

УДК 379.85

В. Ю. Фролова

SWOT-АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Анотація. У статті висвітлено поточний стан розвитку туристичного сектору України, виявлено основні проблеми та закономірності його розвитку. За допомогою SWOT-аналізу проведено моніторинг туристично-рекреаційної галузі України. Визначено першочергові заходи, впровадження яких позитивно позначиться на стимулюванні комплексного розвитку туристичного сектору України та його конкурентоспроможності.

Ключові слова: туристичний сектор України, стратегічний аналіз, конкурентоспроможність, туристичний продукт, SWOT-аналіз.

Summary. Current development state of tourist sector of Ukraine is lighted up in the article. Basic problems and conformities to the law of his development are found. By the help of SWOT-analysis, monitoring of tourist-rekreatsyonnoy industry of Ukraine is conducted. Primary measures are determined, introduction of which will positively impact on stimulation of complex development of tourist sector of Ukraine and its competitiveness.

Key words: tourist sector of Ukraine, strategic analysis, competitiveness, tourist product, SWOT-analysis.

Постановка проблеми. В умовах загострення конкурентної боротьби ефективне використання порівняльних переваг країни у сфері туризму потребує додаткових знань та зусиль як з боку державних інституцій, так і з боку суб'єктів підприємництва. Досвід провідних туристичних країн свідчить про те, що дієвим засобом у проведенні ефективної туристичної політики є використання конкурентних стратегій, які забезпечують активний розвиток галузі туризму в країні, сприяють створенню конкурентоспроможного туристичного продукту та допомагають зайняти вагоме місце на міжнародному ринку туристичних послуг. Одним із методів проведення діагностики розвитку туристично-рекреаційного комплексу на національному рівні є дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища з використанням SWOT-аналізу. SWOT-аналіз як метод проведення аналітичних досліджень стану

об'єкта широко використовується в практиці стратегічного планування і має низку переваг, які впливають із алгоритму його проведення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальну методика проведення SWOT-аналізу досить широко визначено як у зарубіжних (А. Томпсон, А. Стрікланд, Е. Філдс, Х. Макмілан, М. Тампі), так і вітчизняних джерелах (М. Саєнко, Л. Балабанова та ін.). Проблема розвитку туризму на національному рівні присвячені наукові праці таких вітчизняних і зарубіжних учених, як: В. Азара П. Гудзя, М. Долішнього, І. Зоріна, В. Квартальнова, В. Кифяка, В. Козирева, В. Куценка, В. Кравців, О. Любіцевої, М. Мальської, О. Мілашевської, О. Мордвінова, М. Рутинського, В. Федорченка, А. Чечеля, О. Шаптала та інших. Проблема надзвичайно важлива та така, що вимагає подальшого всебічного вивчення.

© В. Ю. Фролова, 2015

Мета дослідження — за допомогою SWOT-аналізу провести моніторинг конкурентоспроможності туристично-рекреаційної галузі України та визначити основні тенденції її розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поточна організація рекреаційного господарства України — незадовільна та неконкурентоспроможна на світовому ринку туристичних послуг. Основний матеріально-технічний комплекс застарілий, 70 % його потребують реконструкції та відновлення, рівень сервісу не відповідає міжнародним стандартам, відсутня індустрія розваг, а наявна — хаотична та неорганізована, пам'ятки культури та історії занедбані, низку проблем екологічного, соціального та економічного характеру не вирішено [1, с. 62].

Згідно з Індексом конкурентоспроможності подорожей і туризму 2013 року, Україна змогла поліпшити глобальну конкурентоспроможність цього сектору, піднявшись за 2 роки на 9 позицій у рейтингу 140 країн світу. Проте цей результат більшою мірою відбиває посткризове відновлення: нинішнє місце України (76-е) ненабагато вище за її позиції в індексах 2007–2008 рр. (відповідно 78-е і 77-е місця). Особливо позитивні оцінки Україна отримала за такими показниками, як якість залізничної інфраструктури (24-е місце), щільність банкоматів (26-е місце), щільність фіксованого і мобільного зв'язку (44-е і 43-е місця), а також показник співвідношення купівельної спроможності (31-е місце у світі). Водночас за п'ять років країна втратила 18 позицій і опустилася на 70-е місце за складовою інфраструктури інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ).

