

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ КРАЇНИ

Колосінський Є.Ю.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

Колосінська М.І.

Буковинський державний фінансово-економічний університет

Подано та проаналізовано основні підходи до оцінки конкурентоспроможності. Для оцінки конкурентних переваг туристичної сфери країни обґрунтовано доцільність та особливості застосування методики оцінки конкурентоспроможності країни на базі Індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму (ІКПТ). Окреслені показники, які враховуються при визначенні ІКПТ. Розгорнуто подані складові ІКПТ (субіндекси та підіндекси). З метою формулювання пропозицій щодо забезпечення конкурентоспроможності країни у туристичній сфері пропонується використовувати модель М. Портера «ромб» конкурентоспроможності країни.

Ключові слова: туристична сфера, конкурентоспроможність туристичної сфери, Індекс конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму (ІКПТ), модель М. Портера «ромб» конкурентоспроможності країни, методика оцінки конкурентоспроможності туристичної сфери країни.

Постановка проблеми. Конкурентоспроможність сьогодні є однією з ключових економічних категорій, що у загальному виразі показує здатність до витримування конкуренції на тому чи іншому рівні. В умовах сучасної економічної невизначеності туристична сфера – один із небагатьох сегментів економіки у світі, який активно розвивається, стимулює економічний прогрес і – що найважливіше – створює додаткові робочі місця. Збільшення обсягів міжнародних туристичних потоків, інтенсифікація розвитку туристичної діяльності у світі та Європі, наближення кордонів нових країн-членів ЄС до України, актуалізують дослідження проблем оцінки та виявлення альтернативних можливостей зміцнення конкурентоспроможності туристичної сфери України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню і оцінці конкурентоспроможності та привабливості туристичної сфери присвячені праці таких учених, як: О. Бейдик, М. Бойко, В. Гавран, А. Гранберг, О. Гринькевич, В. Безугла, Т. Ткаченко, Л. Черчик [1-5; 9].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Слід зауважити, що незважаючи на ґрунтовний теоретичний та методологічний аналіз дослідження туристичної конкурентоспроможності, єдиної методології оцінки даного явища для країни ще досі не створено. Першочергово це викликано тим, що більшість учених зосереджують свою увагу на оцінці конкурентоспроможності туристичного продукту регіону [4; 5] або ж розглядають у своїх дослідженнях методику оцінки окремих аспектів, що впливають на розвиток туристичної конкурентоспроможності країни чи суміжних процесів у межах інвестиційної привабливості [3] тощо.

Саме тому **метою роботи** є дослідження методичної бази оцінки конкурентоспроможності туристичної сфери країни.

Виклад основного матеріалу. Складність дослідження в загальному конкурентних переваг туристичної сфери країни пов'язана із тим, що регіони кожної країни характеризуються відмінними чинниками туристичної привабливості. Сьогодні, із зростанням ступеня впливу сфери туристичних послуг на світову економіку, виникає обґрунтована необхідність у комплексному дослідженні конкурентних переваг туристичної сфери країни. Найбільш доречним для досягнення поставленої мети, на нашу думку, буде застосування методики

оцінки конкурентоспроможності країни базуючись на Індексі конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму (ІКПТ), що розробляється експертами Всесвітнього економічного форуму у співпраці з представниками Booz & Company, Deloitte, Міжнародною асоціацією повітряного транспорту, Міжнародним союзом охорони природи, ЮНВТО і Всесвітньою Радою з подорожей і туризму. ІКПТ дозволяє визначити перешкоди для успішного розвитку туристичної сфери на національному рівні та розробити конкретні заходи для поліпшення конкурентоспроможності держав на світовому ринку туристичних послуг.

Структурно ІКПТ складається з трьох субіндексів: законодавче регулювання у сфері подорожей та туризму; бізнес-середовище та інфраструктура у сфері подорожей та туризму; людські, культурні та природні ресурси кожної країни у сфері подорожей та туризму (рис. 1.). Вони містять 14 груп підіндексів, які об'єднують 75 факторів, які характеризують різновекторні сторони розвитку туристичної сфери [10]. Кожна група підіндексів складається з набору факторів, котрі визначаються на підставі кількісних та дослідницьких даних. Дослідницькі дані ранжують експерти (топ-менеджери, аналітики підприємств-лідерів у різних сферах національної економіки, які приймають важливі інвестиційні рішення) за шкалою від 1 до 7. Кількісні дані (отримані з різних доступних джерел, у т.ч. дані таких міжнародних організацій як ООН, ЮНВТО, ЮНЕСКО та ін.) так само ранжують від 1 до 7, але використовуючи формулу:

$$ІКПТ = 6 \times \left(\frac{V_c - V_{\min}}{V_{\max} - V_{\min}} \right) + 1, \quad (1)$$

де: *ІКПТ* – індекс конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму;

V_c – значення показника країни;

V_{min} – мінімальне значення показника;

V_{max} – максимальне значення показника.

