

УДК 339.1: 659

**Оболенцева Лариса Володимирівна**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри Туризму і готельного господарства  
Харківський національний університет міського  
господарства імені О.М. Бекетова

**Оболенцева Лариса Владимировна**

кандидат экономических наук, доцент кафедры  
Туризма и гостиничного хозяйства  
Харьковский национальный университет  
городского хозяйства имени А.Н. Бекетова

**Obolentseva Larysa**

PhD in economics,  
associate professor of the Department  
of Tourism and Hospitality  
O.M. Beketov National University of Urban Economy

**ДОСЛІДЖЕННЯ ІМІДЖЕУТВОРЮЮЧИХ ФАКТОРІВ ТА  
УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ІМІДЖЕМ ХАРКІВЩИНИ В  
КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ  
ИССЛЕДОВАНИЕ ИМИДЖЕОБРАЗУЮЩИХ ФАКТОРОВ И  
УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИМ ИМИДЖЕМ ХАРЬКОВЩИНЫ  
В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ  
THE RESEARCH OF FACTORS CREATING THE IMAGE AND  
THE MANAGEMENT OF TOURIST IMAGE OF KHARKIV REGION  
IN THE COMPETITIVE ENVIRONMENT**

**Анотація.** Стаття присвячена дослідженню іміджеутворюючих факторів території в умовах міжрегіональної конкуренції. Виявлено та оцінено фактори, які впливають на туристичний імідж Харківщини.

**Ключові слова:** імідж, іміджеутворюючі фактори, туристичний імідж, міжрегіональна конкуренція, регіон.

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию имиджеобразующих

факторов территории в условиях межрегиональной конкуренции. Выявлено и оценено факторы, которые влияют на туристический имидж Харьковщины.

**Ключевые слова:** имидж; имиджеобразующие факторы, туристический имидж, межрегиональная конкуренция, регион.

**Summary.** The article is focused on the research of factors creating the image of the territory in the conditions of interregional competition. The factors that affect on the tourist image of Kharkiv region are identified and assessed.

**Key words:** image, factors creating the image, tourist image, interregional competition, region.

Харківщина має вагомі передумови, які дозволяють забезпечити розвиток туристичної індустрії регіону, до яких можна віднести: вигідне геополітичне положення, значний історико-культурний потенціал, комфортні мікрокліматичні умови, розвинута мережа транспортного сполучення, природні рекреаційні та людські ресурси. Тобто, ресурсна база регіону володіє необхідним потенціалом для комплексного розвитку різних видів відпочинку й оздоровлення. Все це доводить, що Харків та область можна вважати багатопрофільною дестинацією літнього та зимового відпочинку, вони є привабливими для подальшого розвитку туризму, але потребують створення позитивного іміджу та просування інтересів території в умовах міжрегіональної конкуренції.

До основних причин, що обумовлюють створення туристичного іміджу Харківської області доцільно віднести: 1) підвищення туристичної привабливості області; 2) створення джерела конкурентоспроможності в міжрегіональній конкуренції; 3) активізація внутрішнього потенціалу території; 4) створення репутації, яка забезпечує загальне сприйняття регіону в довготривалій перспективі; 5) для вирізнення області з-поміж інших, візуалізація загального образу території; 6) ціленаправлене

використання природних та рекреаційних ресурсів; 7) покращення соціально-економічного стану регіону.

Для аналізу туристичного потенціалу іміджу Харківської області необхідно провести SWOT-аналіз (табл. 1-3), який є одним з універсальних інструментів аналізу ситуації в галузі, і його можна ефективно використовувати для розробки стратегії розвитку туристичної галузі регіону. Матриця аналізу сильних та слабких сторін регіону представлена в табл. 1.

