

УДК: 338.48.009.12

Решетнікова Л.М.*

АНАЛІЗ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СФЕРИ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

У статті проаналізовано показники конкурентоспроможності та конкурентні переваги вітчизняної сфери туризму, досліджено фактори, які стримують її розвиток. Розроблено рекомендації щодо подолання кризових явищ в туристичній індустрії країни.

Ключові слова: індекс конкурентоспроможності, ринок туристичних послуг, конкурентні переваги, субіндекс.

В статье проанализированы показатели конкурентоспособности и конкурентные преимущества отечественной сферы туризма, исследованы факторы, сдерживающие ее развитие. Разработаны рекомендации по преодолению кризисных явлений в туристической индустрии страны.

Ключевые слова: индекс конкурентоспособности, рынок туристических услуг, конкурентные преимущества, субиндекс.

In the article was analyzed indicators of competitiveness and competitive advantages of domestic tourism, investigated the factors that constrain its development. Developed recommendations for overcoming the crisis in the tourism industry of the country.

Keywords: the index of competitiveness, tourism market, competitive advantage, subindex.

Постановка проблеми. Ринкові перетворення, що відбуваються в Україні, загострення конкуренції на внутрішньому та міжнародному ринках туристичних послуг актуалізують потребу у дослідженні рівня конкурентоспроможності індустрії туризму. На даний момент туристична сфера неспроможна повноцінно виконувати економічні та соціальні функції: сприяти збереженню навколишнього середовища та культурної спадщини, забезпечувати поповнення бюджету країни, створення робочих місць, збільшення частки сфери послуг у структурі ВВП країни тощо. На сьогоднішній день надзвичайно вагомим для сучасної України є питання розбудови туристичної індустрії, налагодження такого фінансово-економічного та організаційно-інституційного механізму регулювання, який би сприяв становленню конкурентоспроможного вітчизняного ринку туристичних послуг.

Аналіз останніх досліджень. Вагомий вклад у розвиток сучасної теорії конкурентоспроможності внесли такі зарубіжні та вітчизняні науковці: М. Портер, І. Ансофф, А. Градов, І. Балабанова, А. Литвиненко, А. Мазаракі, І. Смолін та ін. Питання оцінки конкурентоспроможності українських галузевих ринків висвітлені у роботах таких вче-

* аспірант кафедри економічної теорії та конкурентної політики Київського національного торговельно-економічного університету

Науковий керівник: проф. Дідківська Л.І.

них-економістів, як Ю. Макогона, В. Новицького, В. Савельєва та інших. Питанням розвитку туристичної галузі України присвячені праці Л. Левковської, Т. Ткаченко, М. Бойко, Л. Шульгіної, О. Лихоманової та ін.

Мета статті. Актуальність розвитку туристичної індустрії, необхідність визначення наявного та потенційного рівня конкурентоспроможності вітчизняної сфери туризму, недостатня теоретична розробленість даної проблеми визначила тему дослідження. Метою даної статті є аналіз наявних конкурентних переваг, рівня конкурентоспроможності туристичної галузі України та обґрунтування необхідних заходів державного впливу, що забезпечать підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту на світовому ринку.

Виклад основного матеріалу та результатів дослідження. Туризм за останні десятиріччя перетворився на одну з найважливіших форм міжнародного співробітництва, забезпечуючи окремі держави головним джерелом бюджетних доходів та зростання зайнятості населення, з однієї сторони є самостійною галуззю економіки, а з іншої – інструментом підвищення загальної конкурентоспроможності держави у глобальному, міждержавному масштабі. Активна участь держави в експортно-орієнтованому туристичному виробництві або імпорті іноземного туристичного продукту дає змогу підвищити такі показники конкурентоспроможності як: відкритість економіки, інфраструктура, позитивно впливає на інвестиційний клімат країни, створює позитивний імідж країни на світовому ринку.

Для визначення конкурентного статусу країни у сфері туризму Всесвітній економічний форум щорічно розробляє індекс конкурентоспроможності країн у сфері подорожей і туризму (ТТСІ – Travel & Tourism Competitiveness Index). ТТСІ дозволяє визначити пе-



решкоди для успішного розвитку туризму на національному рівні та розробити конкурентні заходи для покращення конкурентоспроможності держав на світовому ринку туризму [1, с. 407]. У 2011 р. ТТСІ визначався для 139 країн світу і включав 3 основні субіндекси, які містять 14 груп показників, які в свою чергу об'єднують 73 фактори (рис. 1).

За індексом міжнародної конкурентоспроможності туристичного бізнесу Україна у 2009

Рис. 1. Складові індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму [2, с. 33].

р. займала 77 місце серед 133 країн світу, а у 2011 р. вже 85 серед 139 країн. Показники конкурентоспроможності України у сфері туризму за 2008-2011 рр. наведено у табл. 1.