Розрахунки мають особливості для окремих показників, які відображають негативні тенденції (кількість хворих на СНІД), де використовують дещо іншу формулу [10, с. 29]:

$$ІКПТ = -6 \times \left(\frac{V_c - V_{\min}}{V_{\max} - V_{\min}} \right) + 7, \quad (2)$$

ІКПТ заслуговує детального аналізу, оскільки об'єднує різні групи показників, утворюючи комплексний синтетичний вимірник, який відображає

існуючі взаємозв'язки між кількістю туристичних прибуттів та розвитком різних сфер економіки та суспільства. Але ІКПТ складається не винятково з характеристик розвитку сфери туризму та подорожей (інфраструктури, потенціалу), а й охоплює показники участі держави у формуванні конкурентоспроможності шляхом реалізації національної туристичної політики, а також готовності суспільства та суміжних сфер діяльності для сприяння розвитку туристичної сфери. Узагальнюючи, зауважимо, що використання звітів ВЕФ щодо визначення ІКПТ для аналізу конкурентоспроможності туристичної сфери України доречно, оскільки базується на таких перевагах:

- методика визначення ІКПТ заснована на впливі сукупності трьох субіндексів, кожен з яких має різне спрямування щодо туристичної сфери;

- дана методика дає можливість завчасно визначати системоутворюючі фактори розвитку туристичної сфери з урахуванням світових тенденцій і своєчасно розробити превентивні коригуючі заходи для забезпечення конкурентоспроможності туристичної сфери в країні;

- ІКПТ відображає два аспекти: об'єктивний – це здатність національних туристичних підприємств виконати узяті на себе конкретні зобов'язання перед споживачами туристичних послуг; суб'єктивний – здатність вселити впевненість у виконанні цих зобов'язань [2, с. 38];

- методика універсальна, оскільки застосовується незалежно від розмірів досліджуваних країн. А це уможливило застосування методології ВЕФ і для регіональних досліджень. Наприклад, регіони України володіють різними туристичними активами, тому повинні орієнтуватися на різні туристичні сегменти, мати різне ринкове позионування і обирати відповідні моделі розвитку туристичної сфери [2, с. 39];

- ІКПТ є систематизованим і агрегованим показником, що ґрунтується на цілій системі збалансованих показників, яка зумовлює комплексний підхід до прогнозування, планування, організації, регулювання і контролю в регулюванні туристичної сфери.

Вважаємо, що з метою формулювання пропозицій щодо забезпечення конкурентоспроможності туристичної сфери в країні доцільно використовувати модель М. Портера «ромба» конкуренто-

спроможності країни. Щоб з'ясувати, чому країни досягають конкурентної переваги у тих чи інших галузях, а також зрозуміти вихідні положення політики підприємств і національної економіки, М. Портер здійснив чотирирічне дослідження десяти країн, які займають важливе місце у світовій торгівлі. Розроблена в результаті проведеного дослідження всеосяжна теорія конкурентної переваги країн, яка підтверджується достатньою кількістю фактів, розглянута у його фундаментальній праці «Конкурентна перевага країн» [7, с. 549-582; 8, с. 15-23]. М. Портер визначає чотири основні елементи національної конкурентоспроможності (детермінанти) (рис. 2).

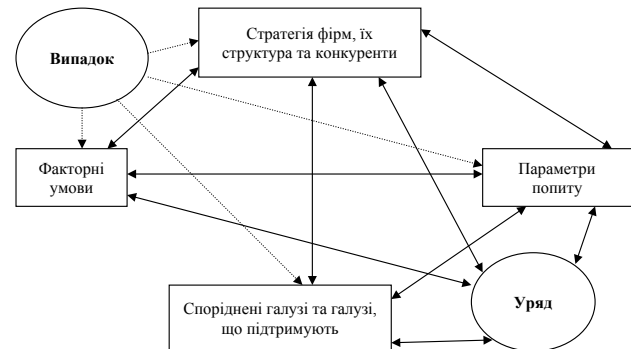


Рис. 2. Детермінанти конкурентної переваги країни за М. Портером

Джерело: [8, с. 18]

Розглянемо детальніше кожен з елементів. Факторні умови характеризуються за такими ознаками: наявність факторів, їхня ієрархія та створення. Наявність характеризується тими конкретними факторами (наприклад, кваліфікована робоча сила певного профілю або інфраструктура, кліматичні умови, географічне розташування), які необхідні для успішної конкуренції у досліджуваній сфері. Слід зазначити, що отримання конкурентної переваги на основі наявності факторів залежить не стільки від їхньої наявності, скільки від їхнього ефективного використання.

