

УДК 338.482.22

Кацемір Я.В.

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри менеджменту організації
Херсонського державного аграрного університету

Katsemir Yana

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at the Department of Management of Organizations
Kherson State Agricultural University

ВИЗНАЧЕННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

DETERMINATION OF DIRECTIONS OF INCREASE OF CONSUMER ATTRACTIVENESS OF THE TOURIST-RECRUITMENT COMPLEX OF KHERSON REGION

Статтю присвячено проблемі розвитку туризму південних територій на прикладі Херсонської області, що забезпечує їхній сталий розвиток. Детально розглянуто сильні й слабкі сторони, які зумовлюють формування туристичного кластера, і чинники, що перешкоджають формуванню регіонального туристського кластера. Проведено аналіз існуючих методичних підходів до оцінки привабливості туристичних атракцій регіону, розкрито механізми просування туристського продукту в умовах ринку і формування споживчих переваг на основі цілеспрямованого управління споживчою мотивацією. Запропоновано напрями формування та підвищення споживчої привабливості туристично-рекреаційного комплексу Херсонської області.

Ключові слова: туризм, туристична галузь, споживча привабливість, туристичний продукт, туристично-рекреаційний комплекс.

Статья посвящена проблеме развития туризма южных территорий на примере Херсонской области, обеспечивающего их устойчивое развитие. Подробно рассмотрены сильные и слабые стороны, которые обуславливают формирование туристического кластера, и факторы, препятствующие формированию регионального туристского кластера. Проведен анализ существующих методических подходов к оценке привлекательности туристических достопримечательностей региона, раскрыты механизмы продвижения туристского продукта в условиях рынка и формирования потребительских предпочтений на основе целенаправленного управления потребительской мотивацией. Предложены направления формирования и повышения потребительской привлекательности туристско-рекреационного комплекса Херсонской области.

Ключевые слова: туризм, туристическая отрасль, потребительская привлекательность, туристический продукт, туристско-рекреационный комплекс.

Currently, the tourist industry in Ukraine is in a state of chaotic, fragmented, slow development. There is a weak and fragmented state policy due to the lack of a single direction, the vision of the industry, the lack of continuity of policies, etc. Human resources and, as a result, the level of service is at an undue level. The investment climate does not correspond to the large attraction of foreign capital for the development of the industry. The private sector, which is the main engine of the tourism industry, is under pressure from state structures, barriers, unfree competition. The state has so far created insufficient conditions for the development of private enterprises in the tourism industry. This is a brief description of the pressing problems of the industry that we encountered in the research process. Tourism in Ukraine is not in decline, but at the same time not in a turbulent stage of development. At the end of the study, conclusions and recommendations for increasing the consumer appeal of the tourist-recreational complex of the Kherson region are given. The main problems in various areas of the tourism industry in the region: infrastructure, public policy, human resources, investment attraction. The article is devoted to the problem of developing tourism in the Southern Territories on the example of the Kherson region, ensures their sustainable development. Considered in detail the strengths and weaknesses that lead to the formation of the tourist cluster. Formation possibilities and factors hindering the formation of a regional tourist cluster. The analysis of the existing methodological approaches to assessing the attractiveness of tourist attractions in the region is carried out, the mechanisms for promoting the tourist product in market conditions and the formation of consumer preferences based on targeted management of consumer motivation are revealed.

