

УДК 658.821

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В.І. ДИБЛЕНКО, О.О. ШЕВЧЕНКО

Київський національний університет технологій та дизайну

Дослідження ринку туристичних послуг України. Оцінювання конкурентоспроможності підприємств туристичної галузі

Для подальшого розвитку однієї з пріоритетних галузей економіки України – туризму важливого значення набуває проблема досягнення конкурентоспроможності вітчизняних туристичних послуг і конкурентоспроможності вітчизняних туристичних підприємств. Актуальність проблеми підсилюється в умовах інтеграції України у світовий економічний простір, виходу на міжнародний ринок і розширення кола потенційних конкурентів. Питання конкуренції та конкурентоспроможності набули важливого практичного значення в умовах ринкової економіки і залишаються слабо дослідженими з точки зору галузевої специфіки в туризмі. На сучасному етапі істотно зростає необхідність теоретичного обґрунтування, розробки методичних основ та інструментарію оцінки конкурентоспроможності туристичних послуг і туристичних підприємств.

Об'єкти та методи дослідження

Об'єктом дослідження виступає проблема оцінки конкурентоспроможності підприємств туристичної галузі. Окремі методи, показники оцінки та зовнішні фактори конкурентоспроможності підприємств на ринку туристичних послуг висвітлені в роботах як вітчизняних, так і іноземних авторів. Однак, не дивлячись на актуальність цього питання, проблема розвитку туризму до світового рівня на сьогоднішній день не є достатньо розкритою.

Постановка завдання

Метою даної статті є висвітлення основних проблем туристичного бізнесу в Україні, аналіз статистичних даних, розгляд сильних та слабких сторін, оцінка рівня конкурентоспроможності туристичних підприємств в умовах ринкової економіки.

Результати та їх обговорення

Конкурентоспроможність туристичного підприємства розглядається у фаховій літературі як узагальнююча характеристика стійкості підприємства, що обумовлюється ефективністю використання наявного ресурсного потенціалу, здатністю надавати привабливі за ціновими і неціновими характеристиками туристичні послуги, можливістю адаптуватися до змін динамічного конкурентного середовища. Основними рисами категорії є порівнянність, пов'язаність з певним видовим (регіональним) ринком, динамічність, комплексна оцінка.

Індикаторами оцінки конкурентоспроможності туристичного підприємства є частка підприємства на внутрішньому, регіональному, світовому ринку туристичних послуг, рівень рентабельності, фінансова стійкість, якість туристичних продуктів, імідж, кваліфікація персоналу, ефективність системи управління, наявність постійних клієнтів та надійних партнерів тощо. Поняття конкурентоспроможності туристичного підприємства включає як складову конкурентоспроможність

його турпродуктів, що реалізуються на ринку. Як правило, конкурентоспроможним вважається підприємство, яке тривалий час залишається прибутковим в умовах відкритої економіки.

Конкурентоспроможність туристичної галузі країни – це інтегральна характеристика відповідності туристичних послуг, що надаються, потребам ринку в умовах глобалізації та відкритої економіки. Конкурентоспроможна галузь визначає профіль міжнародної спеціалізації країни.

Національний ринок туристичних послуг в Україні розвивається в умовах дедалі більш вираженої відкритості економіки, зростання впливів з боку глобалізації. Фактично відбувається швидке становлення цього ринку, формування відносин між його суб'єктами, а також самих цих суб'єктів в умовах формування відкритої економіки і істотного загострення конкуренції на національному ринку туристичних послуг (табл. 1, 2).

Таблиця 1. Характеристика в'їзного туристичного потоку

Рейтинг 10 головних країн в'їзного туризму		Структура потоку за мотивацією		Структура потоку за країнами походження	
Країна	Питома вага за кількістю осіб, %	Туристичний потік	Питома вага за кількістю осіб, %	Туристичний потік	Питома вага за кількістю осіб, %
Росія	35,0	Службова поїздка	4	Країни СНД	71
Молдова	20,0				
Білорусь	14,0	Організований туризм	7	Країни ЄС	27
Польща	12,0				
Румунія	5,0				
Угорщина	4,0	Приватний туризм	89	Інші країни	2
Словаччина	3,0				
Німеччина	1,0	Разом	100	Разом	100
США	0,6				
Узбекистан	0,4				