За ієрархією фактори поділяються на основні та розвинуті. До основних факторів належать природні ресурси, географічне положення, кліматичні умови, некваліфікована робоча сила тощо [8, с. 18]. Частина з них країна отримує у спадок або при незначних капіталовкладеннях. Варто відзначити, що для конкурентоспроможності країни у туристичній сфері дані фактори мають значний вплив. До розвинутих факторів відносяться сучасна інфраструктура, висококваліфікована робоча сила та ін. Вони мають особливе значення, так як дозволяють досягнути конкурентних переваг більш високого рівня.

За ступенем спеціалізації фактори поділяються на загальні, які можна застосовувати в багатьох галузях, і спеціалізовані. Останні утворюють більш солідну і довготривалу основу для конкурентної переваги, ніж загальні [8, с. 19].

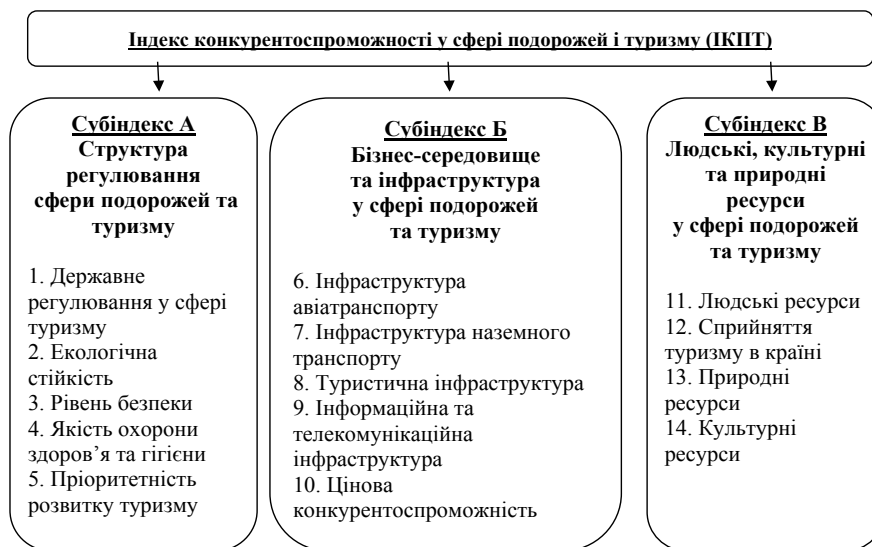


Рис. 1. Складові індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму (ІКПТ)

Джерело: розроблено автором на основі [10]

За методом створення фактори розрізняються залежно від того, чи виникли вони природним способом або створені штучно. Для туристичної сфери географічне положення і природно-кліматичні умови відносяться до першої групи детермінант та не потребують значних капіталовкладень для їхньої підтримки, окрім фінансування екологічних та охоронних програм. А, до прикладу, пам'ятки архітектури створюються людиною, тож є необхідність у значному фінансуванні.

Другим детермінантом є умови попиту, тобто який на внутрішньому ринку попит на продукцію чи послуги, що пропонуються даною галуззю. Умови попиту характеризуються: структурою; обсягом та характером зростання; інтернаціоналізацією.

Туристичні підприємства можуть досягнути конкурентної переваги при таких основних характеристиках структури попиту:

- значна частка внутрішнього попиту припадає на глобальні сегменти ринку;

- покупці послуг пред'являють підвищені вимоги та є перебірливими, що змушує фірми підвищувати якість наданої послуги та обслуговування;

- запропонований туристичний продукт представлений уперше саме в даній країні.

Обсяг і характер зростання внутрішнього попиту дозволяють отримувати конкурентну перевагу якщо:

- за кордоном є попит на туристичні послуги, що надаються у межах країни та користуються популярністю;

- внутрішній попит зростає швидкими темпами, що стимулює розвиток туристичної сфери та розширення пропозиції;

- внутрішній ринок туристичних послуг насичується швидкими темпами, що стимулює конкуренцію та експорт туристичних послуг.