Keywords: tourism, tourism industry, consumer appeal, tourism product, tourism and recreation complex.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. В Україні внесок туристичної сфери у ВВП становить 92,1 млрд грн. Прямі витрати на здійснення подорожей, розміщення, відвідування пам'яток і музеїв як для внутрішніх, так і для в'їзних туристів, становили 24,6 млрд грн. Непрямі внески туристичної сфери в економіку країни за рахунок будівництва туристичної інфраструктури, транспорту, адміністрування, забезпечення інформаційних послуг становили 51,9 млрд грн. Туристична галузь завдяки природним історико-культурним та трудовим ресурсам може претендувати на значні позиції в економіці держави. Водночас чинники, які зумовлюють конкурентні переваги у пропозиції туристичного продукту, розкриваються не повною мірою. Порівняно з розвиненими країнами роль туризму для національної економіки України поки не настільки значна, що пояснюється відсутністю організованої індустрії туризму як єдиної системи, здатної в комплексі здійснювати діяльність на міжнародному туристичному ринку і забезпечувати обслуговування на рівні світових стандартів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Дослідження проблеми формування споживчої привабливості туристичного продукту завжди було в полі зору науковців. Так, Д. Хлебніков, І. Альошина та А. Гофман довели, що чинниками, які зумовлюють формування споживчої привабливості, є ті, що впливають на споживчий вибір: фізичні, соціальні, економічні властивості товару/послуги, доступність благ й особисті установки щодо придбання, вподобання споживача [1, с. 78; 2; 3]. Критичний аналіз праць за цією проблематикою свідчить, що в умовах загострення конкурентної боротьби між туристичними підприємствами за ринок збуту актуальним є визначення складників споживчої привабливості туристичного продукту.

Суттєвий внесок у розвиток теорії послуг та теорії споживчої привабливості зробили закордонні та вітчизняні науковці: Ф. Бастія, Д. Белл, К. Маркс, А. Маршалл, Ж.Б. Сей, А. Сміт, О. Тоффлер, О.І. Гарфоновна, Р.М. Журило, І.А. Ігнатієва, В.В. Квани-

на, Л.В. Лукашова, Н.С. Миколайчук, О.І. Олексюк, В.Н. Парсяк, Є.М. Сич, Г.Г. Савіна, А.В. Шегда та ін.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є дослідження основних засад функціонування ринку туристичних послуг, аналіз параметрів привабливості туристичного продукту та визначення складників споживчої привабливості туристично-рекреаційного комплексу Херсонської області.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Подання привабливості туристичних продуктів у динаміці дає змогу виявити загальні закономірності та зміни привабливості туристичного продукту, проаналізувати тренди й установити прогностичні значення туристичних потоків. Це необхідно для виявлення причин зниження привабливості туристичних продуктів та можливостей зменшення або усунення чинників, що впливають на привабливість туристичних продуктів [4, с. 416–424], тому проведення аналізу впливу привабливості туристичних продуктів на структуру й обсяг туристичного ринку є необхідним етапом розвитку економіки туризму.

Динаміку обсягів туристичних потоків в Україні представлено в табл. 1, де спостерігаються різкі диспропорції щодо кількості іноземних туристів та громадян України, які виїжджають за кордон, що свідчить про низьку привабливість вітчизняних туристичних продуктів на туристичному ринку і необхідність установлення причин слабкої реалізації туристичних продуктів під час розроблення заходів з їх усунення.

Кількість відвідувань та кількість візитів знаходяться в прямій залежності від привабливості туристичних продуктів і характеризують переваги споживачів у придбанні туристичного продукту.

Незважаючи на привабливість України, пов'язану з кліматичними умовами, географічним положенням, наявністю транспортної інфраструктури, культурно-історичною спадщиною, туристичні потоки виїзних туристів значно перевищують туристичні потоки внутрішнього вітчизняного туризму.

Складність сучасної соціально-економічної ситуації, її нестабільність у поєднанні з гальмуванням економічних реформ істотно відбиваються на роз-

Таблиця 1

Динаміка обсягів туристичних потоків в Україні, тис осіб

Роки	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну	Із загальної кількості громадян:		
			іноземні туристи	туристи – громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи
2008	15498	25449	372	1282	1386
2009	15333	20798	282	913	1094
2010	17180	21203	335	1295	649
2011	19773	21415	234	1250	715
2012	21432	23012	270	1956	773
2013	23761	24671	232	2519	702
2014	22437	12711	17	2085	322
2015	23141	12428	15	1647	357
2016	24668	13333	35	2060	453
2017	26437	14229	39	2289	476

Джерело: складено автором на основі [5]

витку вітчизняного туризму. Крім того, джерелами підвищеної складності управління в туризмі є висока ступінь невизначеності ринкової ситуації, сезонна нестабільність попиту на туристичні послуги, посилення конкуренції в туристичному бізнесі, нестача фінансових ресурсів, відсутність належної орієнтації на клієнта, невисока якість туристичного продукту.

