

Визначення рівня конкурентоспроможності ринку туристичних послуг Запорізького регіону

Бут Т.В.

кандидат економічних наук, доцент,
Запорізький національний технічний університет

У статті досліджено рівень конкурентоспроможності підприємств туристичної галузі Запорізького регіону. Проведено аналіз конкурентного середовища, визначено головні проблеми розвитку ринку туристичних послуг Запорізької області. Вирішення визначених проблем значно підвищить економічний потенціал туристичної галузі регіону. З'ясовано передумови динамічного розвитку туристичної галузі України. Відстежено негативні процеси, що гальмують розвиток вітчизняного ринку туристичних послуг в регіоні.

Ключові слова: підприємство туристичної галузі, конкурентоспроможність, ринок туристичних послуг.

Бут Т.В. ОПРЕДЕЛЕНИЕ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ ЗАПОРОЖСКОГО РЕГИОНА

В статье исследован уровень конкурентоспособности предприятий туристической отрасли Запорожского региона. Проведен анализ конкурентной среды, определены основные проблемы развития рынка туристических услуг Запорожской области. Решение определенных проблем значительно повысит экономический потенциал туристической отрасли региона. Выявлены предпосылки динамичного развития туристической отрасли Украины. Отслежены негативные процессы, тормозящие развитие отечественного рынка туристических услуг региона.

Ключевые слова: предприятие туристической отрасли, конкурентоспособность, рынок туристических услуг.

But T.V. DETERMINING THE LEVEL OF COMPETITIVENESS OF THE MARKET OF TOURISTIC SERVICES IN THE ZAPOROZHISK REGION

In the article the level of competitiveness of the enterprises of the tourist branch of the Zaporozhye region is investigated. The analysis of the competitive environment is carried out, its main problems of development of the tourist services market of the Zaporizhzhya region are determined. Solving certain problems will significantly increase the economic potential of the tourism industry in the region. The prerequisites for the dynamic development of the tourism industry of Ukraine are found out. Traced negative processes that hinder the development of the tourism services market.

Keywords: tourist enterprise, competitiveness, tourist services market.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Для розвитку туристичної галузі в Україні є всі передумови. Так, маючи вигідне геополітичне розташування, країна володіє значним рекреаційним потенціалом: сприятливими кліматичними умовами, різноманітним рельєфом, мережею транспортних сполучень, культурною спадщиною тощо. Крім того, в Україні дедалі частіше розробляються нові маршрути, розвивається готельна інфраструктура, підвищується рівень обслуговування туристів і зростає відвідуваність туристичних об'єктів. Однак існує низка проблем, вирішення яких дасть змогу підвищити економічну ефективність туристичної галузі країни. Оскільки оцінка кон'юнктури розвитку туризму в Україні залежить передусім від розвитку регіонального туризму, це дослідження спрямоване на визначення рівня конкурентоспроможності ринку туристичних послуг Запорізької області порівняно з іншими регіонами країни та перспектив його розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед зарубіжних учених, які зробили значний внесок у розвиток регіональних систем сфери туризму, слід відзначити праці таких науковців, як Р. Браймер, Дж. Боуен, В. Гудак, К. Шуман та ін. Серед вітчизняних учених, які присвятили свої дослідження розвитку конкурентоспроможного ринку туристичних послуг, можна виділити праці О.С. Дудко [1], Л. Кириченко [2], Л.І. Піддубної [3], Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, А.В. Вакуленко [4], С.П. Гаврилюк [5] та ін. Більшість фахівців зазначає, що підвищення конкурентоспроможності національних туристичних послуг має значний вплив на розвиток візного туризму. Отже, це зумовило необхідність аналізу рівня конкурентоспроможності регіонального ринку туристичних послуг.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є визначення рівня конкурентоспроможності ринку туристичних

послуг Запорізької області серед регіонів України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для аналізу структури та динаміки зростання туристичної галузі України та Запорізької області з урахуванням фактору доступності, достовірності й адекватності статистичної інформації обрано такі три групи показників:

– абсолютні показники: кількість туристів (загальна, іноземних, зарубіжних) та її динаміка в часі, обсяг споживання товарів та послуг туристичної та інших галузей економіки (розрахований за рекомендаціями ВТО), кількість суб'єктів туристичної діяльності (тих, що мають ліцензії, та тих, що фактично надають туристичні послуги), обсяг наданих туристичних послуг, середньооблікова кількість працівників туристичних підприємств;

– відносні показники: обсяги наданих туристичних послуг у розрахунку на одне туристичне підприємство, на одного зайнятого, на одного туриста, сальдо туристичного балансу, частка зовнішньоекономічних операцій у сфері туризму, співвідношення кількості іноземних туристів та тих, що спрямовані за кордон;

– структурні показники: мотиваційна структура іноземного та зарубіжного туризму, гео-

графічна структура (співвідношення напрямків іноземного та зарубіжного туризму), регіональна структура (розподіл основних показників у розрізі регіонів та групування туристичних підприємств регіонів України за їх подібністю) [6, с. 79].

Про масштаби розвитку туристичної галузі в Україні свідчить показник кількості туристів. Для того щоб краще зрозуміти передумови динамічного розвитку туристичного бізнесу в Україні та відстежити його негативні процеси, треба детальніше проаналізувати ситуацію, що склалася на ринку туристичних послуг (табл. 1).

Аналіз динаміки туристичних потоків дає можливість стверджувати, що в Україні впродовж 2015–2016 рр. спостерігалася збільшення кількості всіх категорій туристів.

У 2016 р. відбулося різке зменшення кількості громадян України, які виїжджали у такі країни, як Білорусь, Канада, Німеччина, Молдова, Російська Федерація, Франція, Індія. Позитивне значення виїзних потоків українських туристів у кризовий період, на нашу думку, пов'язане з тим, що громадяни України більшою мірою надавали перевагу виїздам до сусідніх країн, які не вимагали суттєвих матеріальних затрат, це Польща, Грузія, Болгарія, Туреччина. Значні туристичні потоки україн-

Таблиця 1

Динаміка в'їзду іноземних громадян в Україну за країнами, з яких вони прибули, та виїзду громадян України в інші країни за 2015–2016 рр.

Країна	Кількість іноземних громадян, які в'їхали в Україну, усього				Кількість громадян України, які виїжджали за кордон, усього			
	2015	2016	Відхилення 2016/2015	%	2015	2016	Відхилення 2016/2015	%
Болгарія	32181	37821	5640	2,9	43860	54162	10302	2
Білорусь	1891518	1822261	-69257	-36	1325546	1114457	-211089	-37
Канада	22055	30281	8226	4	2060	21	-2039	-0,4
Китай	12966	19599	6633	4	8693	20480	11787	2
Франція	45867	54152	8285	4	98353	92733	-5620	-1
Грузія	37772	48432	10660	6	81601	104517	22916	4
Німеччина	154498	17118	-137380	-72	294797	275987	-18810	-3
Індія	10748	14047	3299	1,7	2522	55	-2467	-0,4
Ізраїль	149386	216638	67252	35	129311	146379	17068	3
Італія	63258	77787	14529	8	113373	122294	8921	13
Молдова	4393528	4296409	-97119	-51	1727308	1655775	-71533	-13
Туреччина	140691	199618	58927	31	510537	930657	420120	74
Російська Федерація	1231035	1473633	242598	127	4080414	3859820	-220594	-39
Польща	1156011	1195163	39152	21	9505713	10111086	605373	106
США	108288	138006	29718	16	28995	36040	7045	1
Всього:	9449802	9640965	191163		17953083	18524463	571380	

Джерело: складено на основі [8–10]

ців до Польщі, насамперед, зумовлені трудовою міграцією. Як відомо, більшість громадян України (до 85%) виїжджають на роботу за кордон не на підставі відповідної візи, а за допомогою туристичних, гостьових віз, ваучерів чи запрошень (прикладом є Туреччина, Грузія). Як відомо, після завершення строку дії такої візи заробітчани не афішують свою присутність в іноземній країні, оскільки переходять на нелегальне становище. Говорити про точні оцінки та підрахунки щодо обсягів трудової міграції в окремо взятій країні неможливо, оскільки мігранти не завжди працюють у тій країні, куди планували поїхати або навіть поїхали. Так, виїзд українців до Польщі не обов'язково означає, що це їх остаточне місце призначення. Офіційно в'їхавши в Шенгенську зону, мігрант може опинитися нелегалом у будь-якій іншій країні – учасниці цього договору. Тобто Польща здебільшого відіграє свого роду роль перевального пункту, звідки люди вже їдуть до Італії, Іспанії, Португалії та Австрії.

