



УДК 338.48

## Основні особливості конкурентної боротьби в галузі туризму на прикладі міста Феодосії

Людмила Миколаївна Борщ,  
директор  
Феодосійської фінансово-економічної академії  
Київського університету ринкових відносин,  
доктор економічних наук, професор

**Анотація.** Розглядається індустрія туристичної галузі, яка в даний час виступає галузевим лідером у світовій економіці. Визначено критерії конкурентних позицій на туристичному ринку та в місті Феодосії. Досліджено пріоритетні напрями розвитку туризму та основні чинники, які впливають на приплив туристів. Проведено аналіз і виявлено, що зовнішні інвестиції приносять із собою нові навички менеджменту, інновації і технології, нові можливості для розвитку підприємництва та підвищують конкурентоспроможність.

**Ключові слова:** галузь туризму, конкурентна боротьба, споживання, критерії конкурентних позицій, гнучке ціноутворення, кооперація, інвестиції.

**Вступ.** Досліджується індустрія туризму як одна з найперспективніших галузей економічного розвитку. Враховуючи той факт, що Україна прагне до стабільного зростання рівня і якості життя населення на основі збалансованої соціально-економічної системи інноваційного типу, гарантуючи екологічну безпеку та динамічний розвиток економіки. У процесі реалізації «Стратегії економічного та соціального розвитку Автономної Республіки Крим на 2011–2020 рр.» [7] передбачено ефективне використання наявного ресурсного потенціалу на принципах економічного зростання.

Конкурентна боротьба на ринку туристичної індустрії в галузі туризму підпорядкована базовим законам ринкового взаємозв'язку, характерного всім галузям економіки. А базові конкурентні переваги туристичної галузі побудовані на міцних договірних взаємозв'язках із партнерами, функціонуючими в інших секторах економіки [2]. Саме тому, розглядаючи туристичний бізнес і застосовуючи в цьому бізнесі форми і методи конкурентної боротьби, неможливо обійти стороною розгляд питання господарської кооперації та її особливості функціонування. Тому тема нашого дослідження особливостей конкурентної боротьби в галузі туризму є своєчасною й актуальною як завдання, вирішення якого сприятиме підвищенню конкурентоспроможності туристичної галузі в Україні і безпосередньо в місті Феодосії.

Дослідженнями окремих питань щодо основних особливостей конкурентної боротьби в галузі туризму займалися А. А. Гвозденко, В. Г. Герасименко, Ю. П. Гуменюк, Е. Л. Драчова, М. П. Мальська та ін.

Але не зважаючи на значні розробки в цьому напрямі, виникає потреба в більш детальному дослідженні основних особливостей конкурентної боротьби в галузі туризму АР Крим, зокрема міста Феодосії.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є виявлення основних особливостей конкурентної боротьби в галузі туризму на прикладі міста Феодосії.

У дослідженні використовувалися загальнонаукові методи наукового пізнання, методи системного аналізу, SWOT-аналізу та ін.

**Результати.** Конкуренція в туристичній індустрії в сучасний час економічного розвитку виступає лідером у світовій економіці і відрізняється колосальним рівнем напруги. Усе це пов'язано з багатьма обставинами:

- галузь має характер постійно зростаючого сектору світової економіки;
- зростаючий попит на туристичні продукти;
- необмежені можливості розробки нових, затребуваних на ринку споживання різновидів турпродуктів;
- низькі затратні бар'єри входу на ринок;
- досить низький рівень капіталізації галузі;
- відносно прості механізми розширення бізнесу за допомогою «переливання» капіталу в суміжні галузі господарювання.

У туристичній галузі конкурентна боротьба підпорядкована базовим законам ринкової взаємодії виробників практично всіх галузей економіки. Зазначимо, що основні критерії зіставлення конкурентних пропозицій на туристичному ринку передбачувані і цілком традиційні: ціна, якість, зручність споживання, сервіс, кількісні параметри виробництва і споживання, професіоналізм персоналу, пільгові заходи для окремих відпочивальників. Вагоме значення мають стійкі договірні взаємозв'язки з фірмами-партнерами, які функціонують у суміжних секторах економіки [5].