Аналіз структури виїзного туризму в Україні свідчить про привабливість туристичних продуктів із боку клієнтів, їхні фінансові можливості та бажання. Організатори туристичних подорожей піклуються про відгуки відвідувачів, уподобання і побажання споживачів туристичного продукту. Досліджуються склад, структура, цінові переваги, комфортність, умови проживання та екскурсійне забезпечення.

Свою чергою, серед основних завдань та заходів, які спрямовані на реалізацію цілей розвитку туристично-рекреаційного комплексу Херсонської області, можна зазначити такі:

1) забезпечення маркетингового просування туристичного продукту на українському та міжнародному туристичних ринках:

– упровадження та розповсюдження на туристичному ринку туристичного бренду Херсонської області;

– популяризація туристичного потенціалу області через використання мережі Інтернет, ЗМІ, видання та розповсюдження рекламно-інформаційних матеріалів тощо;

– представлення туристичного потенціалу області на національних і міжнародних туристичних заходах (виставково-ярмаркових заходах, форумах, фестивалях, конгресах, семінарах, конференціях тощо);

– сприяння організації та проведенню презентаційних туристичних заходів регіонального, національного та міжнародного рівнів (рекламно-інформаційних турів, форумів, виставок, конгресів), резонансних публічних заходів (фестивалів, конкурсів тощо);

– сприяння розвитку виробництва місцевої іміджевої сувенірної продукції;

– організація та проведення Міжнародного туристичного форуму;

– сприяння створенню та діяльності мережі регіональних туристично-інформаційних центрів;

2) сприяння розбудові туристичної інфраструктури в області та ефективному використанню туристично-рекреаційного потенціалу:

– організація та проведення в області заходів ділового туризму як одного із сегментів туристичного продукту Херсонщини: семінарів, конференцій, тренінгів, воркшопів, інших заходів;

– сприяння створенню та діяльності Таврійського туристичного кластера на базі Таврійського об'єднання територіальних громад, упровадженню на його території нових туристичних маршрутів та створенню інноваційних екскурсійних об'єктів, розвитку різновидів туризму;

– сприяння розвитку в'їзного та внутрішнього туризму в Нижньому Придніпров'ї, розвитку мисливського, рибальського, етнічного, сільського, екологічного, кінного, науково-пізнавального, активних видів туризму тощо;

– проведення організаційно-консультаційних, презентаційних заходів щодо розвитку сільського та

екологічного туризму, сприяння створенню нових об'єктів сільського туризму, залученню до діяльності у цій сфері представників особистих селянських господарств, підприємців, розвитку туристичної діяльності на об'єктах природно-заповідного фонду;

– формування системи облаштованих маршрутів та стежок на природоохоронних територіях для розвитку екологічного туризму;

– сприяння розвитку лікувально-оздоровчого туризму шляхом розповсюдження сегменту санаторного обслуговування, SPA-програм в оздоровчих закладах на узбережжях морів.

Важливим складником будь-якого туристичного продукту є транспортне забезпечення, тому доцільно поліпшити ситуацію зі станом транспорту та дорожнього господарства в Херсонській області.

Важливим інфраструктурним проектом, що реалізується в області, є міжнародний аеропорт «Херсон», де особлива увага приділяється підвищенню авіаційної безпеки, забезпеченню комфортних умов для пасажирів та залученню до роботи нових авіакомпаній. Закуплено необхідне обладнання для обслуговування повітряних суден, а саме: універсальне водило, трап, обладнання для обігріву і кондиціонування салону повітряних суден.

Кабінет Міністрів України затвердив Державну цільову програму розвитку аеропортів на період до 2023 р., до якої увійшли 17 аеропортів України, серед них і аеропорт «Херсон». Реалізація вказаної державної програми дасть змогу модернізувати до найсучасніших міжнародних стандартів інфраструктуру аеропорту, сприятиме розвитку авіаційних перевезень в області, забезпечить набуття Україною 21 статусу транзитної держави з урахуванням її унікального географічного розташування.

