

*Перерва П. Г., доктор екон. наук, професор,  
завідувач кафедри економіки бізнесу;  
Волченко А. С., студентка групи ВЕМ 819к,  
Національний технічний університет «ХПІ»,  
м. Харків, Україна*

## **ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Харківська область має вагомі передумови для в'їзду в найбільш розвинені туристичні регіони України та Європи. Харківська область має вигідне геополітичне розташування, комфортні мікрокліматичні умови, різноманітний ландшафт, унікальну флору і фауну, історичну, культурну, архітектурну спадщину, розвинену мережу транспортних зв'язків, достатні людські, матеріальні, в тому числі природні та рекреаційні ресурси. туризм: освітній бізнес, спорт, (екскурсія), аматорське здоров'я та освіта, (полювання, риболовля), зелений, екологічний, релігійний, клубний тощо [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12; 13; 14; 15; 16; 17].

Крім того, Харківська обл. має достатню культурну та історичну спадщину, що сприяє розвитку історико-подієвого туризму.

Туристичний потенціал території являє собою складну, багатогранну концепцію, що включає в себе сукупність природних, етнокультурних і соціально-історичних ресурсів, а також існуючу економічну і комунікативну інфраструктуру територій, які служать або можуть служити передумовами розвитку окремих видів туризму.

Фізико-географічні особливості як фактори розвитку туризму, такі як ландшафтні ресурси і кліматичні умови, відіграють важливу роль, багато в чому визначаючи вибір туристів цільового напрямку, впливаючи на формування туристичної економіки та інфраструктури.

Однією з найцікавіших історичних пам'яток Харківської обл. є залишки скіфського поселення і поселення V–III ст. поселення на території. Примітними за кількістю і різноманітністю є палацові ансамблі і паркові садиби Харківської обл. Одним з найбільш палацових комплексів Східної України є палац XIX ст. в с. Шарівка [1; 2; 18].

Серед охоронюваних природних об'єктів – Дендропарк в Краснокутську, Ландшафтний дендропарк, колекція якого налічує близько 500 видів і форм цінних хвойних і листяних порід.

Однак є ряд проблем, які не дозволяють перетворити Харківщину на туристично розвинений регіон. Перш за все, це питання вдосконалення транспортної інфраструктури. Велика кількість цікавих туристичних об'єктів розташована на далекій відстані від обласного центру і не має прямого залізничного та автомобільного сполучення. У тому ж випадку, якщо питання проїзду на об'єкт більш-менш вирішене, то є явна недостатність туристичної інфраструктури (готелі, кемпінги, ресторани та ін.). Друга, не менш суттєва проблема – недостатнє інформаційне охоплення цільової аудиторії [1; 4; 7; 9; 14].

Чимало хто навіть не знає про наявність певних історичних або природних об'єктів навіть у районі, в якому вони проживають. Екскурсії в історичний центр міста. Харків має всі можливості для розвитку освітнього та ділового туризму, оскільки в місті є багато спеціалізованих вищих навчальних закладів, а також регулярно проводяться різноманітні семінари, конференції, форуми. У Харкові є велика кількість культурних об'єктів, таких як театри, філармонія, багато музеїв, які відрізняються за тематикою. При правильному управлінні та інвестиціях Харків можна зробити туристично привабливим не тільки для українців, а й для іноземних туристів. Що стосується регіону, то ситуація дещо інша. Перспективним є напрямок подієвого туризму [1; 2; 15; 17]. Прикладом цього можуть бути такі фестивалі як «Весілля в Малинівці» (Чугуївський р-н), «Олексіївська фортеця» (Первомайський р-н), виставка демонстрацій авіаційної техніки в с. Коротич (Харківський р-н) і багато ін. Крім того, є можливість для розвитку екотуризму, походів і велоспорту. піші прогулянки, а в деяких районах рибальський туризм. В обласних центрах, таких як Чугуїв або Ізюм, ситуація з внутрішнім туризмом набагато краща, оскільки ці міста мають багату історичну спадщину і досить розвинену транспортну інфраструктуру. Крім того, слабкий інтерес населення значно уповільнює розвиток цих видів туризму. «Печенізьке поле» (Чугуївський р-н) було скасовано на час проведення антитерористичної операції, оскільки більшість туристів приїхали з Донбасу з виставками народних промислів. Харківська область з кожним роком втрачає все більше санаторіїв (4 з 1998 р.); пансіонати, санаторії-диспансери (на 72 %), бази відпочинку (на 51 %), але кількість дитячих оздоровчих таборів поступово збільшується (на 34 %). 30 % і 50 %, відповідно [1; 2; 6; 11].

Із розвитком туризму транспорт став його невід'ємною частиною. На території Харківської обл. розташовані ділянки міжнародного транспортного коридору: Харків – Полтава – Кіровоград – Одеса. Автомобільний транспорт є найпопулярнішим в системі туристичного обслуговування. Харків є центром Південної залізниці. Харківський аеропорт є одним з найбільших і найсучасніших в Україні. Авіап перевезення відіграє важливу роль в міжнародному сполученні України, особливо на заході, сході і півдні. сприяти привабливості історико-культурного туризму.