Туристичні підприємства досягають конкурентних переваг завдяки інтернаціоналізації попиту на внутрішньому ринку, тобто коли надають перевагу іноземним туристам за умови, якщо є можливість задовольняти потреби туристів із-за кордону.

Третім детермінантом, що визначає національну конкурентну перевагу, є наявність у країні споріднених та підтримуючих галузей, які конкурентоспроможні на міжнародному ринку. Спорідненими називаються такі галузі, в яких фірми можуть здійснювати взаємодію між собою у процесі формування ланцюжка цінностей, а також галузі, що виробляють товари комплементи. При наявності у країні споріднених галузей, здатних конкурувати на світовому ринку, відкривається доступ до обміну інформацією та технічної взаємодії. А географічна близькість та культурна спорідненість обумовлюють активніший і швидший взаємобмін, ніж з іноземними фірмами. Стосовно туристичної галузі такими можна вважати легку, харчову, транспортну та готельне господарство.

Четвертим детермінантом є стратегія фірм, їхня структура та конкуренти, тобто умови у країні, які визначають те, як утворюються та управляються фірми, і характер конкуренції на внутрішньому ринку. Ці національні особливості в значній мірі впливають на позиції підприємств при орієнтації на глобальну конкуренцію.

Особливе значення для досягнення високої конкурентоспроможності в туристичній сфері має сильне суперництво на внутрішньому ринку, що обумовлюється такими причинами:

- сильна внутрішня конкуренція дає більш потужний імпульс до вдосконалення [8, с. 21];

- внутрішня конкуренція стимулює вихід вітчизняних туристичних підприємств на закордонні ринки;

- при конкуренції на внутрішньому ринку відбувається підвищення конкурентоспроможності туристичної сфери в цілому, а не тільки окремих суб'єктів ринку. Конкуренти запозичують один у одного прогресивні ідеї та розвивають їх, оскільки в межах однієї країни ідеї розповсюджуються швидше, ніж між різними.

У модель М. Портер додає ще два чинники: випадкові події та дії уряду. Під випадком він розуміє ті обставини, які не були передбачені, як такі, що матимуть вплив на детермінанти «ромба». Для туристичного ринку до них можна віднести:

- новітні технологічні досягнення у туристичній сфері;

- різкі зміни цін на ресурси;

- значні коливання обмінних валютних курсів (так, ревальвація національної грошової одиниці сприяє зниженню в'їзних туристичних потоків. У даному випадку показовий досвід Іспанії, яка у 80-90-х рр. активно проводила політику девальвації песети з метою збільшення туристичних потоків до своєї країни) [6, с. 758];

- непрогнозоване різке підвищення світового або місцевого попиту на туристичні послуги;

- зміни у візовому законодавстві країн: упровадження візового режиму з боку іноземних держав і спрощення з боку України стимулює потік іноземних туристів;

- війни, теракти, природні лиха, політична й економічна нестабільність.

Отже, вплив випадкової події практично неможливо спрогнозувати, але достатньо реально ефективно його використати, за умови чіткого системного й оперативного реагування на зміни, що відбуваються в туристичній сфері, як з боку уряду, так і підприємств, задіяних у створенні туристичного продукту країни.

Роль уряду у формуванні національних переваг полягає в тому, що він має здатність впливати на кожен із детермінант:

- на факторні умови – через субсидії, дотації, пільгові умови кредитування туристичних підприємств, спрямованих на в'їзний туризм, застосування пільгового оподаткування та ін.;

- на параметри попиту – шляхом встановлення умов стандартизації та сертифікації туристичних послуг; просування соціального та сільського туризму; збільшення реальної заробітної плати населення як основи для подальшої оплати відпочинково-туристичних послуг;

- на умови розвитку споріднених і підтримуючих галузей – шляхом підтримки галузей та виробництв – постачальників товарів і послуг для підприємств туристичної сфери;

- на стратегію турфірм, їхню структуру та конкурентну поведінку – через податкову політику, антимонопольне законодавство, шляхом регулювання та стимулювання інвестицій, запровадження безвізового режиму та інше.

Отже, детермінанти національної конкурентоспроможності у туристичній сфері – це сукупність взаємопов'язаних чинників, які впливають на конкурентоспроможність країни у туристичній сфері. Тож, для окреслення рівня конкурентоспроможності туристичної сфери країни потрібно визначити, де компоненти національного «ромба» взаємно підсилюються. Важливо, що наявність переваг по кожному детермінанту не забезпечує абсолютну конкурентоспроможність країни в туристичній сфері, а саме

взаємодія переваг за всіма детермінантами створює умови для розвитку конкурентоспроможного туристичного ринку країни у світовому масштабі.