Разом із тим загострення ситуації на світовому фінансовому ринку практично не відобразилося на кількості іноземних громадян, які в'їхали в Україну. Так, у 2016 р. Україну відвідала найбільша кількість іноземних громадян з Російської Федерації та Туреччини (на 127% та 31%). Але різке скорочення іноземних громадян, які відвідали Україну, спостерігається з Німеччини (-72%), Молдови (-51%), Білорусії (-36%).

Згідно з даними аналізу, в 2016 р. позитивна динаміка туристичних потоків відновилася. Так, упродовж останніх років в Україні спостерігається динамічний розвиток візного туризму, який свідчить про підвищення рівня конкурентоспроможності України на міжнародній арені. Але спостерігається гальмування розвитку візного туризму з України.

Таким чином, незважаючи на значний потенціал, туристична галузь України має цілу низку проблем, нагальне вирішення яких поліпшить перспективи її розвитку вже найближчим часом. Аналізуючи перспективи розвитку туристичного бізнесу в Україні, насамперед необхідно підкреслити, що сучасний туризм – це сфера економіки та життєдіяльності суспільства, яка загалом тією чи іншою мірою інтегрує практично всі галузі. Саме це й повинно стати головним у формуванні нового державного підходу до туризму як галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний стан країни, стимулювати важливі галузі економіки, спри-

яти зміцненню позитивного іміджу України на світовій арені.

Для визначення рівня конкурентоспроможності регіонального ринку туристичних послуг Запорізького регіону проведено аналіз туристичної галузі України.

Оскільки існують істотні розбіжності у розвитку туристичного бізнесу в розрізі регіонів України, оберемо метод, що ґрунтується на визначенні ринкової частки, за допомогою якого можна здійснити оцінку конкурентних позицій групи підприємств певного регіону. Цей метод є досить простим, логічним, зручним для сприйняття і відображає результати діяльності сукупності турфірм певного регіону з погляду офіційних статистичних даних, які містяться на сайті Державної служби туризму і курортів України [11].

Головною проблемою застосування цього методу оцінювання конкурентоспроможності у сфері туризму є неповнота інформації для повноцінного дослідження конкурентної ситуації на туристичному ринку, що пов'язане з її недостовірністю, оскільки вітчизняні підприємства схильні фальсифікувати дані фінансової звітності з метою ухилення від сплати податків.

Однак відомості, оприлюднені в масштабах країни в розрізі її конкретних адміністративно-територіальних одиниць, нині є єдиним офіційним джерелом інформації, завдяки чому можна провести аналіз конкурентоспроможності регіонів країни та визначити місце Запорізької області в конкурентному середовищі для визначення шляхів підвищення її конкурентоспроможності [12].

По аналогії оцінювання конкурентоспроможності туристичного підприємства, що пропонує С.П. Гаврилюк [5, с. 76], рівень конкурентоспроможності сукупності турфірм Запорізького регіону також можна визначити за такими етапами: вибір конкурентів із числа туристичних регіонів України для порівняння; збір необхідної інформації про конкурентів; розроблення системи показників для оцінювання; розрахунок одиничних показників конкурентоспроможності досліджуваного регіону (тобто Запорізького) та конкурентів; побудова порівняльних таблиць, визначення та оцінювання рівня конкурентоспроможності регіону за найбільш прийнятним методом.

Вибір конкурентів із числа туристичних регіонів України для порівняння. Так, український туристичний ринок складається із 24 структурних підрозділів (регіонів) та міста Києва. Проміжок часу, протягом якого здійснювалося

дослідження рівня конкурентоспроможності, становить три роки (2013–2015 рр.), дані за 2013 р. включають тимчасово окуповану територію АР Крим та м. Севастополь.