Найбільша кількість перешкод для зростання конкурентоспроможності туристичного сектору спостерігається за складовою державної політики і регулювання. Низький захист прав власності (131-е місце) і негативний вплив регуляторного середовища на приплив прямих іноземних інвестицій (128-е місце) обмежують кількість іноземних компаній на вітчизняному ринку (123-е місце). Відносно високі візові обмеження (101-е місце) і недостатня відкритість у двосторонніх угодах щодо авіаперевезень (114-е місце) обмежують приплив іноземних туристів до країни. Проблемною зоною із самого початку розрахунку Індeksu залишається стан природних ресурсів і довкілля. Зокрема, якість довкілля оцінюється лише на рівні 104-го місця зі 140 країн світу, а за кількістю відомих видів тварин Україна потрапляє лише на 82-е місце. Не рятує становища відносно висока частка захищених водних територій (28-е місце). Взаємопов'язаними із цією складовою є показники, що характеризують ефективність українського законодавчого поля і регулювання у сфері охорони довкілля. Виходячи з результатів Індeksu, національне законодавство не лише недостатньо жорстке (111-е місце), але і

не дотримується у багатьох випадках (114-е місце). Однією з причин невисокої конкурентоспроможності сектору туризму в Україні є його неперіоритетність на порядку денному в уряді (126-е місце у світі). При цьому відносна величина бюджетних коштів, що виділяються на розвиток сектору, не поступається світовим лідерам (38-е місце), що свідчить про недостатню ефективність використання цих коштів [2–4].

Здійснений аналіз основних складових туристичної конкурентоспроможності нашої країни показав, що, незважаючи на ресурсну забезпеченість, вона, на жаль, не може конкурувати з розвиненими туристичними державами. Єдиний шлях вирішення цієї проблеми — це сформувані продуману, стратегічно-орієнтовану державну політику, основним завданням якої було б реально визначити туризм одним з основних пріоритетів держави, створити сильний орган влади з управління розвитком туризму, впровадити апробовані у світі економічні механізми успішного ведення туристичного бізнесу й заохотити інвесторів вкладати кошти в розвиток туристичної інфраструктури України. Наступним кроком методичного підходу оцінки конкурентного середовища є формулювання конкурентних переваг сучасних суб'єктів господарювання. Оцінка існуючих конкурентних переваг виступає важливим аналітично-інформаційним підґрунтям для формування й реалізації успішної стратегічної діяльності на базі сучасного маркетингового інструментарію.

Для аналізу переваг і недоліків діяльності різних підприємств, регіонів та країн у всьому світі використовують метод SWOT-аналізу. SWOT — це абревіатура: Strengths — сильні сторони, Weaknesses — слабкі сторони, Opportunities — сприятливі можливості, Threats — загрози. Цей універсальний метод особливо ефективний при аналізі переваг і недоліків туристичного ринку країни. SWOT-аналіз допомагає з'ясувати обставини, за яких розвивається туристичний ринок України, збалансувати вплив внутрішніх переваг і недоліків із впливом сприятливих можливостей і загроз. Такий аналіз допомагає визначити не тільки можливості країни, а й усі доступні переваги над конкурентами [5].

SWOT-аналіз конкурентоспроможності України щодо розвитку туризму для виявлення найсильніших та найслабших місць сторін України як об'єкта туризму наведено в табл. 1.

Попарне порівняння усіх сильних та слабких сторін, а також можливостей та загроз туристичного ринку України подано у табл. 2.

Найсильнішими сторонами є багата історія, широка географія та з невеликим відривом — розмаїття ландшафту. *Найслабшою стороною* є нестабільність сервісу, на другому місці — негативне відношення великої кількості українців до

Таблиця 1

Критерії проведення SWOT-аналізу конкурентоспроможності туристичної діяльності в Україні

<p>Сильні сторони</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Багата історія. 2. Широка географія. 3. Розмаїття ландшафту. 4. Історичні пам'ятки архітектури. 5. Сім чудес України, які можна порівняти зі світовими. 6. Доброзичливе населення. 7. Наявність ресурсів до створення оздоровчих комплексів. 8. Рівномірна густина населення 	<p>Можливості</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток туристичної інфраструктури. 2. Покращання рівня обслуговування. 3. Покращання екологічної ситуації. 4. Розширення асортименту надаваних послуг. 5. Розроблення нових видів турів. 6. Створення іміджу країни як стабільної та безпечної. 7. Зниження цін на відпочинок
<p>Слабкі сторони</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Неякісні дороги. 2. Нестабільний рівень сервісу. 3. Висока вартість обслуговування. 4. Негативне відношення великої кількості українців до внутрішнього туризму. 5. Відсутність сформованого цілісного бренду України. 6. Високий рівень захворювання на СНІД, туберкульоз, гепатит тощо. 	<p>Загрози</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Нестабільна політична ситуація. 2. Техногенні катастрофи. 3. Конфлікт між західними та східними регіонами. 4. Можливість виникнення епідеміологічних захворювань. 5. Можливе підвищення цін на відпочинок. 6. Розвиток закордонного туризму в близько розташованих країнах

Джерело: розроблено автором.

