

*к.е.н., доцент, Гавриленко А.В.  
Магістрант, Морозова В.О.  
Національний авіаційний університет, м.Київ*

## **ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ І ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

*У статті розглядаються основні фактори, які впливають на формування конкурентоспроможності туристичних підприємств і туристичної галузі України в цілому, а також заходи, спрямовані на покращення умов розвитку туризму.*

**Постановка проблеми.** Існує необхідність створення економічно ефективного туристичного простору для розвитку туризму на національному та міжнародному рівнях. Нераціональне використання туристичних ресурсів та нецільеспрямована політика держави гальмують розвиток туристичного бізнесу та процес євроінтеграції.

**Аналіз останніх досягнень та публікацій.** Проблема міжнародної конкурентоспроможності досліджувалася багатьма науковцями, серед яких Л.Антонюк, А.Александрова, І.Балабанов, А.Добровольська, Г.Долматов, Н.Моїсеєва, В.Федорченко, Г.Яковлев та інші. Проблемам функціонування та розвитку світової туристичної галузі присвячені досягнення таких іноземних вчених як Р. Бартон, П. Бернекер, А. Бул, Дж. Інгрем, Ф. Котлер, Ч. Робінсон, Л. Сміт, Г. Харріс, Дж. Холлоуей.

**Невирішена раніше частина загальної проблеми.** Незважаючи на визнання туризму пріоритетною сферою діяльності, яка повинна підтримуватися державою, фінансуватися і розвиватися, щоб відповідати міжнародним стандартам та підвищувати конкурентоспроможність на міжнародному рівні, існує ряд проблем, які в першу чергу пов'язані з неефективним використанням туристичних ресурсів та реалізацією конкурентних переваг.

**Мета.** Метою наукового дослідження є характеристика сукупності теоретичних та методологічних аспектів, на основі яких формується конкурентоспроможність підприємств туристичної галузі, а також розробка

можливих заходів стосовно її підвищення або спрямування в ефективний напрямок розвитку із врахуванням ринкового середовища даної галузі, конкурентних переваг підприємства. Аналіз поточної ситуації в розвитку туристичної галузі України та обґрунтування конкурентних переваг, характерних для туристичних підприємств України.

**Виклад основного матеріалу.** Україна належить до числа країн, які займають провідні позиції за наявністю цінних природних та інших туристичних ресурсів, на базі яких країна має потенціал для створення та задоволення інтересу вітчизняних та іноземних туристів. За останні роки розвитку туристичної галузі України спостерігається позитивна динаміка у зростанні кількісних та якісних показників в'їзного та виїзного туризму.

На сучасному етапі існує тенденція до загострення конкуренції на міжнародному туристичному ринку, а також до посилення ролі держав у забезпеченні розвитку туристичної галузі. На фоні таких змін національний туристичний продукт стає все менш привабливим, і як наслідок знижується його конкурентоспроможність. Це призводить до того, що туристична сфера неспроможна повноцінно виконувати економічні та соціальні функції: не сприяє збереженню навколишнього середовища та культурної спадщини, не забезпечує поповнення бюджету країни, створенню робочих місць та зниження рівня безробіття, збільшення частки сфери послуг у структурі ВВП країни тощо.

Пріоритетними для забезпечення конкурентоспроможності туристських підприємств є наявність, використання та утримання протягом тривалого періоду чистих постійних конкурентних переваг, які мають характерні риси: цінність для споживачів, особливість чи унікальність, складність для дублювання конкурентами. Складовими конкурентних переваг туристського підприємства є переваги туристичного продукту, які можуть бути пов'язані або з вищою якістю туристичних послуг (аксіологічні), або з нижчими цінами на них (економічні), що узгоджується з прийнятою ринковою стратегією в підприємстві.