Таблиця 1

Матриця сильних та слабких сторін

Вплив сторін	Сильний вплив	Помітний вплив	Помірний вплив	Незначний вплив
Сильні сторони:	5 балів	4 бали	3 бали	1-2 бали
1. Наявність природних та рекреаційних ресурсів	+5			
2. Велика кількість санаторно-курортних установ			+3	
3. Наявність розвиненого готельно-ресторанного комплексу		+4		
4. Вдале географічне розташування	+5			
5. Наявність багатой історико-культурної спадщини		+4		
6. Наявність великої кількості ресурсів для декількох видів туризму	+5			
Всього:	+15	+8	+3	0
Слабкі сторони:				
1. Недостатній рівень туристичної промоції Харкова	-5			
2. Харків не входить до міжнародної туристичної мережі		-4		
3. Низький рівень розвитку природоохоронної інфраструктури			-3	
4. Відсутнє або невідповідне до існуючих потреб фінансування закладів культури, освіти, мистецтва			-3	
Всього:	-5	-4	-6	0
Разом:	+10	+4	-3	0

Побудова матриці сильних та слабких сторін дають можливість

виявити ступінь впливу зазначених факторів на територію. Дані табл. 1 свідчать, що сильний вплив на формування іміджу та образу Харківської області мають такі фактори: 1) наявність природних та рекреаційних ресурсів; 2) вдале географічне розташування; 3) наявність великої кількості ресурсів для декількох видів туризму; 4) недостатня туристична промоція міста.

Таблиця 2

Матриця можливостей та загроз

Вплив сторін	Сильний вплив	Помітний вплив	Помірний вплив	Незначний вплив
Можливості:	5 балів	4 бали	3 бали	1-2 бали
1. Створення іміджу території на регіональному та міжнародному рівні	+5			
2. Моніторинг і відповідні заходи щодо покращення екологічної ситуації на території та збереження рівноваги природного середовища		+4		
3. Розвиток туристичної і супутньої їй інфраструктури	+5			
Всього:	+10	+4	0	0
Загрози:				
1. Обмеження бюджетного фінансування	-5			
2. Державне управління туріндустрією на регіональному рівні не має цілісної системи	-5			
3. Низький рівень розвитку і якості туристичної та інформаційної інфраструктури в зонах міжнародних та загальнонаціональних доріг і інших транспортних сполучень		-4		
4. Використання рекреаційних ресурсів не забезпечує балансу між її соціальною та економічною ефективністю			-3	
5. Низький рівень ефективності використання рекреаційних ресурсів		-4		
6. Відсутність іміджу, образу міста	-5			
Всього:	-15	-8	-3	0
Разом:	-5	-4	-3	0

Проведення аналізу можливостей та загроз дає можливість виявити

найбільш значимі фактори для Харківської області (табл. 2):

- 1) створення регіонального та міжнародного іміджу території;
- 2) обмеження бюджетного фінансування;
- 3) відсутність цілісної системи державного управління туризмом у регіонах;
- 4) відсутність іміджу, образу міста.

SWOT-аналіз туристичного іміджу Харківської області представлений в табл. 3.

Проведення SWOT-аналізу передбачає побудову матриці, у відповідні квадранти якої заносяться сильні, слабкі сторони галузі, її можливості і загрози.

Сильні сторони передбачають ті особливості, які представляють додаткові можливості (сприятливі обставини можна використовувати для розвитку галузі), а слабкі сторони (елементи, настання яких може мати негативний вплив на розвиток туристичного потенціалу) представляють відсутність чогось необхідного для функціонування туризму в регіоні або ті елементи, які мають на галузь негативний вплив.

На основі проведеного SWOT-аналізу (табл. 3) виділяються основні фактори, що перешкоджають розвитку туризму та формуванню позитивного туристичного іміджу Харківської області.

До таких факторів можна віднести наступні: 1) нестабільність державної політики, складна економічна, політична та соціальна ситуація; 2) нерозвиненість туристичної інфраструктури в області, незадовільний стан об'єктів туризму, фізичний і моральний знос матеріальної бази санаторно-курортної сфери, недостатній рівень розвитку сфери додаткових послуг; 3) відсутність єдиної маркетингової політики, спрямованої на просування іміджу території; 4) відсутність ініціативи та зацікавленості населення в створенні образу.