Частка окремого регіону на ринку туроператорських та турагентських послуг визначається у відсотках шляхом розподілу значення певного показника діяльності туристичних фірм конкретного регіону на загальний результат, зібраний по 24 підрозділах туристичного ринку України та м. Києві, за формулою:

$$Ч = \frac{ОПтф}{\sum ОПтф} * 100\%, \quad (1)$$

де Ч – частка послуг сукупності турфірм певного регіону на туристичному ринку України;

ОПтф – обсяг реалізації послуг сукупності турфірм певного регіону;

$\sum ОПтф$ – обсяг реалізації послуг турфірм усіх регіонів України.

Шляхом зіставлення статистичних даних про основні показники діяльності турфірм Запорізького регіону з узагальненими даними по всій країні визначимо питому вагу участі турфірм Запоріжжя у загальному обсязі обслуговування туристів та обчислимо їх рейтинг у масштабах України (табл. 2).

Аналіз даних табл. 2 дає змогу констатувати низку суперечностей у розвитку діяльності турфірм Запорізького регіону:

– Запорізькій області належить стабільно високий рейтинг практично за всіма показниками розвитку туризму (за винятком доходів від надання туристичних послуг та кількістю обслуговуваних екскурсантів);

– разом із тим варто звернути увагу на невелику частку, яку займає Запорізький регіон за багатьма показниками. Так, якщо середньостатистичне значення окремого регіону в цілому по Україні дорівнює 4,9% (100%: 24 регіони та м. Київ), то показники Запорізької області (за винятком кількості іноземних туристів та виїзного туризму) мало відрізняються від зазначеної цифри;

– питома вага і рейтинг Запорізької області за минулі три роки знижується практично за всіма показниками (виняток – кількість турфірм, кількість українських туристів, що виїжджали за кордон та середньооблікова чисельність працівників).

Згідно з рейтингом, до числа основних конкурентів Запорізької області належать м. Київ, Львівська, Дніпропетровська області, а також області, центрами яких є міста з населенням більше 1 млн. осіб (Харківська, Одеська).

Таблиця 2

Рейтинг Запорізького регіону за основними показниками діяльності туристичних фірм

Показники		Роки		
		2013	2014	2015
Кількість турфірм, які фактично надавали послуги	Рейтинг	8	6	6
	Частка,%	3,1	3,4	3,4
Кількість обслуговуваних туристів	Рейтинг	6	3	6
	Частка,%	6,3	8	0,9
Обслуговано іноземних (в'їзних) туристів	Рейтинг	6	-	9
	Частка,%	1,9	-	0,2
Обслуговано українських туристів, що виїжджали за кордон	Рейтинг	8	6	6
	Частка,%	4,4	4,6	0,8
Обслуговано внутрішніх туристів	Рейтинг	2	1	6
	Частка,%	10,3	19,5	1,5
Обслуговано екскурсантів	Рейтинг	2	2	13
	Частка,%	13,3	24,5	2,7
Кількість реалізованих туристичних путівок	Рейтинг	7	5	5
	Частка,%	4,3	6,5	2,6
Вартість реалізованих населенню туристичних путівок	Рейтинг	5	5	6
	Частка,%	5,7	5,9	2,5
Дохід від надання туристичних послуг	Рейтинг	9	7	11
	Частка,%	0,3	0,2	0,2
Середньооблікова кількість працівників	Рейтинг	9	7	7
	Частка,%	2,2	2,3	2,3

Джерело: розраховано на основі [11; 13; 14]

Збір необхідної інформації про конкурентів проведено за даними [11]. Детальний аналіз частки перших п'яти регіонів України, що лідирують за основними показниками розвитку туризму, дає змогу констатувати, що Запорізький регіон значно відстає від основних лідерів – Києва, Львова та Одеси, однак має схожі показники розвитку туризму з Харківською, Дніпропетровською областями, яких можна враховувати її найближчими конкурентами.

