

ОЦІНКА СТАНУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

В статті досліджено конкурентні переваги туристичних підприємств України з точки зору їх виходу на зовнішні ринки та окреслено основні напрями підвищення конкурентоспроможності національної туристичної індустрії.

Ключові слова: світовий туристичний ринок, туристичні ресурси, конкурентні переваги туристичних підприємств.

На сучасному етапі розвитку міжнародних економічних відносин глобалізаційні процеси охопили всі сфери світового господарства, в тому числі і світовий ринок туристичних послуг. Як наслідок, відбувається зростання рівнів інтегрованості туристичних галузей та окремих підприємств різних країн.

Водночас сучасною тенденцією в економіці всіх країн світу є загострення економічної кризи. Попередня статистична інформація, якою володіє Всесвітня туристична організація (ВТО) засвідчує, що в другій половині 2008 року спостерігалось від'ємне зростання туристичних потоків. Зазначена динаміка продовжується і в перші місяці 2009 року. Туристичні напрямки у всьому світі стали жертвою спаду споживчого попиту на основних ринках, за виключенням Африки, де спостерігаються позитивні результати на рівні 3-5%. Такі ж тенденції були характерні і для Центральної та Південної Америки до травневого спалаху свинячого грипу. На даний момент в кількість найбільш постраждалих від світової економічної кризи регіонів входить Північна та південна Європа та європейська частина Середземномор'я, Північно-східна Азія, Південна Азія та Близький Схід [5].

Такі процеси, з одного боку, створюють загрози туристичній галузі України із нижчою конкурентоспроможністю національних підприємств, несформованістю ринкових механізмів та недосконалою державною туристичною політикою, але з іншого - спонукають до підвищення обсягів в'їзного туризму, адже девальвація гривні та укріплення іноземної валюти визначають більшу її привабливість для гостей з-за кордону.

Отже, за таких умов вирішальним фактором міжнародної конкурентоспроможності національних підприємств в сучасних умовах є їх здатність максимально ефективно

використовувати всі наявні ресурси, що дозволить задовольнити потреби вимогливих іноземних туристів.

Розглянемо вплив основних детермінант та додаткових змінних на конкурентні переваги туристичних підприємств України з точки зору їх виходу на зовнішні ринки.

Рівень забезпеченості туристичних підприємств України *туристичними ресурсами для виходу на пізнавально-розважальні сегменти зовнішніх ринків* є дуже високим. По-перше, в Україні сконцентрована величезна кількість культурно-історичних ресурсів. Так, Центральна Україна багата на історичні пам'ятки, пов'язані із запровадженням і розвитком української державності та культури, Південна Україна є територією, де виявлено чимало пам'яток античної культури, Західна Україна виділяється етнічними особливостями, пам'ятками фольклору, народної архітектури і т.п. В Україні налічується понад 200 тисяч об'єктів пізнавального туризму, понад 300 музеїв. Всесвітньо відомими є історико-культурні заповідники: Києво-Печерський, Луцький, Острозький, Бердичівський, Переяслав-Хмельницький, Хортиця, Поле Полтавської битви; історико-архітектурні заповідники – Львівський, Кам'янець-Подільський, Чернігівський, Новгород-Сіверський, Софіївський (Київ) тощо. Важливе значення мають палацово-паркові комплекси Криму (Воронцовський, Лівадійський та ін.) та Поділля, старовинні замки (Олевський, Мукачівський на Закарпатті, Луцький на Волині), фортеці (генуезькі фортеці Криму – Судак, Ялта, Феодосія; Хотинська на Буковині, Кам'янецька на Поділлі), залишки стародавніх міст – Ольвії (Очаківський р-н), Херсонеса (Севастополь), Неаполя Скіфського (Сімферополь), численні скіфські кургани (напр., Нечаєва могила у Нікополі) [4].

По-друге, важливим ресурсом є місця паломництва – православних (Печерська, Почаївська Лаври), греко-католиків (Зарваниця на Тернопільщині, Крехів на Івано-Франківщині), хасидів (Умань) тощо. Етнографічне походження мають туристичні центри Коломия (Гуцульщини і Покуття), Косів (Гуцульщини), Сколе (Бойківщини).

Туристичними ресурсами є і місця, пов'язані із життям та діяльністю видатних вітчизняних та зарубіжних митців, вчених, громадських і військових діячів, зокрема, Т.Шевченка (Канів), І.Котляревського (Полтава), Б.Хмельницького (Чигирин) та ін., що приваблюють туристів із численної української діаспори [4].