Проведений SWOT-аналіз дозволяє зробити узагальнюючий

висновок, що при цілеспрямованій регіональній політиці можна нейтралізувати більшість слабких сторін туристичного потенціалу території.

Таблиця 3

SWOT-аналіз іміджу Харківської області

	Можливості: ( $\sum_o = 4,67$ )	Загрози: ( $\sum_t = -4,33$ )
1	2	3
	<p>створення іміджу території на регіональному та міжнародному рівні (+5);</p> <p>моніторинг і відповідні заходи щодо покращення екологічної ситуації на території та збереження рівноваги природного середовища (+4);</p> <p>розвиток туристичної і супутньої їй інфраструктури (+5)</p>	<p>Обмеження бюджетного фінансування (-5);</p> <p>державне управління туріндустрією на регіональному рівні не має цілісної системи (-5);</p> <p>низький рівень розвитку і якості туристичної та інформаційної інфраструктури в зонах міжнародних та загальнонаціональних доріг і інших транспортних сполучень (-4);</p> <p>використання рекреаційних ресурсів не забезпечує балансу між її соціальною та економічною ефективністю (-3);</p> <p>низький рівень ефективності використання рекреаційних ресурсів (-4);</p> <p>відсутність іміджу, образу міста (-5)</p>
Сильні сторони ( $\sum_w = 4,33$ )	«Сила і можливості» ( $\sum_w * \sum_o = 20,22$ )	«Сила і загрози» ( $\sum_w * \sum_t = -18,75$ )
<p>наявність природних та рекреаційних ресурсів (+5);</p> <p>велика кількість санаторно-курортних установ (+3);</p> <p>наявність розвиненого готельно-ресторанного комплексу (+4);</p> <p>вдале географічне розташування (+5);</p> <p>наявність багатой історико-культурної спадщини (+4);</p> <p>наявність великої кількості ресурсів для декількох видів туризму: санаторно-курортного, спортивно-оздоровчого, сільського зеленого, культурно-пізнавального тощо (+5)</p>	<p>Підтримка на належному рівні стану історичної спадщини Харківської області</p> <p>Вкладення коштів в розвиток курортно-санаторної бази</p> <p>Покращення стану доріг та інфраструктури міста за рахунок коштів, що додатково надходять від туризму</p> <p>Проведення фестивалів, культурних заходів для популяризації не тільки м. Харкова, але й області</p>	<p>Екологічна загроза від промислових об'єктів</p> <p>Часткова загроза історичним пам'яткам від не досить добросовісних туристів</p> <p>Руйнування традицій, урбанізація</p>
Слабкі сторони ( $\sum_w = -3,75$ )	«Слабкості та можливості» ( $\sum_o * \sum_w = -17,64$ )	«Слабкості та загрози» ( $\sum_t * \sum_w = 16,24$ )

Продовження табл. 3

1	2	3
<p>недостатній рівень туристичної промоції Харкова (-5); Харків не входить до міжнародної туристичної мережі (-4); низький рівень розвитку природоохоронної інфраструктури (-3); відсутнє або невідповідне до існуючих потреб фінансування закладів культури, освіти, мистецтва (-3)</p>	<p>Нестабільна державна політика Слабкий імідж території, потрібна реклама Більшість відпочинкових структур в приватному володінні (держава недоотримає кошти для розвитку туризму як галузі)</p>	<p>Занепад архітектурних пам'яток несистематична та неефективна промоція території на міжнародному рівні формування сталого негативного іміджу Харківщини та України в цілому погіршення екологічної ситуації через неналежний рівень використання транспортних коридорів скорочення фінансування та інвестування в охорону навколишнього середовища</p>

Після проведення SWOT-аналізу, важливим кроком є виявлення та аналіз іміджеутворюючих факторів регіону, а саме аналіз іміджеутворюючих факторів, в даному випадку це аналіз національних, культурологічних, соціальних та містоформуючих факторів. Класифікація даних факторів представлена в табл. 4.