Таблиця 1.
Показники конкурентоспроможності України у сфері туризму

Показник	Місце в рейтингу, рік			Динаміка змін, рр.	
	2011	2009	2008	2008/	2009/
				2009	2011
Державна політика і регулювання у сфері туризму	107	104	100	-4	-3
Екологічна стійкість	88	79	83	4	-9
Рівень безпеки	82	86	93	7	-4
Рівень охорони здоров'я і санітарії	17	18	17	-1	1
Пріоритетність туризму	101	87	96	9	-4
Інфраструктура авіатранспорту	93	94	98	4	1
Інфраструктура наземного транспорту	74	72	84	12	-2
Туристична інфраструктура	53	55	62	7	2
Інфраструктура телекомунікацій	68	51	52	1	-17
Цінова конкурентоспроможність туристичної індустрії	119	116	115	-1	-3
Людські ресурси	68	68	80	12	0
Рівень гостинності	117	66	62	-4	-51
Природні ресурси	119	112	104	-8	-7
Культурні ресурси	86	88	84	-4	2

Складено автором на основі даних [2; 3; 4].

Цінова конкурентоспроможність туристичної індустрії України є досить низькою. Так, у 2008 р. країна займала 115 місце, а у 2011 р. – 119 місце. Це пояснюється невідповідністю ціни туристичних послуг рівню їх якості, а також збільшенням рівня оподаткування. Щодо оцінки якості людських ресурсів, то у 2011 р. Україна піднялась на 12 пунктів порівняно із 2008 р. і зайняла 68 місце у світі. Сильними сторонами країни є висока якість рівня освіти і достатньо ефективна для бізнесу система найму і звільнення працівників. Слабкими сторонами – нестача на ринку праці хороших зарубіжних спеціалістів та низька тривалість життя [1, с. 409].

Вищезазначені показники дають можливість визначити сильні сторони та наявні проблеми туристичної галузі України і доводять той факт, що Україна на даний час не зможе, без продуманої державної підтримки та регулювання, на рівні конкурувати з розвинутими туристичними державами.

На думку автора для подальшого розвитку туристичної сфери країни та підвищення рівня її міжнародної конкурентоспроможності важливою умовою є вивчення, аналіз та застосування позитивного досвіду країн Європи щодо мінімізації типових ризиків та загроз розвитку туристичної сфери.

Більшість країн Європи на етапі ринкової трансформації економіки, в тому числі туристичної галузі, зіштовхнулися з проблемою диспропорційності розвитку в'їзного та виїзного туризму. З метою стимулювання розвитку туристичної галузі та усунення диспропорцій, стимулювання в'їзного туризму країни використовували податкові важелі, зокрема:

- в Хорватії туристичні послуги звільнені від сплати ПДВ. Крім того, застосовуються додаткові стимули для капіталовкладень, у відповідності з розміром інвестицій і рівнем забезпечення роботою певної кількості персоналу. Інвесторам, які здійснюють діяльність в зонах Спеціального Державного захисту, де корпоративний податок на додану вартість складає від 5% до 15%, надаються спеціальні привілеї;

- польський туристичний бізнес має найнижчу ставку оподаткування в Європі – 7% при 22% для інших видів бізнесу. З 1993 р. для деяких видів інвестицій була введена система прискореної амортизації. Як і в Хорватії обсяг пільг диференціюється в залежності від місця розташування об'єкта інвестування та рівня зайнятості;

- органи державного управління Туреччини прийняли рішення здавати в оренду на 49 років земельні ділянки на досить ліберальних умовах: за мінімальну плату будь-якому інвестору, хто брав на себе зобов'язання побудувати там готель. На такі цілі їм надавали безпроцентний кредит і звільняли від сплати податків на 5 років. Цей досвід перейняв уряд Єгипту та Тунісу;

- в Іспанії і Греції інвесторам надаються пільгові податковий режим і ставка амортизаційних відрахувань, зниження податку з обігу. В Греції ПДВ на розміщення туристів та їх харчування складає 8%, крім того урядом розроблена система знижок для туристичних фірм, які здійснюють прийом та обслуговування туристів в несезонний період [5].

Майже всі країни Центрально-східної Європи після розпаду соціалістичної системи зіткнулися з проблемою низької конкурентоспроможності національного туристичного продукту на європейському туристичному ринку. Проте в таких країнах як Польща, Чехія, Словаччина, Угорщина, Румунія та Болгарія, де уряди усвідомили значення міжнародного туризму для економіки країни, були розроблені відповідні стратегічні програми розвитку туризму, які були підкріплені належним фінансуванням, створені державні організації, запроваджені податкові заходи стимулювання тощо.

Так, в Угорщині був розроблений план Сечені, в якому на розвиток туризму та реалізації заходів покращання туристичної інфраструктури було виділено 100 млн. євро. В Словаччині реалізуються Програма підтримки розвитку туризм, яка передбачає часткову дотацію державою кредитів для реструктуризації туристичної інфраструктури та Кредитна програма підтримки на реалізацію проектів розвитку туристичної інфраструктури.