Базові конкурентні переваги туристичних фірм розпізнаються у площині сервісного обслуговування, достатнього рівня обладнання, ресурсів, гнучкого ціноутворення, формування позитивного ринкового іміджу.

Туризм – конкурентна галузь, де щодня з'являються і назавжди зникають тисячі виробників турпродуктів, конкурентна перевага є єдиним можливим способом забезпечення життєздатності, виживання за найсприятливіших обставин перспективного розвитку підприємства.

В індустрії туризму величезне значення мають різні форми кооперації (прихованої, відкритої) виробників або фактичних володарів різного роду ресурсів і продуктів, що є одним із найважливіших конкурентних



переваг. Це перший крок до завоювання лідерства в туристичній галузі.

Туризм має потенціал стати однією з найбільш прибуткових галузей економічного зростання в Україні. Ми розглянемо цей потенціал на прикладі міста Феодосії. Прогнози світових туристичних статистичних джерел, таких як TourMIS, IPK International, ATLAS та EUROBAROMETER, досліджені у City Tourism and Culture, The European Experience, ETC Research Group report, February 2005, зазначають, що кількість туристів до європейських міст буде зростати, особливо «культурний міський туризм до міст Центральної та Східної Європи». Очікується, що «традиційні туристичні міста Європейського Союзу втратять частину своїх туристів на користь нових міст у Центральній і Східній Європі». Феодосія може втрутитись у чинний розподіл туристичних потоків не тільки в Криму, а й у Європі. Якщо місто хоче «потрапити на мапу», бути включеним до туристичних маршрутів, воно має запропонувати цілий ряд нових послуг.

У даний час Феодосія має славу туристичного міста для літнього сімейного відпочинку. Відвідування історичних і культурних об'єктів міста (найвідомішим з яких є картинна галерея І. Айвазовського) здійснюють переважно туристи, що відпочивають у недалеких околицях від Феодосії. Доступ туристів, що відпочивають на Південному березі Криму, до об'єктів у Феодосії ускладнений значною віддаленістю, відсутністю швидкісних автомагістралей і пасажирського порту. На зарубіжних туристичних ринках (крім країн СНД) Феодосія є «terra incognita».

Нові «бізнес-ніші» і створення можливостей для «ностальгічного туризму», «релігійного туризму», й особливо «ділового туризму», можуть привабити вітчизняних і закордонних клієнтів, які шукають нові місця для відвідування, проведення конференцій, виставок, симпозіумів тощо. Пошук нових, творчих підходів до перетворення міста й території, що його оточує, на популярне місце для «міського культурного» та «ділового туризму», для чітко визначених груп споживачів на ринку таких послуг вимагає спільних зусиль місцевої влади й галузі туризму.

Недостатньо сьогодні використовуються можливості для розвитку лікувального і спатуризму.

Зусилля українського уряду направлені на заохочення «в'їзного туризму», що суттєво може поліпшити ситуацію.

Варто інтенсифікувати співпрацю з фірмами, які організують проведення так званого туризму подій, або короткотермінових заходів культурно-масового і спортивного характеру (фестивалів, форумів, виставок, змагань, злетів тощо). Феодосія вже має славу міста, де проходять щорічні міжнародні фестивалі: винний, великий шовковий шлях, джазовий, духових оркестрів та численні змагання спортсменів і любителів повітроплавання. Такі заходи слід проводити більше і намагатися розширити коло їхніх учасників.

Зважаючи на наявність у Феодосійському регіоні потужного виробника вин і коньяків, Феодосія також має змогу активізувати так званий дегустаційний туризм.

Орієнтація туристичної сфери не тільки на літній сімейний відпочинок дозволить розширити туристичний сезон.

Але туризм може мати і зворотний бік. Серед різноманітних видів діяльності з економічного розвитку ця діяльність є найбільш ризиковою. Хоча туризм створює багато сприятливих можливостей для працевлаштування, більшість таких робочих місць не вимагають високої кваліфікації, високої заробітної плати і фактично майже не залишають місця для професійного зростання. Ці робочі місця можуть не задовольнити потребу території в підвищенні рівня зайнятості.