За результатами аналізу конкурентної ситуації на ринку туристичних послуг Запорізького регіону та результатів дослідження сучасного стану туристичної активності турфірм Запорізької області зроблено висновок, що серед проблем, розв'язанню яких варто приділити першочергову увагу, є такі:

- забезпечення підвищення виконавчої дисципліни турфірмами-ліцензіатами Запорізького регіону;

- створення системи постійних статистичних спостережень у сфері туризму;

- створення потужного Інтернет-ресурсу, який висвітлюватиме всі події відносно розвитку туризму в регіоні як для туристів, так і для професіоналів турбізнесу;

- залучення державної підтримки для популяризації регіонального турпродукту на світовому туристичному ринку;

- стимулювання туристичних підприємств, які створюють привабливі для іноземних туристів турпродукти;

- оптимізація структури туристопотоку за цілями подорожей;

- збільшення туристичного сезону за допомогою використання комплексу маркетингових заходів;

- удосконалення екскурсійної діяльності тощо.

Висновки з цього дослідження. За результатами аналізу рівня конкурентоспроможності ринку туристичних послуг Запорізького регіону визначено, що динаміка туристичної діяльності в Україні не співпадає в часі із загальносвітовими тенденціями. В Україні відбувається стрибкоподібне зростання обсягів господарської діяльності у сфері туризму. Найвпливовішими факторами, що зумовлюють результативність економічної діяльності туристичних підприємств, є ресурсні (забезпеченість трудовими, туристичними ресурсами, закладами туристичної інфраструктури) та рівень внутрішнього платоспроможного попиту. У географічній структурі туристичних потоків як з України, так і до України домінуюче значення має Європейський регіон, а в його межах – передусім країни-сусіди. Існують істотні розбіжності в розвитку туристичного бізнесу в розрізі регіонів України. Провідні позиції належать м. Києву, Львівській та Одеській областям. Найгірші позиції мають Луганська, Донецька, Кіровоградська, Волинська, Рівненська, Полтавська, Тернопільська та Чернігівська області.

Визначено рівень конкурентоспроможності туристичних послуг Запорізького регіону. Це дає змогу запропонувати заходи щодо вдосконалення діяльності туристичних підприємств Запорізької області, які здатні вирішити низку наявних проблем розвитку туристичної галузі в регіоні, а також підвищити конкурентоспроможність регіону на туристичному ринку України. Подальше дослідження буде спрямоване на підвищення результативності економічної діяльності туристичних підприємств регіону.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Дудко О.С. Індекс оцінки конкурентоспроможності туризму країни / О.С. Дудко // *Культура народів Причорномор'я*. – 2012. – № 225. – С. 24–27.
2. Кириченко Л. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємств / Л. Кириченко // *Економіка*. – 2009. – № 1. – С. 62–66.
3. Піддубна Л.І. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства: теорія та механізм забезпечення : [монографія] / Л.І. Піддубна. – Х. : ІНЖЕК, 2011. – 400 с.
4. Управління конкурентоспроможністю підприємства / Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, А.В. Вакулєнко. – К. : КНЕУ, 2006. – 272 с.
5. Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу : [навч. посіб.] / С.П. Гаврилюк. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 180 с.
6. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні : [навч. посіб.] / Л.І. Гонтаржевська. – Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.
7. В'їзд іноземних громадян в Україну за країнами, з яких вони прибули, у 2015 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/tyr/tyr_u/vig2015_u.htm.
8. В'їзд іноземних громадян в Україну за країнами, з яких вони прибули, у 2016 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/tyr/tyr_u/vig2016_u.htm.

9. Виїзд громадян України за кордон за країнами, до яких вони виїжджали, у 2015 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/tyr/tyr_u/vigw2015_u.htm.
10. Виїзд громадян України за кордон за країнами, до яких вони виїжджали, у 2016 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/tyr/tyr_u/vigw2016_u.htm.
11. Туристична діяльність в Україні у 2015 році. Статистичний бюлетень. – Київ, 2016. – 76 с.
12. Пуліна Т.В. Визначення конкурентної позиції підприємства на світовому ринку металургійної продукції / Т.В. Пуліна // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету. – 2015. – Вип. 25.1. – С. 230–239.
13. Туристична діяльність в Україні у 2013 році. Статистичний бюлетень. – Київ, 2014. – 272 с.
14. Туристична діяльність в Україні у 2014 році. Статистичний бюлетень. – Київ, 2015. – 76 с.