Основною метою розвитку туристично-рекреаційного комплексу області є створення конкурентоспроможного туристичного продукту, поліпшення якості та доступності рекреаційних і туристичних послуг. За підсумками проведеної роботи туристична галузь Херсонщини підтвердила статус однієї з найбільш динамічних та перспективних галузей економіки області, яка позитивно впливає на динаміку росту показників соціально-економічного розвитку області та стимулювання розвитку суміжних галузей.

Для вирішення основних питань розвитку галузі було вжито низку управлінських та організаційних заходів щодо ефективного проведення курортно-туристичного сезону в області. Для створення безпеки автотуристів та приведення у належний стан авто-транспортних шляхів проведено ямковий ремонт доріг, що ведуть до курортних населених пунктів Арабатської стрілки Генічеського району, селищ Залізний Порт і Приморське Голопристанського району, міста Скадовська та селища міського типу Лазурне Скадовського району, селища Хорли Каланчацького району.

Стратегічним кроком для подальшого розвитку туристичної інфраструктури області став ремонт ділянки траси М-14 за технологією холодного ресайклінгу з повною заміною асфальтного покриття.

Для задоволення попиту відпочиваючих налагоджене ефективне залізничне сполучення, суттєву частку потягів (27) переведено на щоденний графік

руху та призначено додаткові напрямки залізничних сполучень. До Херсонщини курсували потяги майже з усіх регіонів України. Запущено новий швидкісний потяг Інтерсіті «Київ – Миколаїв – Херсон». Щодня до Генічеського району курсував потяг «Мінськ – Новоолексіївка».

Для підвищення рівня обслуговування в області організують тренінги із залученням європейських фахівців-експертів із розвитку індустрії гостинності (у рамках міжнародного проекту з туристичної освіти TEMPUS – Cruise-T). На основі укладених угод про співпрацю у сфері туризму із Закарпатською, Львівською, Запорізькою та Сумською областями забезпечено обмін груп для відпочинку та оздоровлення дітей.

Для створення привабливого туристичного іміджу Херсонщини, розвитку як внутрішнього, так і в'їзного туризму з березня 2016 р. проводилася системна рекламно-іміджева кампанія «Херсонщина приваблива цілий рік». Презентацію туристичних та курортно-рекреаційних можливостей області організовано на заходах національного та міжнародного значення в містах Одесі, Чернігові, Києві, Львові, Батумі (Грузія), проведено прес-конференцію в українському національному інформагентстві InterFax.

Упродовж 2016 р. розповсюджено велику кількість друкованої рекламної інформації продукції, календар подій області (фестивалів та івент-заходів), електронний контент «літніх, осінніх, зимових туристичних пропозицій області», висвітлено понад 50 відеосюжетів та статей про туристичний потенціал Херсонщини.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Одним з основних резервів підвищення привабливості туристичних продуктів є визначення та уточнення наявного туристичного потенціалу та можливостей його використання з виділенням складників рекреаційно-оздоровчого та культурно-історичного комплексу. Об'єктом уваги повинен бути весь спектр пропонованих послуг [6].

Іншим резервом підвищення привабливості вітчизняних туристичних продуктів, що впливає на структуру й обсяг туристичного ринку, є встановлення відповідності параметрів пропонованого туристичного продукту обов'язковим регламентам стандартам і нормам. Це забезпечує конкурентоспроможність і привабливість подорожі.

Ще одним резервом підвищення привабливості вітчизняних туристичних продуктів є реконструкція наявної туристичної та соціально-побутової інфраструктури. Санаторно-курортні заклади знаходяться в незадовільному стані і не становлять цінності як лікувальні заклади. Одним зі шляхів вирішення цього питання є зниження кредитних ставок та встановлення відповідних пільг в оподаткуванні [7].