Крім того, громади, в економіці яких туризм займає вагомe місце, мусять шукати компроміс між потребами постійних мешканців і відвідувачів. Комітету стратегічного планування слід також узяти до уваги додаткове навантаження на звичайні комунальні служби, що можуть створити туристи, – прибирання, вивезення сміття, паркування, громадський транспорт, охорона правопорядку.

Інвестиції у приваблення туристів не завжди приносять негайні результати. Щоб туристична галузь запрацювала, необхідно вдатися до процесу планування, в якому враховуються людські, економічні, екологічні та інфраструктурні чинники. Крім того, місто повинно запропонувати туристам цілий спектр побутових зручностей.

Туристична галузь перебуває під впливом зростаючої регіональної, національної та міжнародної конкуренції. Якщо місто не буде планувати розвиток, інвестуючи в туризм, тим самим активно розвивати і просувати свою унікальність для відвідувачів, його мешканці втратять ті переваги, які сьогодні пропонує туристична галузь, і цими перевагами скористаються інші міста-конкуренти.

Слід зазначити, що розвиток туризму передбачає і розвиток супутньої туристичної інфраструктури. Так сьогодні в місті бракує облаштованих місць загального користування (особливо за межами набережної зони), відсутні місця сезонного паркування туристичних автобусів. Треба облаштовувати місця під стоянки, забезпечити їх необхідною інфраструктурою.

Хоч у місті є значна кількість підприємців, що пропонують різноманітні туристичні продукти, однак бракує єдиного інформаційно-туристичного центру. Якщо туристи з України і країн СНД це сприймають як належне, то гості «з далекого зарубіжжя» таку ситуацію вважають дивною.

Складним питанням є доволі низький рівень професіоналізму обслуговуючого персоналу і незнання ним жодних мов, крім російської.

Більшість санаторно-курортних підприємств здебільшого виконує свої функції завдяки ресурсам, що залишилися з минулого.

Культурно-історична частина міста потребує реставрації. Цікавим об'єктом для огляду туристами є середньовічна фортеця, однак нинішній її стан вимагає належного обслуговування та консервації об'єкта.

Загальний стан справ у курортному сегменті туристичного комплексу Феодосійського регіону розціню-



ється як близький до критичного, хоча за останні роки в місті з'явилось багато висококонкурентних туристичних закладів. Основним стримувальним чинником розвитку санаторно-курортного комплексу є морально застаріла матеріально-технічна база та інфраструктура.

Ця галузь вимагає залучення значних інвестиційних ресурсів.

У сучасному світі зовнішні інвестиції набувають надзвичайної ваги. Вони не лише забезпечують приплив необхідних фінансових ресурсів до місцевих економік, а й приносять із собою нові навички менеджменту, інновації та технології, нові ринки, нові можливості для бізнесу місцевих малих і середніх підприємств. У той же час ця сфера характеризується високим рівнем конкуренції між країнами, регіонами, містами, які пропонують усі можливі пільги для приваблення інвесторів, причому гроші, вкладені в цю конкурентну боротьбу, можуть окупитися не раніше ніж через п'ять – десять років.

Спроможність будь-якого міста залучати зовнішні інвестиції визначається багатьма чинниками, серед яких стан і розвиток технічної інфраструктури, доступність будівель і добре підготовлених ділянок для нової забудови, наявність кваліфікованої робочої сили, бізнес-клімат у місті та його імідж, обсяг і якість послуг, які надає місто.

Однією з переваг у конкурентній боротьбі за інвестиції, які створюють нові робочі місця, є існування переліку земельних ділянок – не надто дорогих та обладнаних інфраструктурою (з доступними тарифами на енергопостачання). Феодосія з його вигідним географічним положенням має значний потенціал для підготовки привабливих пропозицій промислових ділянок для житлового будівництва. Звичайно, складними питаннями залишаються «затиснутість» міста чинними межами і практичною відсутністю тут вільних ділянок для розташування нових об'єктів промислового призначення на ділянках типу «гринфілд». Але сьогодні не можна однозначно стверджувати, що вичерпано всі резерви підвищення ефективності використання наявних земельних ресурсів і можливості налагодження взаємовигідних стосунків із суміжними адміністративно-територіальними одиницями.