Висновки і пропозиції. Таким чином, у статті подано та проаналізовано основні підходи до оцінки конкурентоспроможності. Для оцінки конкурентних переваг туристичної сфери країни обґрунтовано доцільність та особливості застосування методики оцінки конкурентоспроможності країни на базі

Індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму (ІКПТ). Окреслені показники, які враховуються при визначенні Індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму (ІКПТ), подані його складові (субіндекси та підіндекси). З метою формулювання пропозицій щодо забезпечення конкурентоспроможності країни у туристичній сфері пропонується використовувати модель М. Портера «ромб» конкурентоспроможності країни.

Список літератури:

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування / О. О. Бейдик; КНУ ім. Тараса Шевченка. – К.: Київ. ун-т, 2001. – 395 с.
2. Бойко М. Г. Туристична привабливість України: закономірності формування та орієнтири розвитку / М. Г. Бойко // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 16. – С. 34-39.
3. Гавран Володимир Ярославович. Управління інвестиційною діяльністю в рекреаційно-туристичній сфері: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.02.03 / В. Я. Гавран; Нац. ун-т «Львів. політехніка». – Л., 2002. – 19 с.
4. Гранберг А. Г. Основы региональной экономики / А. Г. Гранберг. – М.: ГУ ВШЭ, 2006. – 495 с.
5. Гринькевич О. С. Удосконалення оцінки конкурентоспроможності туристичного продукту регіону / О. С. Гринькевич, М. М. Біль // Регіональна економіка. – 2009. – № 4. – С. 40-46.
6. Дубенюк Я. А. Оцінка конкурентоспроможності туристичної галузі України / Я. А. Дубенюк // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект: – Сб. науч. тр. – Донецк: ДонНУ, 2007 – С. 754-761.
7. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран : пер. с англ. / под ред. В. Д. Щетинина. – М.: Междунар. отношения, 1993. – 896 с.
8. Фомичев В. И. Международная торговля / В. И. Фомичев. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 446 с.
9. Черчик Л. М. Оцінка рівня привабливості розвитку рекреаційного природокористування для регіонів України / Л. М. Черчик. – Луцьк: ЛДТУ, 2006. – 120 с.
10. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf.

Колосинский Е.Ю.

Черновицкий торгово-экономический институт

Киевского национального торгово-экономического университета

Колосинская М.И.

Буковинский государственный финансово-экономический университет

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ СТРАНЫ

Аннотация

Поданы и проанализированы основные подходы к оценке конкурентоспособности. Для оценки конкурентных преимуществ туристической сферы страны обоснована целесообразность и особенности применения методики оценки конкурентоспособности страны на базе Индекса конкурентоспособности в сфере путешествий и туризма (ИКПТ). Указанные показатели, которые учитываются при определении ИКПТ. Развернуто представлены составляющие ИКПТ (субиндекса и подиндекса). С целью формулирования предложений по обеспечению конкурентоспособности страны в туристической сфере предлагается использовать модель М. Портера «ромб» конкурентоспособности страны.

Ключевые слова: туристическая сфера, конкурентоспособность туристической сферы, Индекс конкурентоспособности в сфере путешествий и туризма (ИКПТ), модель М. Портера «ромб» конкурентоспособности страны, методика оценки конкурентоспособности туристической сферы страны.

Kolosinskyi E.Y.

Chernivtsi Trade and Economics Institute

Kiev National Trade and Economics University

Kolosinska M.I.

Bukovynskiy State Finance and Economics University

METHODOLOGICAL BASIS OF ASSESSMENT OF THE COMPETITIVENESS OF THE COUNTRY'S TOURISM INDUSTRY

Summary

Posted and analyzes the main approaches to assessing competitiveness. To assess the competitive advantages of tourism industry of the country expediency and features a valuation technique based on the country's competitiveness index of competitiveness in travel and tourism (IKPT). Designated indicators that are relevant to the IKPT. IKPT submitted deployed components (sub-indexes or subscript). In order to formulate proposals to ensure the country's competitiveness in the tourism sector is proposed to use the model of Porter «diamond» competitiveness.

Keywords: travel sector competitiveness tourism sector, index of competitiveness in travel and tourism (IKPT) model of Porter «diamond» country's competitiveness, method of estimating competitiveness tourism industry of the country.