Таблиця 2

Попарне порівняння критеріїв SWOT-аналізу

		Сильні сторони								Слабкі сторони						Сума
		1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6	
Можливості	1	5	5	5	5	5	0	0	0	-5	0	0	-1	0	0	19
	2	3	3	3	1	0	5	4	0	0	-2	-3	-5	0	0	9
	3	0	0	1	0	0	0	5	0	0	0	0	-3	0	0	3
	4	4	4	5	0	0	0	5	0	-1	-2	-1	-1	0	0	13
	5	5	5	5	5	5	0	5	2	0	-1	-1	-3	-1	0	31
	6	1	0	0	0	0	5	0	1	-1	-5	-2	0	-5	-4	-10
	7	5	5	5	5	2	3	4	0	0	0	-3	-1	0	0	25
Загрози	1	0	-2	0	0	0	0	-2	0	-1	0	0	-5	-5	0	-15
	2	0	1	-2	0	-1	0	-4	0	0	0	-1	-3	-2	0	-12
	3	0	-2	0	0	0	-3	0	0	0	0	0	-5	-3	0	-13
	4	0	0	0	0	0	0	3	-1	0	0	0	-4	-2	-5	-9
	5	0	0	0	0	0	0	0	0	-1	-3	-5	-4	0	0	-13
	6	1	1	1	1	1	2	0	1	-4	-4	-5	-5	-5	0	-15
Сума		24	20	23	17	12	12	20	3	-13	-17	-21	-37	-23	-9	

Джерело: розроблено автором.

внутрішнього туризму, а на третьому, з відривом у 3 бали від першого місця, — відсутність сформованого цілісного бренду країни. Серед основних *можливостей* можна виокремити розроблення нових видів турів, зниження цін на відпочинок — на другому місці, розвиток туристичної інфраструктури — на третьому. Найбільшими *загрозами* є погана політична ситуація та конфлікт між західними і східними областями, а також може стати розвиток закордонного туризму в близько розташованих країнах, крім того, з відривом у два бали виокремилися на друге місце такі загрози, як можливе підвищення цін на відпочинок та нестабільна політична ситуація. Отже, для того щоб туристичний бізнес в Україні розвивався, необхідно налагодити стабіль-

ний сервіс, створити цілісний бренд країни через розроблення нових тематичних турів на основі історичних, географічних та ландшафтних багатств України, завдяки чому нівелювати загрозу переміщення потоку туристів закордон.

Реформування туристично-рекреаційного комплексу вже сьогодні потребує реалізації таких заходів за напрямками, як [6, с. 139–141; 7, с. 160–162]:

туризм та готельне господарство: 1) залучення інвестицій та формування на базі основних туристичних центрів, курортів і регіонів відпочинку єдиної системи туристично-рекреаційних зон, у яких є можливість надавати повний комплекс послуг для туристів (включаючи проживання,

харчування, культурно-побутове обслуговування, транспортне обслуговування, розваги, екскурсійне обслуговування, довідково-інформаційне забезпечення); 2) створення нових інноваційних туристичних продуктів (туристичної пропозиції) України різнопланового тематичного характеру (з охопленням таких елементів, як розміщення, транспорт, послуги гіда, перекладача, а також оглядом визначних пам'яток, відвідин музеїв, театрів, фестивалів, художніх салонів, вернісажів, галерей тощо), розрахованих на різні сегменти туристичного ринку; 3) активізація проведення культурних акцій і заходів та популяризації країни як бази конгресово-виставкового та ділового туризму задля підвищення заповнюваності готелів і покращення туристичної активності у неsezонний період; 4) розвиток видових туристичних ринків: сільського, гірськолижного, пляжного; 5) проведення інвентаризації об'єктів готельного господарства за такими параметрами, як наявність та комфортність підприємств, їх рентабельність, цінова політика, характер клієнтури та ритмічність завантаженості з метою комплексного аналізу структурної відповідності наявної пропозиції та існуючого і потенційного попиту на готельний продукт; 6) розбудова мережі готелів рівня 4–5 зірок у головних туристичних і курортних центрах; готелів середнього класу рівня 2–3 зірки, розрахованих на середнього туриста; дешевих готелів для обслуговування масового клієнта та розвитку молодіжного туризму;