Ще один важливий крок у питанні залучення інвестицій – формування місцевої інвестиційної політики: визначення переліку місцевих послуг і заохочень для інвесторів та обсяг їх надання відповідно до пріоритетності перспективної інвестиції; урахування вимог Генерального плану міста і місцевих правил забудови; детальний опис процедур і умов продажу та / або оренди ділянок і майна; розроблення типових зразків регуляторних актів і правовстановлюваних документів.

Реалізація інвестиційних проектів і впровадження інвестиційної політики передбачає вирішення комплексу земельно-правових питань: визначення правового режиму землі як територіальної основи економічного розвитку міста; розроблення і затвердження місцевих правил регулювання земельних відносин та забудови на принципах приватно-публічного партнерства; визначення територій пріоритетного інвестиційного розвитку міста; створення районів комер-

ційного розвитку на території міста; визначення форм і видів залучення інвестицій у розвиток міста.

Безпосередній вплив на здатність «влити» новий капітал у місцеву економіку має також те, наскільки успішною є поточна стратегія маркетингу та промоції, підтримка якій повинна надаватися на національному рівні [4].

Місту варто звернути увагу на активне формування нової маркетингової політики. Маркетинг і промоція інвестиційних можливостей і продуктів міста передбачає: підготовку маркетингових матеріалів для інвесторів – папка, маркетингова брошура із загальним описом міста і детальні інформаційні листки з описом інвестиційних ділянок (очевидно, варто мати ці матеріали принаймні також англійською мовою); розроблення презентацій інвестиційних можливостей міста, підготовлених у програмі MS Power Point (PPP); включення в базу даних інвестиційних об'єктів InvestUkraine (Українського центру сприяння іноземному інвестуванню); розроблення Інтернет-презентацій англійською (і за можливості іншими іноземними) та українською мовами для промоції міста як вигідного місця «для ведення бізнесу» та інвестування. За можливості, для цієї мети також бажано використовувати можливості ЗМІ, у т. ч. і за кордоном.

Важливо, що Феодосійська міська рада у травні 2010 року ухвалила Стратегію інвестиційного розвитку м. Феодосії на 2010–2015 рр. [8]. Цей документ повинен лягти в основу при розробленні цього критичного питання.

Важливе значення надається розвитку комунальної інфраструктури.

Термін «інфраструктура» описує комплекс технічних засобів, необхідних для надання основних послуг місту як єдиному організму і, зокрема, кожному мешканцю [3]. Здебільшого, інфраструктура включає системи водопостачання і водовідведення, очисні споруди, системи енерго-, тепло- і газопостачання, автошляхи, системи зв'язку і громадський транспорт. Технічне обслуговування, підвищення якості та ефективності надання комунальних послуг вимагає інвестицій, проте обмежені фінансові ресурси як у місцевому, так і в державному бюджеті не дозволяють швидко поліпшити ситуацію. Можливим розв'язанням цієї проблеми є ретельна підготовка проектів для зовнішнього фінансування, чітке визначення пріоритетів або визначення послуг, які мають бути приватизовані, для залучення фінансово міцних інвесторів. Чимало міст Північної Америки і країн ЄС вирішують ці питання за допомогою використання принципів публічно-приватного партнерства [1].

Проблеми стану інфраструктури, підтримання її в належному стані та її розвитку також є питанням безпеки. Саме тому вони вимагають належної уваги.

Розглядаючи це питання, варто звернути увагу на питання тарифів, стану платіжної дисципліни та впровадження енергоефективних та екологічно безпечних технологій. Доцільно активізувати роботу щодо впровадження відновлювальних джерел енергії.

Залучення приватних інвестицій у цю сферу є дуже складним питанням саме через дві перші причини,



про які зазначено вище, адже вкладення коштів інвестором здійснюються задля отримання прибутку. А це передбачає пошук компромісу між інтересами міста, громади, зацікавленої в соціальному «додатковому продукті», і нормою прибутку, що влаштовує потенційних інвесторів. Головна умова такого компромісу – глибоке структурне реформування міського господарства на основі сучасного світового досвіду. На сучасному етапі розвитку економіки пошук технічних рішень уже не є складним питанням. За останні роки з'явилося багато нових технологій, організаційних ідей, тому найважливішим завданням стає пошук і залучення у вирішення міських питань інвесторів із найбільш передовими технологіями та позитивною діловою репутацією.