Таблиця 4

Іміджеутворюючі фактори Харківської області

Національні фактори	Культурологічні фактори
<p>загальна безпека (відсутність війни та бунтів, рівень криміналу); економічна ситуація (рівень безробіття, темп інфляції, загальний рівень розвитку області); політична ситуація (дієвість нормативно-правової бази, стабільність, підтримка маркетингової політики з боку уряду); екологічна ситуація</p>	<p>історична спадщина області участь території в значущих процесах та проєктах; враження створюване регіоном, сприятливі умови для відпочинку та туризму</p>
Соціальні фактори	Містоформуючі фактори
<p>рівень життя населення; ритм міста; рівень освіченості</p>	<p>загальний статус міста; рівень та якість його владних структур; орієнтація розвитку міста на інновації та прогрес; швидкість здійснюваних змін у місті (динамізм)</p>

Аналіз іміджеутворюючих факторів в залежності від значимості, впливу на державу та регіон представлений в табл. 5.

Таблиця 5

## Аналіз іміджеутворюючих факторів

Фактори	Значимість факторів	Вплив на галузь на державному рівні (макрорівень)	Мезовплив на регіональному рівні	Направленість	Сила впливу
1	2	3	4	5	6
Національні:	1	-	-	-	-
1. Загальна безпека:	0,50				-10,6
Військові дії	0,40	5	5	-1	-10
Рівень криміналу	0,10	2	3	-1	-0,60
2. Економічна ситуація:	0,25				-2,55
Рівень безробіття	0,05	3	3	-1	-0,45
Темп інфляції	0,10	3	3	-1	-0,90
Загальний рівень розвитку області	0,10	3	4	-1	-1,2
3. Політична ситуація:	0,15				-1,5
Стабільність	0,05	3	2	-1	-0,3
Підтримка маркетингової політики з боку уряду	0,10	3	4	-1	-1,2
4. Екологічна ситуація	0,10	4	3	-1	-1,2
Культурологічні:	1	-	-	-	-
Історична спадщина	0,30	3	4	+1	3,6
Участь території в значущих проектах	0,25	2	4	+1	2
Враження створюване регіоном	0,45	2	5	+1	4,5
Соціальні фактори:		-	-	-	-
Рівень життя населення	0,60	4	3	-1	7,2
Ритм міста	0,20	2	3	+1	1,2
Рівень освіченості	0,20	4	4	+1	3,2



Продовження табл. 5

1	2	3	4	5	6
Містоформуючі фактори :		-	-	-	-
Загальний статус міста	0,35	2	4	+1	2,8
Рівень та якість його владних структур	0,20	3	4	+1	2,4
Орієнтація міста на інновації та прогрес	0,25	2	4	+1	2
Швидкість змін у місті (динамізм)	0,20	2	3	+1	1,2

В результаті проведеного аналізу іміджеутворюючих факторів зображено силу впливу кожного з них на формування загального іміджу та питому вагу кожної складової окремо (рис. 1).