Ситуація, яка склалася у сфері туризму України, характеризується такими ознаками:

- низьким рівнем усвідомлення населенням країни та органами, що здійснюють регулювання у сфері туризму і діяльності курортів, ролі та значення туризму для соціально-економічного розвитку держави;

- відсутністю сформованих туристичних ресурсів та цілісної системи їх раціонального використання, невизначеністю напрямів їх освоєння та розвитку, неефективним та позазаконним використанням унікальних природних та історико-культурних ресурсів;
- відсутністю ефективної системи захисту прав та інтересів туристів, забезпеченням безпечних умов на об'єктах туристичних відвідувань та за напрямками туристичних маршрутів, своєчасного надання всіх видів невідкладної допомоги особам, які постраждали під час подорожі;
- відсутністю сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, державної інвестиційної політики у сфері туризму і діяльності курортів та належної підтримки розвитку пріоритетних видів туризму, зокрема в'їзного та внутрішнього, сільського, екологічного;
- руйнацією системи соціального туризму, практичною недоступністю туризму для малозабезпечених верств населення, дітей, молоді, осіб похилого віку та з особливими потребами;
- відсутністю належного прогнозування та планування розвитку туризму, параметрів туристичного потоку у відповідності до наявних ресурсних можливостей, потреб населення та економіки держави, поверхневим і фрагментарним підходом до розроблення та реалізації державної і місцевих програм розвитку туризму;
- недосконалістю організаційно-правових та економічних механізмів реалізації державної політики у сфері туризму і діяльності курортів, слабкою міжвідомчою координацією та взаємодією між органами державної влади та місцевого самоврядування;
- відсутністю цілісної та комплексної системи управління туристичними ресурсами країни, різним відомчим підпорядкуванням туристичних ресурсів, відсутністю спеціального уповноваженого центрального органу виконавчої влади з питань діяльності курортів;
- недостатнім нормативним, методичним та інформаційним забезпеченням діяльності органів місцевого самоврядування, громадських організацій та суб'єктів підприємницької діяльності у сфері туризму і діяльності курортів;
- недостатнім за кількісними, якісними параметрами та за структурою і рівнем наукового, методичного та кадрового забезпечення, зокрема у

сфері управління на державному та місцевих рівнях [5].

Рівень забезпеченості туристичних підприємств України ресурсами для виходу на зовнішні ринки є високим. Курортні та рекреаційні території в Україні складають близько 9,1 млн. га (15% території). В Україні сконцетрована велика кількість культурно-історичних ресурсів. В Центральній Україні зосереджені історичні пам'ятки, пов'язані із запровадженням і розвитком української державності та культури, в Південній Україні виявлено чимало пам'яток античної культури, Західна Україна виділяється етнічними особливостями, пам'ятками фольклору, народної архітектури тощо. В Україні нараховується понад 200 тис. об'єктів пізнавального туризму, понад 300 музеїв. Всесвітньо відомими є історико-культурні заповідники: Києво-Печерський, Луцький, Острозький, Бердичівський, Переяслав-Хмельницький, Хортиця, історико-архітектурні заповідники: Львівський, Камянець-Подільський, Чернігівський, Новгород-Сіверський, Софіївський. Важливим ресурсом є місця паломництва: православних (Печерська, Почайвська Лаври), греко-католиків (Зарваниця на Тернопільщині, Крехів на Івано-Франківщині), хасидів (Умань) [3].

На державному обліку в Україні перебуває понад 130 тис. пам'яток, з яких 57 206 – пам'ятки археології (418 з яких мають національне значення), 51 364 – пам'ятки історії (142 – національного значення), 5 926 – пам'ятки монументального мистецтва (44 – національного значення), 16 293 – пам'ятки архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафтні (3 541 – національного значення) [4].

Але водночас туристична інфраструктура є недосконалою. Це є головною причиною, з якої туристичні підприємства не реалізують конкурентні переваги. До 70% історико-культурних ресурсів перебувають у аварійному стані, потребують проведення робіт з реставрації та реконструкції. Це необхідно для забезпечення умов, необхідних для здійснення туризму.

Ефективне використання туристичних ресурсів можна забезпечити через створення дієвої системи комплексного управління. Воно передбачає встановлення системи пріоритетів, здійснення туристичного районування для розвитку туризму в межах територій, які характеризуються певними особливостями їхньої несучої ємності, гранично припустимих навантажень на об'єкти туристичних відвідувань та впливу туристичної діяльності на навколишнє середовище.