Місту слід у наступні десять років зробити певні кроки, направлені на глибоке реформування системи житлового-комунального господарства. І тут потрібно мати на увазі, що ці реформи мають бути позитивно сприйняті і щоб населення активно прагнуло до вирішення існуючих питань, сформовані наявні джерела фінансування цих заходів, і не тільки за рахунок коштів державного, Республіканського бюджетів, а й Міжнародних програм фінансової допомоги та інших залучених джерел.

Зазначимо, що це критичне питання є надзвичайно важливим не тільки для мешканців, а й для економіки міста і регіону. Сьогодні комунальна інфраструктура стає економічною категорією і категорією безпеки. Відсутність належної інфраструктури, її зношеність, а отже, і низька надійність, яка може бути вкрай негативним фактором розвитку бізнесу. Вона приносить значні втрати для бізнесу, а за певних негативних умов може його повністю зруйнувати. Цей фактор є характерним не тільки для міста, а й для держави в цілому.

Це критичне питання також тісно пов'язане із залученням інвестицій. Відомо, що потужні, стратегічні інвестори при вирішенні питання локалізації (розміщення бізнесу на певній території) перш за все оцінюють стан розвитку інфраструктури, її надійність і доступність. Сьогодні практично не реально залучити потужного «якірного» інвестора на територію, де взагалі відсутні інженерні мережі та транспортна інфраструктура.

Формування завдань з цього питання повинно забезпечити кореляцію з основними положеннями нового Генплану Феодосії та схеми планування території Феодосійського регіону.

Стратегічне бачення – це спільне, погоджене на основі консенсусу бачення того, яким бути місту в майбутньому. Стратегічне бачення є вступом до стратегічного плану підвищення конкурентоздатності міста. Воно пояснює вихідну позицію створення плану.

Запропоноване формулювання бачення містить ідеї, які представники бізнесу та влади міста вважають найважливішими для майбутнього Феодосії.

Проведено дослідження та проаналізовано внутрішні і зовнішні чинники, шляхом анкетування визначено сильні і слабкі сторони, можливості і загрози для Феодосії. При формуванні переліку запитань ан-

кети враховувалися вимоги наказу Міністерства економіки з питань європейської інтеграції від 29.07.2002 № 224 «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо формування регіональних стратегій розвитку» [6].

Респонденти оцінювали фактори за 10-бальною шкалою (від 0 до 9-ти). Оцінки, що отримали в середньому оцінку менше ніж «4», вважаються «слабкими сторонами, або негативними факторами».

Результати роботи пропонують увазі представникам бізнесу, влади для подальшого обговорення і внесення можливих коректив, після чого вони стануть довідковим документом.

За своїм призначенням SWOT-аналіз є «інструментом» ЕК для підготовки реалістичних і здійснених планів дій, у яких, поряд зі середньостроковими стратегічними цілями, будуть визначені короткострокові оперативні цілі – власне проекти. Упровадження цих проектів повинно, з одного боку, усунути слабкості міста з одночасним посиленням його сильних сторін, а з іншого – повною мірою скористатися сприятливими можливостями, які можуть виникнути завдяки дії зовнішніх сил, уникаючи загроз.

Опрацьовані дані опитування подано у формі таблиць (табл. 1–4).