туристична транспортна інфраструктура: 1) розробка генеральної схеми транспортного забезпечення туристичних маршрутів і об'єктів в у'язці з міжнародною транспортною мережею, з розрахунками потужності видів транспортних мереж та з урахуванням прогнозованих потоків туристів; 2) ремонт та облаштування автошляхів, оснащення їх сучасними технічними засобами організації та безпеки руху, доведення їх стану до міжнародного рівня;

система кадрового забезпечення сфери туризму і рекреації: 1) підготовка висококваліфікованих кадрів для рекреаційно-туристичних комплексів, для чого слід створити нові навчальні заклади або відкрити нові спеціальності у існуючій системі державної та недержавної освіти, формувати наукові кадри для проведення науково-дослідних робіт у цій сфері, налагодити міжнародне співробітництво для підготовки та обміну досвідом працівників; 2) систематична підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації існуючих кадрів рекреації й туризму (навчання, тренінги, курси, семінари, стажування, учбово-рекламні поїздки тощо);

організаційно-управлінське забезпечення туристичної галузі: 1) стабілізація економічного та політичного середовища, урегулювання регіональних конфліктів в межах України; 2) подання та сприяння реалізації законопроектів, лобювання пи-

тань децентралізації у сфері регулювання розвитку туристичної індустрії в країні; 3) проведення маркетингових, рекламних та PR-кампаній у вітчизняній і зарубіжній пресі, на радіо і телебаченні з метою формування іміджу України як однієї з найсприятливіших для відпочинку; 4) зниження податкового тиску.

Висновки. Як показує практика, розвиток туризму залишається поза ключовими інтересами держави і бізнесу в Україні. Ключовими пріоритетами для стійкого розвитку галузі подорожей і туризму, стабільного зростання її конкурентоспроможності у світовому масштабі є питання захисту прав власності і спрощення регулювання в цьому секторі, збереження культурних і природних ресурсів, підвищення їх привабливості для іноземних туристів, а також забезпечення високого пріоритету сектору в державній політиці.

Аналізуючи переваги та недоліки, можливості та загрози туристичного комплексу України, ми дійшли висновку, що перспективний розвиток туризму в країні повинен ґрунтуватися на таких складових: інвестиції та інновації в туристичному та готельному господарствах; реорганізація транспортного забезпечення; підготовка кваліфікованих кадрів; нормалізація політичного, економічного та законодавчого клімату; інформаційні комунікації. Без реалізації зазначених заходів не реально розбудувати ефективний національний міжгалузевий туристичний комплекс. Без запозичення туристичних інновацій та переходу на прогресивні європейські стандарти гостювального й рекреаційного сервісу неможливий розвиток конкурентоспроможного на міжнародному ринку туристичного сектору. Без цілеспрямованих маркетингово-промоційних заходів з інформаційного «прориву» країни буде проблематичною її інтеграція у глобальний ринок туристичних послуг.

Література

1. Агафонова Л. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання / Л. Агафонова, О. Агафонова ; Київський університет туризму, економіки і права. — К. : Знання України, 2008. — 351 с.
2. Грабовенська С. П. Сучасний стан і тенденції розвитку туристичної сфери в Україні [Електронний ресурс] / С. П. Грабовенська. — Режим доступу : <http://www.newbiznet.com.ua/index.php/ru/articles/80-market/335-2013-07-31-07-08>.
3. World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report, 2011 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2011>.
4. World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report, 2013 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2013>.

5. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник. Затверджено МОН / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк. — К., 2008. — 661 с.

6. Смаль І. В. Глобальний і регіональний вектори розвитку туризму / І. В. Смаль // Географія в інформаційному суспільстві : зб. наук. праць : у 4-х т. — К. : ВГЛ Обрії, 2008. — Т. IV. — С. 139–141.

7. Коваленко Ю. О. Конкуренстоспроможність українських регіонів на світовому ринку туристичних послуг / Ю. О. Коваленко // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Формирование регіонального механізму управління народногосподарським комплексом України» (25 грудня 2007 року). — Симферополь : Таврія-Плюс, 2007. — С. 160–162.