Усвідомленні важливості ефективної некомерційної рекламно-промоційної діяльності з популяризації туристичного потенціалу відчувається в діяльності майже усіх країн Центрально-східної та Південної Європи. Промоцією туристичних можливостей в країнах займаються державні органи управління, а також спеціалізовані допоміжні організації (бюро, департаменти), які частково фінансуються за рахунок державного бюджету:

- в Угорщині інформаційно-реklamною діяльністю в сфері туризму займається Національне туристичне бюро, яке має 23 закордонних представництва;

- в Польщі просуванням туристичного продукту в країні і за кордоном займається Польська туристична організація;

- питаннями розвитку туризму та регулювання в'їзного туризму на Мальті займається Мальтійське управління з туризму (Malta Tourism Authority – MTA). Особливістю регулювання розвитку в'їзного туризму на Мальті є діяльність MTA з організації Мальтій-

ських клубів за кордоном, які об'єднують компанії, які обрала Мальту своїм пріоритетним напрямом;

- провідна роль у представленні Італії на міжнародному туристичному ринку належить Національному управлінню з туризму, яке має розгалужену мережу представництв за кордоном (25 представництв у 20 країнах світу) [5].

На сьогоднішній день в Україні існує ряд факторів, які суттєво знижують конкурентоспроможність національного туристичного продукту, серед них основними є:

- неконкурентоспроможна якість туристичних послуг, перш за все готельних та транспортних;
- концентрація внутрішніх та в'їзних туристичних потоків на одиничних туристичних центрах та курортах;
- неефективні заходи по просуванню національного туристичного продукту на зарубіжні та внутрішньому ринках;
- недосконала система оподаткування підприємницької діяльності в сфері туризму, яка в свою чергу знижує інвестиційну привабливість туристичної галузі;
- недостатня кількість кваліфікованої робочої сили;
- неефективні інструменти державного регулювання.

Аналіз існуючих проблем вказує на те, що здійснення першочергових заходів щодо розвитку в'їзного та виїзного туризму передбачає не стільки виділення з бюджету значних асигнувань, скільки проведення заходів організаційного характеру, які мають бути направлені на більш широке врахування інтересів туріндустрії при управлінні суміжними галузями економіки, проведення комплексних досліджень та зміну концепції просування на світовому ринку національного туристичного продукту.

Важливим інструментом державного впливу, який здатний само організувати туристичний ринок може бути якість туристичного продукту. Забезпечення державою необхідної системи сертифікації та класифікації туристичних послуг, заохочення підприємств туристичної галузі, які постійно нарощують якість послуг, створення системи контролю якості туристичних продуктів – запорука надходження приватних інвестицій.

Принциповим завданням залишається вдосконалення структури туристичної індустрії: розвиток менш відомих на даний момент туристичних дистанцій, збільшення частки турів з максимальним мультиплікативним ефектом; заохочення туристичних взаємозв'язків з країнами активними торговими партнерами України та прикордонними державами.

Висновки. У підвищенні конкурентоспроможності національного туристичного продукту головна роль повинна належати державному регулюванню. На основі результатів наукових досліджень природи та меж державної присутності на туристичному ринку, аналізу досвіду країн Європи, були визначені основні напрямки та інструменти державного регулювання, серед яких особливо виділені державні інвестиції, а також регулювання, засноване на принципі впливу держави на «резонансні» точки туристичного ринку – модель, що комбінує регулювання і ринкову самоорганізацію.

Список використаних джерел

1. Заячківська Г. Індекс конкурентоспроможності України у сфері подорожей і туризму / Г. Заячківська. – Економічний аналіз. – Випуск 7. – 2010. – С. 407-410.
2. The Travel and tourism Competitiveness Reports 2011. Beyond the Downturn / Jennifer Blanke, Thea Chiesa; World Economic Forum. – Geneva, 2011. – 503 p.

3. The Travel and tourism Competitiveness Reports 2009. Managing in a Time of Turbulence / Jennifer Blanke, Thea Chiesa; World Economic Forum. – Geneva, 2009. – 499 p.
4. The Travel and tourism Competitiveness Reports 2008. Balancing Economic Development and Environmental Sustainability / Jennifer Blanke, Thea Chiesa; World Economic Forum. – Geneva, 2008. – 504 p.
5. Мігущенко Ю.В. Напрямки регулювання структурних диспропорцій в туристичній сфері країн Центрально-східної та Південної Європи: досвід для України в контексті розширеної зони вільної торгівлі [Електронний ресурс] / Ю.В. Мігущенко. – Режим доступу: <http://www.niss.lviv.ua.analytics/79.htm/09.09.2008>.
6. Державна служба туризму і курортів України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/PublicationsList.aspx?id=46>.
7. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / [Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко, М.Г. Бойко та ін.]; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 596 с.