Таблиця 1

## Аналіз сильних сторін

Чинник	Величина	Відповідність критичному питанню		
		А	В	С
Узбережжя морів	4,27	А	В	С
Історична і культурна спадщина	3,50	А		
Оздоровчі та рекреаційні ресурси	2,73	А		
Газопостачання	2,73	А	В	С
Вигідне розташування для окремих секторів	2,73	А	В	
Прикордонні смуги	2,58	А	В	
Кількість трудових ресурсів	2,04	А	В	
Електропостачання	2,04	А	В	С
Розвиток туристичної інфраструктури	1,81	А	В	С
Елементи екологічної мережі	1,73	А		С
Наявність якісних туристичних продуктів	1,65	А		
Головні міста на перетині ліній	1,50		В	
Земельні ресурси	1,42	А	В	С
Розвиток комунікаційних мереж, Інтернет, зв'язок	1,35		В	С
Інженерно-транспортна інфраструктура	1,04	А	В	С
Лікувально-оздоровчі умови	0,88	А		
Медико-санітарні умови	0,73	А	В	С
Вікова структура трудових ресурсів	0,73	А	В	
Наявність вільних ніш для бізнесу	0,65	А	В	
Кваліфікація трудових ресурсів	0,58	А	В	С
Нерухомість для бізнесу	0,35	А	В	
Рівень акустичного дискомфорту	0,27	А		
Можливості для підвищення кваліфікації	0,27	А	В	С
Співпраця між бізнесом і владою	0,19	А	В	
Потенційно небезпечні об'єкти	0,12	А	В	С
Наукоємні інвестиційно спроможні галузі, підприємства	0,04	А	В	
Доступ бізнесу до інформації	0,04	А	В	С



Таблиця 2

Закінчення табл. 4

## Аналіз слабких сторін

Чинник	Величина	Відповідність критичному питанню		
		A	B	C
Розгалуженість виробничої бази	-0,04	A	B	C
Випромінювання та опромінювання	-0,04	A	B	C
Стан ринку праці	-0,27	A	B	C
Наукова, освітня, технологічна інфраструктура	-0,27	A	B	C
Наслідки надзвичайних ситуацій	-0,27	A	B	C
Кількість і якість наукових кадрів	-0,27		B	
Основні фонди	-0,35	A	B	C
Дорожня мережа, стан доріг	-0,35	A	B	C
Геоінформаційна система	-0,35	A	B	C
Якість житлового фонду	-0,42		B	C
Рівень забруднення	-0,42	A	B	C
Реєстраційно-дозвільна система	-0,42	A	B	C
Присутність підприємств-експортерів	-0,42		B	
Інфраструктурно-комунікаційні магістралі	-0,42	A	B	C
Теплопостачання	-0,50	A	B	C
Послуги малому бізнесу	-0,65	A		
Водні ресурси	-0,65	A	B	C
Базові галузі	-0,65		B	
Зони ураження	-0,73	A	B	C
Поводження з твердими побутовими відходами	-0,88			
Лісові ресурси	-0,88	A		
Запобіжні заходи	-0,88	A	B	C
Мінерально-сировинні ресурси	-1,12	A	B	
Водопостачання, водовідведення	-1,27	A	B	C
Бізнес-інфраструктура	-1,27	A	B	C
Кластеризація галузей	-1,35		B	
Стимулювання малого бізнесу	-1,50	A	B	
Інвестиційні продукти	-1,50	A	B	C
Практика залучення інвестицій	-1,96	A	B	C
Накопичення відходів	-1,96	A	B	C
Кількість отриманих патентів	-1,96		B	
Головні річки	-1,96		B	C
Наявність наукових розробок світового рівня	-3,12		B	

Таблиця 3

## Зовнішні фактори. Можливості\*

Чинник	Величина
Ситуація в країнах-партнерах	1,33
Міжнародні транспортні коридори	0,92
Міжрегіональні, зовнішньоекономічні зв'язки	0,67
Соціальна орієнтація бюджету	0,33
Зовнішні відносини	0,25
Комунікаційні магістралі	0,25

\* У блоці «Можливості» мається на увазі оцінка нинішнього стану чинників та можливі позитивні очікування і перспективи в найближчому майбутньому

Таблиця 4

## Загрози\*

Чинник	Величина
Громадянське суспільство	0,00
Діяльність центральної влади	-0,08
Централізація державної влади	-0,08