Процес формування високоякісного туристичного продукту та його

просування на ринку ускладнюється відсутністю повної та актуальної інформації стосовно наявних ресурсів, конкурентних переваг національного туристичного потенціалу і цільових туристичних ринків. Рівень фінансування з розвитку та просування національного туристичного продукту не забезпечує позитивних змін в характеристиках туристичного потоку. Суттєвих капіталовкладень вимагають не окремі туристичні підприємства, а туристична інфраструктура в цілому. Рівень фінансування заходів із просування на зовнішній ринок національного туристичного продукту є недостатнім і не забезпечує формування високої конкурентоспроможності галузі.

Конкурентоспроможність національного туристичного продукту необхідно забезпечувати шляхом запровадження нормативних вимог до основних параметрів якості. Сукупність цих параметрів забезпечує захист прав споживача в отриманні таких основних споживчих властивостей як безпечність, доступність, прозорість тощо [1].

Забезпечення сталого розвитку туризму та підвищення якісної конкурентоспроможності туристичних підприємств України спрямоване на:

- подолання негативних тенденцій у сфері туризму та діяльності курортів;
- покращення якості життя населення, забезпечення доступності туристичних ресурсів для всіх верств населення;
- збереження унікальних природних та історико-культурних ресурсів;
- посилення позитивного туристичного іміджу країни на міжнародному туристичному ринку,
- збільшення в'їзного туристичного потоку;
- прискорення темпів розвитку, збільшення частки очікуваних доходів від сфери туризму та діяльності курортів у бюджетах усіх рівнів;
- зменшення наявних регіональних соціально-економічних диспаритетів, посилення “прозорості” туристичної діяльності.

В країнах Європейського Союзу (ЄС) туризм є одним з прибуткових секторів економіки. Близько 2 млн. організацій (переважно малих та середніх підприємств) країн ЄС займаються туристичною діяльністю і генерують 12% ВВП (прямо чи опосередковано), 6% робочих місць і 30% зовнішніх продажів. В подальшому з розвитком туристичного бізнесу очікується збільшення цих показників. Обсяги використання та споживання ресурсів дуже високі. Всі зусилля урядів країн-членів ЄС спрямовані на активне впровадження принципів

сталого розвитку, усунення або зменшення соціально-економічної напруги в країнах. Найбільша увага приділяється туризму як одній з найбільш ефективних сфер діяльності в області економіки, а на сучасному етапі й екологічного розвитку.

Домінуючий стан Європи в міжнародному туризмі забезпечується тим, що майже 85% її іноземного туризму створюється за рахунок туристського обміну між європейськими країнами і тільки 15% за рахунок прибуття з інших регіонів. Тісні економічні, культурні і етнічні зв'язки, географічна близькість, розвинена мережа транспортних комунікацій, унікальні туристські ресурси, високорозвинена туристська індустрія - все це сприяє розвитку міжнародного туризму в Європі.

Туристична політика України базується на активній маркетинговій стратегії, спрямованій на стимулювання іноземного туризму шляхом створення позитивного іміджу країни як країни безпечної та комфортної перебування. З цією метою вводиться спрощення візових формальностей, розбудовується індустрія туризму та підвищується відповідно до європейських стандартів якість обслуговування.

Доречно розробляти концепцію рефлексивного управління конкурентоспроможністю туристичних підприємств, яка на відміну від існуючих дозволяє повніше враховувати поведінку інших учасників ринку. Основу концепції становить комплекс процедур інформаційного впливу на прийняття рішень конкурентами і потенційними споживачами на користь туристичного підприємства, яке здійснює рефлексивне управління. Запропонована концепція дозволяє підвищити конкурентоспроможність туристичного підприємства за рахунок визначення напряму подальшого поведіння сторін та прийняття обґрунтованих управлінських рішень [2].

Необхідно сприяти подальшому використанню таких інструментів, як геоінформаційні системи (ГІС - сучасні комп'ютерні технології, що дають можливість поєднати модельне зображення території (електронне відображення карт, схем, космо-, аерозображень земної поверхні) з інформацією табличного типу (різноманітні статистичні дані, списки, економічні показники тощо); інформаційна система, що забезпечує збирання, оброблення, аналіз, моделювання та розповсюдження геопросторових даних) і системи оцінки впливу на навколишнє середовище. В туристичній сфері необхідно використовувати системи екологічного менеджменту. Така діяльність включає

розробку та застосування механізмів підтримки зусиль по зменшенню забруднення, вдосконаленню сертифікації та маркування.