По-третє, в Україні значна кількість унікальних та естетично привабливих природних ландшафтів, що придатні для тривалого відпочинку та пригодництва у поєднанні з місцевими пам'ятками культури та природи. Зокрема, це гірські території

Карпат (у т.ч. гірськолижні центри, наприклад, Ворохта) та Криму (наприклад, Ай-Петрі), приморські ресурси Південного берегу Криму та морських прибережних територій Одеської, Миколаївської, Херсонської, Запорізької і Донецької областей, а також практично

безмежні річкові ресурси, що передусім пов'язані із мальовничими ландшафтами навколо Дніпра, Десни, Південного Бугу та ін. За оцінками експертів, одночасна місткість ландшафтів України з урахуванням допустимих навантажень та вимог охорони природи становить 48,5 млн. чол., фактичне ж їх використання – 8,5 млн. чол.

Рівень забезпеченості туристичних підприємств України *туристичними ресурсами для виходу на рекреаційно-оздоровчі сегменти зовнішніх ринків* також є високим. В Україні розміщена значна кількість курортних місцевостей, передусім бальнеологічні курорти Свалява, Поляна-Квасова, Поляна-Купель в Закарпатті, Трускавець, Немирів, Моршин на Львівщині, Хмільник на Вінничині, Миргород на Полтавщині, бальнеогрязеві курорти Криму (Саки, Євпаторія), на Одещині (Куяльницький, Хаджибейський лимани), на узбережжі Азовського моря (Бердянськ, Кирилівка), кліматичні курорти на узбережжі Чорного (Велика Ялта, Алушта, Євпаторія і т.д.) та Азовського морів, в Карпатах (наприклад, Яремче), на Поділлі (Хмільник, Сатанів). Лікувально-оздоровче значення мають лісові ресурси.

Рівень забезпеченості туристичних підприємств України туристичними ресурсами для виходу на ділові сегменти зовнішніх ринків є достатнім. Передусім це потужний науково-промисловий потенціал України – численні всесвітньовідомі науково-дослідні установи (інститути електрозварювання імені Патона, технічної теплофізики у Києві, монокристалів у Харкові, конструкторські бюро при підприємствах ракетно-космічної техніки тощо), провідні навчальні заклади, стратегічні промислові підприємства металургійної, машинобудівної, хімічної, а також харчової та легкої промисловостей.

Вони приваблюють іноземних туристів з метою наукового співробітництва, встановлення бізнес-контактів.

Водночас рівень забезпеченості туристичних підприємств України туристичною інфраструктурою є недостатнім. Найістотніша проблема – відсутність достатньої кількості готельних комплексів, мотелів, хостелів. У 2006 році в Україні функціонувало 1269 закладів розміщення (у 2000 р. їх було 1308) [6].

Показник одноразової місткості закладів розміщення у 2007 році становив лише 110,7 тис. місць [6]. При цьому існують певні диспропорції між забезпеченістю окремих регіонів України туристичними ресурсами та закладами розміщення. Інша сторона проблеми – відсутність готелів вищих класів, які користуються попитом іноземних туристів із розвинених країн. Рівень завантаженості готелів в Україні становить лише 31% при нормативі у 60-70%. Найвищі значення цього показника у Києві – 63%. Водночас у Херсонській області він складає лише 13 % [6].

Щодо забезпеченості санаторно-курортними закладами оздоровлення та відпочинку, то спостерігається зниження їх кількості у 2005-2006 р. в порівнянні з 1990 р. на 17,6 % та на

4,9 % в 2006-2005 р. в порівнянні з 2000 р. Аналіз динаміки кількості відпочиваючих в санаторно-курортних закладах в 1990-2006 рр. свідчить про значне загальне їх скорочення на 48,7 % [6].

Характерно, що темпи зниження кількості рекреантів, що відпочили і лікувалися в Україні, для різних установ неоднакові. Найбільш стабільно виглядають пансіонати з лікуванням де відбулося, навіть, підвищення попиту на 31,5 %, а також санаторії: за період з 1990 по 2005/06 р. зниження кількості тих, хто відпочили та лікувалися в них склало 18,3 %, що в порівнянні з іншими установами є незначним. Істотною проблемою є відсутність чіткої системи реалізації санаторно-курортними закладами послуг іноземним туристам.