Чинник	Величина
Інфляція, подорожчання енергоносіїв	-0,33
Кон'юнктура внутрішнього ринку	-0,42
Агресивна конкуренція сусідніх країн чи регіонів	-0,50
Активізація потоків іноземних інвестицій	-0,67
Наслідки вступу в СОТ	-0,75
Кон'юнктура світового ринку	-0,83
Розвиток економіки країни	-0,83
Децентралізація, деконцентрація управління	-1,00
Міжнародні екологічні проекти	-1,00
Стабільність валютного курсу	-1,00
Вступ в ЄС	-1,25
Зміни в законодавстві	-1,33
Адмінреформа	-1,42
Глобалізація економіки	-1,42
Стратегія конкурентоспроможності	-1,42
Державна програма енергозбереження	-1,67
Соціально-політична стабільність у державі	-1,75
Стимулювання малого бізнесу	-1,75
Корупція та бюрократія	-1,92
Політика залучення інвестицій	-2,08
Імідж держави	-2,17
Запровадження європейських стандартів в екології	-2,42

\* У блоці «Загрози» мається на увазі оцінка нинішнього стану і можливі очікування у бік погіршення в найближчому майбутньому.

*Залучення інвестицій.* Можливості (зовнішні фактори): значна частина ділового світу країн СНД знають про Феодосію; потенційна можливість вступу України в ЄС або отримання асоційованого членства; зростання іміджу країни, посилення бізнес-інтересу до України; великий потенціал ринку збуту в Україні; глобалізація (рух інвесторів на Схід); поліпшення ставлення державної влади до інвесторів.

Ухвалення прогресивних змін до законодавства України, зокрема:

- Бюджетного, Податкового, Митного і Земельного кодексів та інших законодавчих актів у сферах підприємницької діяльності, землекористування і містобудування;
- розроблення та активне впровадження стратегій розвитку і залучення інвестицій на національному і регіональному рівнях;
- підвищення ефективності державних і регіональних інвестицій і капіталовкладень;
- пільги для інвесторів у пріоритетних галузях економічної діяльності;
- створення інноваційної інфраструктури;
- створення вільних економічних зон для інноваційного розвитку;
- зменшення рівня корупції;
- децентралізація управління, посилення можливостей місцевих влад;
- будівництво сучасних транспортних магістралей поблизу міста, розвиток морського порту, розвиток міжнародних транспортних коридорів;
- стабілізація політичної ситуації в Україні;
- стабільність валютного курсу гривні;



- спрощення дозвільних процедур і дерегуляція для бізнесу;
- спрощення виходу підприємствам міста на зовнішні ринки;
- залучення зовнішніх консультантів (аудиторів, юристів, підприємців), що знають міжнародну економіку;
- створення системи мотивації залучення інвестицій та реалізації інноваційних проектів.

Розглядаючи специфіку туристичного бізнесу і застосовуваних у туристичній індустрії форм і методів конкурентної боротьби, неможливо упустити таке дуже важливе питання, як екскурсійне обслуговування. В основі конкуренції лежить висока значимість кооперативних контрактів у туризмі, а отже, і механізмів обміну інформацією та її оптимального опрацювання інформаційних даних.

Розвиток сучасного туризму як галузі – це «мистецтво постійно дивувати», сприяти пізнанню кожним туристом нових знань, емоцій, відчуттів. Це і буде «стигим плодом» не тільки туроператорів і фірм, екскурсійних служб, це відвідування історико-культурних заповідників, меморіальних музеїв, ознайомлення з носіями необхідної туристам інформації, прекрасного транспортного обслуговування. Усе це вкладається в ціле галузеве обслуговування, без якого повноцінний розвиток туристичної галузі неможливий.

Ураховуючи той факт, що сучасна ринкова економіка являє собою складний організм, який складається з виробників, комерційних структур, фінансових та інформаційних центрів, що взаємодіють між собою, мають спільні обов'язкові правила ведення господарської діяльності, обумовлених розгалуженою системою правових нормовстановлень, що в сукупності висловлює єдине поняття – ринок. Така ключова диференціація виражає сутність ринкових відносин, є категорією конкуренції. По суті, конкуренція – це виняткова особливість центру ваги і рівноваги, яка відрізняє стан усієї системи ринкового господарства, тип взаємовідносин між виробниками з приводу встановлення цін і обсягів, запропонованих товарів на ринку конкуренції між виробниками. Конкуренція між споживачами визначається аналогічно.