Один із основних елементів національних туристичних стратегій – ефективна організація роботи інформаційних туристичних центрів, адже такі структури можуть в короткі терміни надати туристам практично будь-яку тревел-інформацію, включаючи наявність місць на найбільш популярні екскурсії, розклад руху транспорту тощо. Дуже грамотно організована робота туристичних інформаційних центрів у Відні (оснащений сучасними компютерами, співробітники розмовляють декількома мовами, у тому числі російською), Ніцці (пропонується не лише надання інформації, але й послуги екскурсовода), Барселоні („інфобудки”, в яких зібрана інформаційна продукція: буклети, книги, карти тощо), Парижі. В таких інформаційних центрах фахівці з відповідною підготовкою і знаннями можуть відповісти на всі питання, вони зорієнтовані на результат, а не на процес, тому навіть ті туристи, хто мало володіє іноземною мовою отримає необхідну інформацію.

В Україні туристичних інформаційних центрів в тому розумінні, до якого звикли західноєвропейські туристи, не існує, оскільки на державному рівні немає відповідної програми та фінансування. У ситуації недостатньої уваги держави до питань розвитку сучасної туристичної інфраструктури для вирішення проблеми розвитку центрів туристичної інформації необхідно залучати місцеві бюджети. В деяких містах України вже відкриті такі центри.

**Висновки і напрями подальших досліджень.** В статті описано, які чинники впливають на формування конкурентних переваг туристичного підприємства, яке здійснює зовнішньоекономічну діяльність, а також висвітлені основні проблеми та перспективи формування конкурентоспроможності туристичної галузі України. Серед найпоширеніших проблем формування конкурентоспроможності туристичних підприємств України є незадовільний стан матеріальної бази, низька якість надання послуг, невміння ефективно створювати та використовувати конкурентні переваги відповідно до умов міжнародного ринку туристичних послуг, недосконалість методів ведення конкурентної боротьби. Суттєво впливає на формування конкурентоспроможності туристичної галузі державна політика, яка не здійснює необхідну фінансову та інформаційну підтримку туристичних підприємств, які виходять на зовнішні ринки. На даному етапі виникає необхідність інвестування

в курортну галузь. В проекті Державного бюджету на 2010 рік на розвиток туристичної галузі передбачено виділити 10 млн. грн., що в 4 рази перевищує показники на 2009 рік (2,509 млн.грн.), але й цих коштів замало. На етапі підготовки країни до Євро-2012 для української туристичної індустрії є можливість виходу на більшість ринків масового туризму, зявляється стимул для покращення якості послуг на всіх рівнях.

З цією метою необхідно в подальшому здійснювати дослідження проблем створення та впровадження національної мережі центрів туристичної інформації.

### Список літератури

1. Гаврилюк С.П. Конкуентоспроможність підприємств на ринку туристичних послуг: дис. на здобуття наук. ступеня канд.екон.наук: спец. 08.06.02 / Гаврилюк Світлана Павлівна ; КНТЕУ. – Київ, 2001. – 285 с.- Бібліограф.: с.187-199.
2. Градінарова О.О. Рефлексивне управління конкурентоспроможність туристичних підприємств: дис. на здобуття наук. Ступеня канд.наук: спец. 08.00.04 / Градінарова Орина Олександрівна ; Донецьк. Нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2009. – 20 с.
3. Коваленко Ю.О. Формування конкурентоспроможного ринку міжнародних туристичних послуг в Україні: дис. на здобуття ступеня канд.екон.наук: спец. 08.05.01 / Коваленко Юлія Олександрівна ; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. – Київ, 2006.- 20с.
4. Прейгер Д.К. Міжнародний туризм в Україні як форма інтеграційних комунікацій / Д.К.Прейгер, І.А.Малярчук // Стратегічна панорама. – 2005. - №3. – с.37-40
5. <http://tourizm.gov.ua> – офіційний сайт Державної служби туризму і курортів