Таблиця 2. Характеристика виїзного туристичного потоку

Рейтинг 10 головних країн виїзного туризму		Структура потоку за мотивацією		Структура потоку за країнами походження	
Країна	Питома вага за кількістю осіб, %	Туристичний потік	Питома вага за кількістю осіб, %	Туристичний потік	Питома вага за кількістю осіб, %
Росія	34,0	Службова поїздка	5	Країни СНД	54
Польща	18,0				
Молдова	13,0	Організований туризм	10	Країни ЄС	40
Угорщина	10,0				
Білорусь	7,0				
Румунія	3,5	Приватний туризм	85	Інші країни	6
Туреччина	3,0				
Словаччина	2,5	Разом	100	Разом	100
Єгипет	1,0				
Німеччина	1,0				

Рівень забезпеченості туристичних підприємств України туристичними ресурсами для виходу на пізнавально-розважальні сегменти зовнішніх ринків є дуже високим, що обумовлено концентрацією в Україні величезної кількості культурно-історичних ресурсів і місць паломництва.

В Україні значна кількість унікальних та естетично привабливих природних ландшафтів, що придатні для тривалого відпочинку у поєднанні з місцевими пам'ятками культури та природи.

Рівень забезпеченості туристичних підприємств України туристичними ресурсами для виходу на рекреаційно-оздоровчі і ділові сегменти зовнішніх ринків є достатнім.

Для оцінки рівня конкурентоспроможності діяльності туристичних підприємств в межах внутрішнього регіону найчастіше використовуються такі методи: метод порівняльних переваг; метод рангів; метод балів; метод різниць (відхилення) у порівнянні з першим конкурентом; метод, заснований на теорії ефективної конкуренції; метод визначення ринкової частки; матричний метод; метод оцінки досягнення ринкової рівноваги тощо.

Зміст та механізми застосування цих методів щодо оцінки конкурентоспроможності туристичних підприємств передбачає одночасне використання різних методів, це обумовлено, по-перше тим, що кожний метод окремо по-своєму є недосконалим, обмеженим і не характеризує конкурентоспроможність у повному обсязі, а по-друге, для визначення конкурентоспроможності підприємства при використанні більшості методів необхідно мати не завжди доступну інформацію про господарську діяльність підприємств-конкурентів.

Для оцінки конкурентоспроможності туристичних підприємств методом порівняльних переваг обрано 15 основних позицій, обрані базисні індикатори (табл.3).

Таблиця 3. Результати оцінки конкурентоспроможності підприємств

Індикатори	ПП «Дарія»	Туристична фірма «Галагея-тур»	Туристична фірма «Пасовер»	Туристична фірма «Панорама-тур»	Туристична агенція «Мандарин турс»	Туроператор «ЛНС Клас-тур»
Рентабельність господарської діяльності	3	6	4	5	1	2
Рентабельність активів	2	5	1	6	4	3
Частка на ринку	2	6	1	5	4	3
Продуктивність праці	3	4	2	5	1	6
Тривалість обігу активів	4	1	3	2	5	6
Витратомісткість послуг	4	6	1	3	5	2
Сумарний ранг	18	28	12	26	20	22
Місце підприємства	5	1	6	2	4	3

Результати оцінки конкурентоспроможності туристичного підприємства «Дарія» свідчать про слабкі конкурентні позиції підприємства у порівнянні з основними конкурентами на регіональному ринку. Для оптимізації такої ситуації, та визначення слабких і сильних сторін, можливостей та загроз

діяльності підприємства доцільно проводити аналіз його конкурентних переваг і ключових факторів успіху.

За умови максимізації використання сильних сторін та мінімізації негативного впливу слабких можливим є значне підвищення рівня конкурентоспроможності туристичного підприємства «Дарія» та закріплення його на обраних ринкових нішах.

У протилежному випадку – його і без того слабкі позиції погіршаться, а отже, можливість закріпитися на ринках в умовах швидкої зміни конкурентного середовища є малоімовірною.

Висновки

Таким чином, галузь туризму України має високий потенціал розвитку та втримання позицій на ринку, не зважаючи на економічну кризу та зменшення загальної кількості підприємств. Вирішальним фактором конкурентоспроможності національних підприємств є їх здатність ефективно використовувати ресурси, а конкурентоспроможність вітчизняних туристичних агентств можна оцінювати за допомогою різних методів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України «Про туризм». – К.: Парламентське видавництво, 2003. – 20 с.
2. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства : Навчальний посібник / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
3. Клименко С.М., О.С. Дуброва, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко, А.В. Вакуленко. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.