Науково-технічний прогрес та інноваційні технології в туристичній індустрії роблять безпосередній вплив на такі ключові сектори економіки, як: транс-

порт і зв'язок, торгівля, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та ін. Розвиваючи туристичну індустрію, ми маємо один із найефективніших механізмів структурної перебудови економіки Української держави.

Розвиток інформаційних технологій потребує серйозних інвестицій, спрямованих на досягнення стратегічних цілей. Вкладаючи таким чином капіталовкладення в нематеріальні активи, технологічні розробки, менеджмент, набуває потужного інструменту підвищення конкурентоспроможності галузі туризму. Застосовуючи напрацьовані методи, збільшиться ефективність цих інструментів, що, у свою чергу, забезпечить стабільність розвитку. Таким чином, розуміючи загальну філософію, яка, по-особливому, заломлюється у кожному конкретному випадку, дозволить витягти з інформаційної технології те унікальне, що дає лідерство на ринку розвитку туристичної галузі.

**Висновки.** Дослідження основних особливостей конкурентної боротьби в туристичній галузі дозволяє зробити такий висновок: стимулом, що спонукає гіпотетичного суб'єкта господарювання до конкурентної боротьби, є прагнення перевершити інших.

Зазначено, що конкурентна боротьба – це основна особливість динамічного процесу (у глобальному вираженні – ключовий сегмент суспільного прогресу), який у практичному переломленні служить кращим забезпеченням ринку продуктами і товарами, повністю спрямований на задоволення потреб суспільства.

У даний час інформаційні технології повинні розглядатись як потужний ресурс розвитку ділової активності туристичної галузі, як масштабна ресурсна база, життєво необхідна для розвитку ділової активності суспільства, як спосіб підвищення конкурентоспроможності.

Ринкова економіка в галузі туризму складається з виробників, комерційних структур, фінансових та інформаційних центрів, які взаємодіють між собою та мають спільні обов'язки і права ведення господарської діяльності, висловлює єдине поняття «ринок», а ключова диференціація виражає сутність ринкових відносин і є категорією конкуренції.

Конкуренція стає винятковим центром ваги рівноваги і відображає стан усієї системи ринкового господарства і, зокрема, кожної галузі.

#### Список використаної літератури

1. Гвозденко А. А. Логистика в туризме: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 272 с.
2. Герасименко В. Г. Основы туристического бизнеса: Учеб. пособие. – Одесса: Черноморье, 1997. – 160 с.
3. Гуменюк Ю. П. Вплив туризму на економічне зростання в Україні // Формування ринкових відносин в Україні. – 2004. – № 7-8.
4. Драчева Е. Л. Экономика и организация туризма. Международный туризм: Учеб. пособие / Е. Л. Драчева, Ю. В. Забаев, Д. К. Исмаев; Под ред. И. А. Рябовой, Ю. В. Забаева. – М.: КНОРУС, 2005. – 576 с.
5. Мальська М. П. Основы туристического бизнеса. – К.: ЦНЛ, 2004. – 272 с.
6. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо формування регіональних стратегій розвитку: Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 29.07.2002 р. № 224 [Електронний ресурс] / Офіц. веб-портал Верховної Ради України. – Режим доступу до тексту: <http://zakon.rada.gov.ua>.



7. Стратегія економічного та соціального розвитку Автономної Республіки Крим на 2011–2020 рр. [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Ради міністрів Автономної Республіки Крим. – Режим доступу: <http://www.ark.gov.ua/blog/2010/12/15/strategiya-razvitiya-ark-obsuzhdaem-vmeste>.
8. Стратегія інвестиційного розвитку м. Феодосії на 2010–2015 рр. [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Феодосійської міської ради. – Режим доступу: <http://feodosea.com>.

**Summary.** Considered tourism industry, which is currently serving an industry leader of the global economy. Determined criteria of competitive positions in the tourism market of the Feodosia city. Researched priority areas for tourism development and the main factors that affect the raise of tourism. Analyzed and found that foreign investment bring with it new management skills, innovation and technology, new opportunities for enterprise development and increase competitiveness.

**Keywords:** tourism industry, competitiveness, consumption, criteria of competitive positions, flexible pricing, cooperation, investment.