Рівень забезпеченості туристичних підприємств України *фінансовими ресурсами* є низьким. Хоча функціонування власне туристичних підприємств і не потребує значних капіталовкладень, проте утримання туристичної інфраструктури вимагає значних інвестицій. В Україні останнім часом спостерігалось стрімке зростання приватних інвестицій у будівництво, реконструкцію та модернізацію готелів, але під впливом світової економічної кризи цей процес значно уповільнився.

Рівень забезпеченості туристичних підприємств України *трудовими ресурсами* є порівняно достатнім. Середньооблікова чисельність працівників туристичних підприємств України у 2005 році становила 10,6 тис. осіб [3]. Частка працюючих безпосередньо у сфері туризму становить 0,05% від середньорічної кількості працівників усіх галузей економіки України. Зокрема, у санаторно-курортних закладах працює 121,1 тис. осіб [3]. З урахуванням існуючого в Україні рівня зареєстрованого безробіття потенційна кількість працюючих у сфері туризму може істотно збільшуватися, особливо з урахуванням загальносвітової тенденції перерозподілу трудових ресурсів на користь сфери послуг.

Наступною детермінантою конкурентних переваг туристичних підприємств є *умови попиту на туристичні послуги*. Зазначимо, що відповідно до останніх даних Державної служби туризму і курортів [1] протягом 6 місяців 2008 року Україну відвідали 11,3 млн. в'їзних (іноземних) туристів, що на 19 % або на 1,8 млн. осіб більше, ніж за аналогічний період 2007 року. Збільшення обсягів в'їзного потоку у 1-му півріччі 2008 р. відбулося за рахунок зростання кількості поїздок з приватною метою на 16% з таких країн: Польща (на 16 % або на 336,6 тис. осіб), Білорусь (на 33 % або на 304,5 тис. осіб), Молдова (на 16 % або на 264 тис. осіб), Росія (на 9,4 % або на 226 тис. осіб), Румунія (на 33,7 % або на 160,4 тис. осіб). Цей сегмент займає 90% усього в'їзного туристичного потоку.

Варто відзначити, що змінилася тенденція у сфері організованого туризму. У першому півріччі 2008 р. спостерігається зростання цього сегменту на 59% , тоді як відповідний період 2007 р. показав зменшення на 15%. Збільшення потоків організованого туризму

спостерігаються з Польщі (збільшення на 235,5%, або на 143,3 тис. осіб), Росії (збільшення на 49,7%, або на 47 тис. осіб), Німеччини (збільшення на 42%, або на 8,7 тис. осіб).

В структурі в'їзного турпотоку відбулися такі зміни – частки організованого туризму та службових поїздок рівномірно збільшилися з 4% у 1-му півріччі 2007 р. до 5 % у 1-му півріччі 2008 р., водночас частка приватного туризму зменшилася з 92 % до 90 %.

Зростання в'їзного турпотоку з країн ЄС відбулося в основному за рахунок збільшення кількості подорожуючих з країн: Польща (на 22 % або на 500 тис. осіб), Словаччина (на 59 % або на 126,5 тис. осіб), Німеччина (на 15,6 % або на 13 тис. осіб), Чехія (на 25 % або на 4,1 тис. осіб).

Виїзний турпотік у 1-му півріччі 2008 р. зменшився (з причини падіння числа приватних подорожей) порівняно з 1-м півріччям 2007 р. на 12,7 %, або на 1 млн. 46 тис. осіб та становив 7,2 млн. осіб.

Найбільше падіння подорожей українських туристів спостерігається у напрямках: Польща (зменшення на 59 %, або на 1 млн. 265 тис. осіб), Угорщина (зменшення на 19,7 %, або на 139 тис. осіб), Білорусь (зменшення на 18 %, або на 138,6 тис. осіб), Румунія (зменшення на 19 %, або на 55,6 тис. осіб).

Зменшення загального виїзного потоку відбулося з причини значного падіння приватних подорожей (майже на 17%, або на 1 млн. 193 тис. осіб). Найбільше падіння турпотоку відбулося в потоці подорожуючих до Польщі (на 65,6 %, або на 1,3 млн.).

Водночас сегмент організованого туризму зріс на 12,3% (+92,7 тис. осіб). Збільшення організованого туризму відбулося за рахунок зростання кількості подорожуючих за такими напрямками: Єгипет (на 49,5 %, або на 43,3 тис. осіб), Чехія (на 381,6 %, або 42,5 тис. осіб), Росія (на 64,2 %, або на 41,2 тис. осіб), Туреччина (на 8,4 %, або на 10,3 тис. осіб).

