що є ефективним засобом для підвищення якості туристичного продукту на етапах його розробки.

Література

1. Безхлібна А.П. Еволюція сутності формування теоретичних основ конкурентоздатності регіону. Бізнес Інформ. 2017. № 5. С. 14–19.
2. Головчан А.І. Теоретико-методологічні підходи до визначення сутності туристичних дестинацій та управління ними. Торговля і ринок України. 2009. Вип. 27. С. 157–161.
3. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
4. Закон України «Про туризм». Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2004. № 13. Ст. 180. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/en/1282-15>.
5. Зорин А.И. Концептуальное дидактическое проектирование туристических дестинаций. Москва : Советский спорт, 2012. 279 с.
6. Любіцева О.О., Третьяков О.В. Типізація дестинацій. Географія та туризм. 2012. Вип. 17. С. 3–9.
7. Ткаченко Т.І. Територіально сфокусований розвиток суб'єктів туристичного бізнесу. Культура народів Причорномор'я. 2006. № 81. С. 56–64.
8. Methods of assessment of efficiency of creating regional innovative clusters for dynamic development of economics / R. Kozhukhivska et al. Investment Management and Financial Innovations. 2017. № 14(3). P. 302–

312. URL : <https://businessperspectives.org/component/zoo/methods-of-assessment-of-efficiency-of-creating-regional-innovative-clusters-for-dynamic-development-of-economics>

References

1. Bezhlibna, A.P. (2017). Evolyuciya sutnosti formuvannya teoretichnih osnov konkurentozdatno sti regionu [Evolution of essence of formation of theoretical bases of competitiveness of region]. *Business Inform*, 5, 14-19.
2. Golovchan, A.I. (2009). Teoretiko-metodologichni pidhodi do viznachennya sutnosti turistichnih destinacij ta upravlinnya nimi [Theoretical and methodological approaches to the definition and management of tourist destinations]. *Torgivlya i rinek Ukraini*, 27, 157-161.
3. Dyadechko, L.P. (2007). *Ekonomika turistichnogo biznesu* [Economics of tourism business]. Kyiv: Center for Educational Literature.
4. Zakon Ukraini «Pro turizm» (2004). Information of the Verkhovna Rada of Ukraine, [Law of Ukraine On Tourism]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/en/1282-15>.
5. Zorin, A.I. (2012). Konceptualnoe didakticheskoe proektirovanie turisticheskikh destinacij [Conceptual didactic design of tourist destinations]. Moskva: Sovetskij sport.
6. Lyubiceva, O.O., Tretyakov, O.V. (2012). Tipizaciya destinacij [Typing of Destination]. *Geografiya ta turizm*, 17, 3-9.
7. Tkachenko, T.I (2006). Teritorialno sfokusovaniy rozvitok sub'ektiv turistichnogo biznesu [Territorially focused development of tourism business entities]. *Kultura narodov Prichernomor'ya*, 81, 56-64.
8. Kozhukhivska, R., Parubok, N., Petrenko, N., Podzihun, S., Udovenko, I. (2017). Methods of assessment of efficiency of creating regional innovative clusters for dynamic development of economics, *Investment Management and Financial Innovations*, 14(3), 302-312 Available at: <https://businessperspectives.org/component/zoo/methods-of-assessment-of-efficiency-of-creating-regional-innovative-clusters-for-dynamic-development-of-economics>.