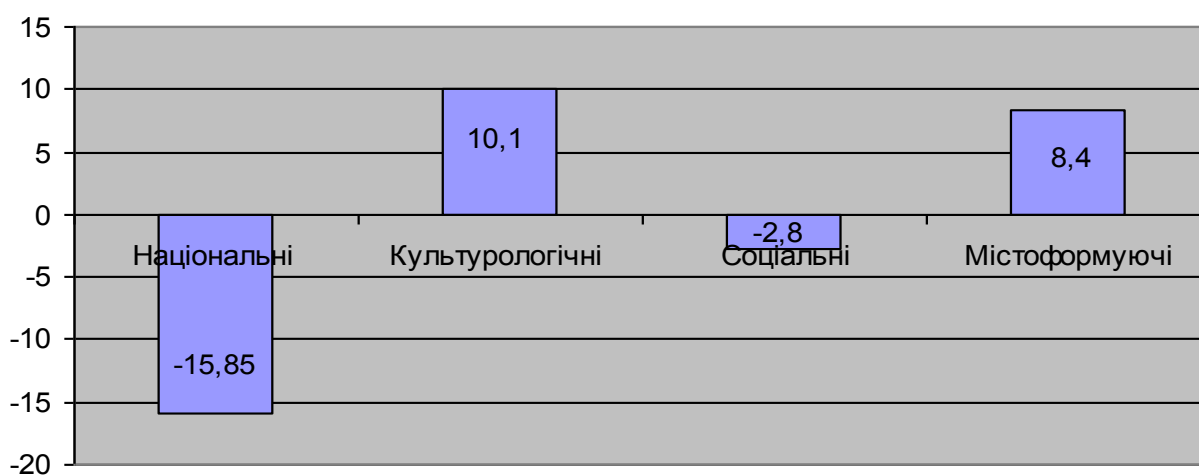


Рис. 1. Сила впливу іміджеутворюючих факторів

Національні фактори впливають негативно на формування іміджу території, оскільки такі аспекти як загальна безпека в країні та регіоні мають зараз найбільший негативний вплив, який становить -10,6 в загальному рахунку. В результаті цього погіршується економічна ситуація: збільшується рівень безробіття та темпи інфляції, звідси і загальний рівень розвитку області має також негативну тенденцію. Сила впливу економічної ситуації становить -2,55. Наступним фактором в аналізі є політична

ситуації, яка також негативно впливає на формування іміджу Харківської області і складає -1,5. Відсутність стабільності в країні та регіоні не сприяє підтримці маркетингової політики з боку уряду.

Екологічна ситуація залишає бажати кращого, оскільки на території Харківської області знаходиться достатня кількість підприємств, яка забруднює навколишнє середовище, тому сила впливу на регіон становить -1,2. В загальному рахунку сила негативного впливу національних факторів на формування іміджу на території складає -15,85.

Щодо культурологічних факторів: історична спадщина відіграє важливу роль в привабленні туристів в область, тому вплив позитивний та становить +3,6. Участь території в значущих процесах та проектах позитивно впливає на розвиток та впізнаваність, складає +2. Найбільший вплив з-поміж культурологічних факторів має враження створюване регіоном, сприятливі умови для відпочинку та туризму – +4,5. Загальний вплив культурологічних факторів складає +10,1.

Соціальні фактори становлять -2,8 до сили впливу, серед них: рівень життя населення становить -7,2, ритм життя міста +1,2, а рівень освіченості +3,2.

З приводу містоформуючих факторів результати є такими: в загальному рахунку фактори мають позитивний вплив на формування іміджу дестинації - +8,4. Загальний статус міста дорівнює +2,8, оскільки м. Харків є містом-мільйонером і дуже популярним серед студентської молоді; рівень та якість владних структур складає +2,4; орієнтації міста на інновації та прогрес +2, динамізм – +1,2.

Підсумовуючи проведені дослідження, можна виділити три ключові проблеми з приводу формування позитивного іміджу дестинації:

- 1) негативний вплив національних і соціальних іміджеутворюючих факторів;
- 2) низька конкурентоспроможність за рівнем маркетингу (найнижча

серед конкурентної стратегічної групи);

3) нестабільність іміджевої політики регіону.

Саме цим обумовлюється необхідність у забезпеченні позитивної тенденції при створенні туристичного іміджу області, для чого необхідно:

1) нейтралізувати (по можливості) негативний вплив іміджеутворюючих факторів;

2) здійснити заходи щодо підвищення рівня розвитку такого джерела конкурентних переваг як маркетингова складова;

3) розробити стратегію з просування іміджу території та туристичної привабливості регіону.