Отже, аналізуючи структуру туристичних потоків, можна сказати як про позитивні, так і негативні тенденції в розвитку зовнішньоекономічної діяльності. Про позитиви свідчить поступове збільшення обсягів в'їзного туризму, але, натомість, значне скорочення виїзного туризму свідчить про прямиий негативний вплив економічної кризи на платоспроможність українських туристів.

Наступною детермінантою є *зовнішньоекономічна стратегія туристичних підприємств*. Вихід України на світові туристичні ринки як самостійного суб'єкта ще не означає конкурентних переваг її туристичних підприємств. Серед найпоширеніших проблем – їх невміння доводити свої конкурентні переваги, формувати останні у відповідності до вимог зовнішніх ринків. До цього слід додати відсутність сучасного арсеналу методів ведення конкурентної боротьби, коли враховуються тільки економічні чинники, спрямовані на зниження собівартості шляхом скорочення затрат на оплату праці чи рекламу, що в

сучасних умовах швидкої зміни конкурентного середовища не забезпечує отримання конкурентних переваг на зовнішніх ринках.

Така ситуація свідчить про низький рівень сформованості стратегій конкурентної боротьби на зовнішніх ринках більшості туристичних підприємств України. Лише перший десяток туристичних підприємств використовує весь потенціал сучасних методів створення власних конкурентних переваг, решта ж традиційно застосовує для цього методи зниження витрат на виробництво туристичних послуг.

Важливою додатковою змінною, що істотно впливає на посилення чи послаблення конкурентних переваг вітчизняних туристичних підприємств є *туристична політика уряду*, серед найпроблемніших місць якої є недостатній рівень фінансової та рекламно-інформаційної підтримки туристичних підприємств України при виході на зовнішні ринки, порівняно неефективна система підготовки та перепідготовки кадрів тощо. Недосконалою залишається й нормативно-правова база зовнішньоекономічної діяльності у сфері туризму.

Отже, аналізуючи конкурентоспроможність туристичної галузі України, можна стверджувати про необхідність наступних заходів щодо підвищення ефективності функціонування вітчизняних туристичних підприємств:

- збільшення рівня фінансування привабливих для вітчизняних та іноземних туристів туристичних об'єктів та відповідної інфраструктури;
- забезпечення відповідності рівня якості туристичних послуг міжнародним стандартам;
- створення національної і регіональної туристичної рекламно-інформаційної мережі;
- стимулювання всебічного використання підприємствами туристичних ресурсів регіону, переваг місця розташування.

Таким чином, туристична індустрія України має всі можливості стати конкурентоспроможною на світовому ринку туристичних послуг, але необхідно розробити і впровадити ефективні методи управління її розвитком, які б ґрунтувались на використанні наявних конкурентних переваг, з одного боку, та державну підтримку тих секторів, де конкурентні позиції є слабкими, з іншого.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аналітична довідка про роботу туроператорів та турагентів за I півріччя 2008 р. (за формою № 1-ТУР) – www.tourism.gov.ua - офіційний сайт Державної служби туризму і курортів.
2. Музиченко-Козловська О.В. Методика оцінки рівня туристичної привабливості регіону // Регіональна економіка. – 2006 . - № 1. – С. 218 – 228

3. Туризм в Україні. Статистичний щорічник. – Київ: Державний комітет статистики, 2006. – 184 с.

4. Любіцева О. О., Панкова Є. В., Стафійчук В. І. Туристичні ресурси України : навчальний посібник. - Київ : Альтерпрес. - 2007. - 369 с. : іл., картосхеми

5. www.unwto.org – офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації – спеціалізованого закладу Організації Об'єднаних Націй

6. www.ukrstat.gov.ua - офіційний сайт Державного комітету статистики України

KOLESNYK O.O. ESTIMATION OF THE STATE OF COMPETITIVENESS OF TOURIST ENTERPRISES OF UKRAINE.

In the article competitive advantages of tourist enterprises of Ukraine from the point of view their going into foreign markets and outlined basic directions of increase of competitiveness of national tourist industry.

Keywords: world tourist market, tourist resources, competitive advantages of tourist enterprises.

КОЛЕСНИК О.А. ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ.

В статье исследовано конкурентные преимущества туристических предприятий Украины с точки зрения их выхода на внешние рынки и очерчено основные направления повышения конкурентоспособности национальной туристической индустрии.

Ключевые слова: мировой туристический рынок, туристические ресурсы, конкурентные преимущества туристических предприятий.