В умовах розвитку економічної і політичної ситуації в країні для збереження привабливості туристичних продуктів необхідна гнучкість політики просування на ринок туристичних продуктів.

Економічна ситуація з розвитком туризму в Україні виявляє переважний вплив виїзного туризму, який не сприяє зростанню фінансових потоків в

Україну. Внутрішній і в'їзний туризм, який забезпечує залучення фінансових потоків в Україну, вимагає мобілізації значних державних ресурсів та змін на державному рівні.

Аналіз впливу привабливості туристичного продукту на структуру й обсяг туристичного ринку виявив високу конкуренцію на ринку і швидкі адаптивні зміни структури пропонованих туристичних продуктів, тому питання організаційно-економічних заходів щодо підвищення привабливості туристичних продуктів вимагають особливої уваги. Виникає необхідність вивчати та контролювати туристичний попит і здійснювати пошук тих туристичних продуктів, які будуть максимально задовольняти потреби клієнтів [8; 9].

Бібліографічний список:

1. Алешина И.В. Поведение потребителей. Москва, 2008. 528 с.
2. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. Санкт-Петербург, 2006. 160 с.
3. Хлебников Д.В. Ценность и факторы ценности. URL: <http://www.zubry.ru/articles/20/01/cennost-i-factory-cennosti-chast-1,2,3.77> (дата звернення: 12.06.2019).
4. Іванюк У.І. Особливості функціонування туристичних підприємств в сучасних економічних умовах. *Моделювання регіональної економіки*. 2012. № 2(20).
5. Статистика туристичних потоків в Україні. URL: www.ukrstat.gov.ua
6. Ламбен Ж.Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / пер с англ. В. Колчанова. Санкт-Петербург, 2005. 880 с.
7. Михайлюк О.Л. Проблеми та можливості розвитку рекреації і туризму в Херсонській області. URL: <http://www.ecologylife.ru/turizm-kurort> (дата звернення: 12.06.2019).
8. Туризм України: економічні та організаційні механізми розвитку / В. Головінець та ін. Тернопіль, 2008. 976 с.
9. Мазур Ю.П. Діяльність підприємств на ринку туристичних послуг. Умань, 2011. 228 с.

References:

1. Aleshyna Y.V. (2008). Povedenye potrebytelej [Consumer behavior]. Moscow.
2. Ghofman A.B. (2006). Moda i ludi. Novaja teoryja modi i modnogho povedenyja. [Fashion and people. The new theory of fashion and fashion behavior]. SPb.
3. Khlebnykov D.V. Cennostj i faktori cennosty. Available at: <http://www.zubry.ru/articles/20/01/cennost-i-factory-cennosti-chast-1,2,3.77> (accessed 12.06.2019).
4. Ivanjuk U.Y. (2012). Osoblyvosti funkcionuvannja turystrychnykh pidpryjemstv v suchasnykh ekonomichnykh umovakh. [Special features of tourist travels in modern economic minds]. Proceedings of the Modeljuvannja rehionalnoji ekonomiky.
5. Statystyka turystrychnykh potokiv v Ukrajinі. Available at: www.ukrstat.gov.ua.
6. Lamben Zh.Zh. Menedzhment oryentirovannij na rinok (2005). [Market oriented management]. SPb. (in Russian)
7. Mykhajljuk O.L. Problemy ta mozhlyvosti rozvytku rekreatsiji i turyzmu v Khersonskoj oblasti [Problems and opportunities of development of recreation and tourism in the Kherson region] (electronic journal). Available at: <http://www.ecologylife.ru/turizm-kurort> (accessed 12.06.2019).
8. Gholovynecj V., Ghorobecj O., Ghucal S. ta in. (2008). Turyzm Ukrajinj: ekonomichni ta orghanizacijni mekhanizmy rozvytku. [Tourism of Ukraine: economic and organizational mechanisms of development]. (in Ukrainian)
9. Mazur Ju.P. (2011). Dijaljnistj pidpryjemstv na rynku turystrychnykh poslugh. [Activity of enterprises in the market of tourist services]. (in Ukrainian)