Основними завданнями, які необхідно вирішити на шляху залучення туристів до Харківської обл. є [1; 2; 5; 13]:

- удосконалення інформаційної системи туристичної галузі, ведення активної рекламної діяльності тощо;
- удосконалення системи професійної підготовки та перепідготовки кадрів, а також підвищення кваліфікації кадрів у сфері туризму;
- забезпечення туристичної галузі професійним персоналом.
- розширення мережі туристичних об'єктів та інфраструктури;
- усунення проблем з транспортним сполученням;
- просування екскурсійної діяльності через знижки та акції на певні тури та маршрути;
- популяризація пішохідних та велосипедних турів;

- економічна допомога розвитку матеріально-технічної бази, туристичної інфраструктури шляхом залучення позабюджетних джерел, іноземних інвестицій для реконструкції та будівництва туристичних об'єктів.

- створення та прийняття програм підтримки та розвитку внутрішнього туризму.

Слід зазначити, що Харківська обл. має великий рекреаційно-туристичний потенціал. У цьому регіоні перспективними є практично всі сфери туризму, але слабка інфраструктура з дуже слабким транспортним сполученням і завищеними цінами на проїзд, відсутністю грамотного, науково обґрунтованого маркетингу і відсутністю знань. зацікавленість держави у підтримці та захисті культурної природної спадщини регіону поки що не дозволяє перетворити Харківську обл. на регіон, розвинений туристами.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Єсіпов В. В. Аналіз рекреаційно-туристичного потенціалу Харківської області *Географія та туризм*. Харків: ХНПУ ім. Г. С. Сковороди, 2020. С. 211-215.
2. Chornomord Y.Y. Tourism potential of Kharkiv region as a factor of positive regional image formation. *Розвиток туристичної галузі та індустрії гостинності*. Днепр, 2021. С. 27-29.
3. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві. Навч. посібник для інж.-техн. вузів. Харків : «Основа», 1993. 288с.
4. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
5. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 2. Маркетинг на промышленном предприятии. М.: НПО «РИМ», 1991. 80 с.
6. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи. *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
7. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.
8. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Выпуск 3. Управление ассортиментом продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 80 с.
9. Экономика и организация труда / И.Н. Погорелов [и др.]. Харьков: Фактор, 2007. 640с.
10. Перерва П.Г. Потребность в электротехнических средствах автоматизации. Теория и методы определения. Х.: Основа, 1991. 114 с.
11. Pererva P.G., Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
12. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
13. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliyeva T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights. *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С. 240-246.
14. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Выпуск 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
15. Грабченко А.И., Смолвик Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999. 242с.

16. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobielieva T.A. Compliance program: [tutorial]. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.

17. Kobielieva, T., Pererva, P., Tkachova, N., Tkachov, M., Diachenko, T. (2021) Management of relations with enterprise stakeholders on the basis of value approach. *Problems and Perspectives in Management*, 19(1), pp. 24-38. URL: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(1\).2021.03](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(1).2021.03)

18. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.

*Перерва П. Г., доктор екон. наук, професор,  
завідувач кафедри економіки бізнесу;  
Чернишова Д. В., студентка групи БЕМ 819к,  
Національний технічний університет «ХПІ»,  
м. Харків, Україна*

### **ВИВЧЕННЯ ПРОБЛЕМ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ**

На сучасному етапі розвитку світової економіки туризм в різних формах відіграє все більш значну роль, в багатьох країнах ця галузь розвивається досить швидко і стає потужним важелем для розвитку. Слід зазначити, що туристична діяльність є міжсекторальною сферою економіки, яка охоплює не тільки об'єкти розміщення, але і транспорт, зв'язок, харчування, розваги і багато ін., ця сфера зачіпає кожен континент, державу або місто. Важливість туризму для економік різних країн пов'язана, перш за все, з перевагами, які він дає за умови успішного розвитку. йдеться про зростання робочих місць в готелях та інших об'єктах розміщення, у ресторанах та ін. підприємствах харчової промисловості, у транспорті і в суміжних галузях послуг [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12; 13; 14; 15; 16; 17]. Ще однією важливою перевагою є мультиплікативний ефект туризму, тобто його вплив на розвиток суміжних галузей економіки. стимулювання експорту місцевих товарів [1; 5; 9].

У розвитку українського туризму є деякі фактори, які заважають галузі піднятися на новий рівень. Розгляд проблем у цій сфері має починатися з інфраструктури. Нині в країні переважають великі комплекси з низьким рівнем комфорту.

Ще одним фактором, що стримує розвиток туристичного ринку в країні, є несприятлива екологічна ситуація. Але Україна вже зробила значні кроки для вирішення проблеми. У порівнянні з 1990 роком забруднення повітря скоротилося на 58 % [1; 4; 5; 7; 12]. Також розвиток туризму уповільнює труднощі при проходженні митного контролю, складність візового режиму для іноземних громадян, складну політично-економічну ситуацію і бойові дії в східних регіонах. Японія, Туреччина та Єгипет мають позитивний досвід у цій сфері. В Україні немає державної програми, спрямованої на розвиток галузі. Після ліквідації Державного агентства з туризму та курортів в країні не було структури, яка займалася цим питанням. А без підтримки держави туризм не зможе піднятися на високий рівень.