

ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

УДК 339.9:338.48

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ НАРОЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

О.В. Баула

¹уцький національний технічний університет, baula_olena@i.ua

Новітні процеси формування конкурентного середовища на рівні світової економіки доводять те, що за обсягами споживання туристичних продуктів і створення ВВП сфера туризму демонструє стабільні темпи зростання. Формування високопродуктивної туристичної сфери не лише укріплює позиції держави у глобалізованому світовому господарстві, але й сприяє отриманню позитивного ефекту споріднених сфер суспільного виробництва, як матеріального, так і нематеріального.

Україна володіє одними з найцінніших серед європейських країн природними та історико-культурними ресурсами, що мають великий потенціал до генерації підвищеного інтересу серед резидентів та нерезидентів. Однак, за умов загострення конкуренції на міжнародному туристичному ринку, недостатньої розвиненості вітчизняної туристичної інфраструктури, анексії АР Крим, неоголошеної війни на Сході України, вітчизняний туристичний продукт втрачає свою конкурентоздатність та привабливість. Як наслідок, недовикористання потенціалу туристичної сфери України не сприяє повному наповненню бюджетів усіх рівні країни, створенню нових робочих місць, популяризації вітчизняної історично-культурної спадщини на світовій арені тощо.

Аналіз динаміки в'їзду іноземців на територію України чітко окреслює переломний для вітчизняного туризму 2014 рік, який порівняно з 2013 роком характеризується зменшенням вдвічі іноземних туристів, які відвідали нашу країну. При цьому загальна динаміка розвитку туризму у світі, зокрема в Європі, є позитивною. У 2015 році негативні тенденція у кількості прибулих іноземних туристів на територію України ще поглибилися і відносно 2013 року спад даного показника становив – 49,61%, відносно 2014 року – 2,23%. У 2016 році ситуація з міжнародними туристичними відвідуваннями в нашій країні почала демонструвати позитивну динаміку, а саме + 7,28% відносно 2015 року, що і знайшло своє відображення у незначному, але все таки, зростанні частки загального внеску та прямих надходжень від туристичної сфери до ВВП України, а також частки доходів від туризму в загальному вітчизняному експорті [1; 2].

Для діагностики проблем та перспектив нашої держави на ринку міжнародних туристичних послуг виконаємо SWOT-аналіз конкурентоспроможності України щодо розвитку туризму, який наведено в табл. Україна має потужний потенціал для здійснення більшості видів туристично-рекреаційної діяльності, використання якого суттєво лімітується низкою обмежень, для подолання яких слід обрати чітку стратегію, яка б найбільш повно враховувала використання сильних сторін досліджуваного явища. Оскільки стратегічним пріоритетом інтеграції України у світовий економічний простір і реформування вітчизняного господарства є переорієнтація на ефективно функціонуючі форми господарювання, тому, вважаємо за доцільне розпочати посилювати вітчизняні конкурентні позиції у сфері міжнародного туризму саме зі сторони імплементації світового досвіду бізнес-діяльності у дану сферу, зокрема через створення спільних підприємств, наприклад у формі стратегічних альянсів. Великі компанії, як правило, об'єднують зусилля, щоб зміцнювати свої позиції на світовому ринку в конкурентній боротьбі з іншими компаніями.

Таблиця – SWOT-аналіз конкурентоспроможності туристичної сфери України на світовому ринку

Сильні сторони	Можливості
<p>Наявність значної культурно-історично спадщини та природно-ресурсного потенціалу світового значення.</p> <p>Розмаїття ландшафту.</p> <p>Розвиток народних ремесел з виготовлення сувенірної продукції.</p> <p>Наявність різноманітних туристичних маршрутів.</p> <p>Українська гостинність.</p> <p>Розширення існуючих прикордонних пропускних пунктів, що забезпечує їх відповідний технічний рівень.</p>	<p>Унікальні у масштабах Європи природні та культурні ресурси.</p> <p>Транзитне розташування між Західною і Східною Європою.</p> <p>Розвиток транскордонних туристичних продуктів, що відповідають різним формам туризму.</p> <p>Можливість підвищення зовнішньої транспортної доступності завдяки кращому використанню повітряної інфраструктури.</p> <p>Створення стабільного іміджу держави</p> <p>Оптимізація співвідношення «ціна - якість» туристичних продуктів України.</p>
Слабкі сторони	Загрози
<p>Несприятлива економічна та політична ситуація в країні.</p> <p>Зубожіння населення.</p> <p>Недостатньо розвинута і слабо диверсифікована туристична інфраструктура.</p> <p>Нестабільний рівень сервісу.</p> <p>Низький рівень ефективності вітчизняного маркетингу у сфері туризму.</p> <p>Низький рівень використання CRM-систем вітчизняними суб'єктами туристичної діяльності.</p> <p>Ускладнений доступ до потенційних туристичних продуктів.</p> <p>Незадовільний стан пам'яток історії.</p>	<p>Конкуренція з боку інших туристичних територій.</p> <p>Домінування не туристичної мети поїздок іноземних відвідувачів країни.</p> <p>Нівелювання національної автентичності.</p> <p>Обмежене використання механізмів реалізації державної політики щодо підтримки туристичного бізнесу.</p> <p>Наявність адміністративних бар'єрів на шляху становлення та розвитку туристично-рекреаційних комплексів.</p> <p>Зростання масштабів діяльності підприємств туристичного бізнесу у «тіньовому» секторі.</p> <p>Недооцінка значення туризму для розвитку регіону.</p> <p>Некомфортність інвестиційного клімату.</p>

Джерело: побудовано за [3; 4, с.118].

Таким чином, з метою підвищення ефективності туристичної діяльності на основі ефективного використання наявних факторів виробництва українського турпродукту, необхідно приділити увагу та надати державну програмну підтримку наступним факторним чинникам конкурентоспроможності туристичної індустрії:

- забезпеченню міцних позицій туристичних організації в цінovій конкуренції в глобальному масштабі;
- активної інноваційної діяльності туристичних організацій, постійному вдосконалюванню продукції;
- використанню сучасних інформаційних технологій для просування своєї продукції на ринок;
- формуванню відомої торговельної марки компаній та організацій, підтримці її іміджу, завоюванню визнання у споживачів.

Політика інтенсифікації та підтримки розвитку туристичного сектору України має спиратися на принципи того, що конкурентні переваги будуть забезпечені тільки тим підприємствам індустрії туризму, які будуть здатні на рівні боротися за свого споживача з іноземними компаніями як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку, запорукою чого може стати активна участь українських підприємств в стратегічних альянсах туристичної індустрії.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Світової організації туризму. URL: <http://mkt.unwto.org/en/barometer> (дата звернення: 03.03.2020).
2. Украина – Количество прибывших в 2016 г. URL: <https://knoema.ru/atlas/%d0%a3%d0%ba%d1%80%d0%b0%d0%b8%d0%bd%d0%b0/%d0%9a%d0%be%d0%bb%d0%b8%d1%87%d0%b5%d1%81%d1%82%d0%b2%d0%be-%d0%bf%d1%80%d0%b8%d0%b1%d1%8b%d0%b2%d1%88%d0%b8%d1%85> (дата звернення: 09.03.2020).

3. Лотиш О.Я. Стратегічні підходи до розвитку ринку туристичних послуг в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. URL: www.vestnik-ecopom.mgu.od.ua/journal/2017/25-1-2017/30.pdf (дата звернення: 09.03.2020).

4. Туристично-рекреаційна сфера транскордонних регіонів: монографія / Л.В. Савош, О. М. Лютак, О.В. Баула [та ін.]. Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2015. 214 с.