

## АНАЛІЗ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

*У статті досліджено рівень конкурентоспроможності турфірм Одеського регіону, визначено його головних конкурентів та окреслено основні проблеми, що потребують першочергового розв'язання в перспективі.*

*In the article there has been explored the competitiveness level of the Odessa region tour agencies, determined its basic competitors and isolated the main problems, that should be solved first of all in the perspective.*

Ключові слова: конкурентоспроможність, туристичні фірми, туристичні послуги, регіональний ринок туристичних послуг.

**Постановка проблеми.** Внаслідок конкурентної боротьби зберігають стійкі позиції ті учасники економічних відносин, які добре адаптуються до ринкових умов та виробляють високоякісні товари і послуги за сприятливими цінами. Варто відмітити, що в умовах конкурентного середовища основою ефективного функціонування будь-якого суб'єкта підприємницької діяльності, забезпечення його фінансового успіху та підвищення ринкової частки є висока конкурентоспроможність. У залежності від об'єкта прикладання розрізняють конкурентоспроможність товарів (послуг), конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність галузі. Можна продовжити цей ряд суб'єктів, доповнивши його туристичним регіоном з точки зору розвитку в ньому діяльності турфірм, об'єднаних у групу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемами конкурентоспроможності у сфері туризму займається ряд провідних зарубіжних та вітчизняних учених, які присвятили дослідженню цього поняття свої роботи або окремі глави наукових праць [1, 2, 3, 4, 5]. Проте детальніший аналіз рівня конкурентоспроможності діяльності сукупності туроператорів та турагентів певного регіону України з точки зору офіційних статистичних даних дотепер не проводився.

**Формування цілей статті.** Метою статті є дослідження конкурентоспроможності Одеської області серед інших регіонів України з точки зору розвитку діяльності турфірм.

**Виклад основного матеріалу.** Існує багато методів оцінювання рівня конкурентоспроможності, кожен з яких має свою методологічну основу, переваги, недоліки й можливості використання в практичній діяльності підприємств сфери туризму. Найпоширенішими методами для оцінки конкурентоспроможності є наступні: метод рангів; метод різниць; метод балів; метод порівняльних переваг; метод, застосований на теорії ефективної конкуренції; метод оцінювання досягнення точки рівноваги; матричний метод тощо.

Для дослідження конкурентоспроможності ринку туристичних послуг Одеської області серед інших регіонів України з точки зору діяльності турфірм нами обрано *метод, що ґрунтується на визначенні ринкової частки*, за допомогою якого можна здійснити оцінку конкурентних позицій групи підприємств певного регіону. Цей метод є досить простим, логічним, зручним для сприйняття і відображає результати діяльності сукупності турфірм певного регіону з точки зору офіційних статистичних даних, які зібрані за допомогою форми № 1-ТУР «Звіт про діяльність туристичної організації» та містяться на сайті Державної служби туризму і курортів України (ДСТК) [6].

Головною проблемою застосування даного методу оцінювання конкурентоспроможності у сфері туризму є неповнота інформації для повноцінного дослідження конкурентної ситуації на туристичному ринку, що пов'язане з її недостовірністю, оскільки вітчизняні підприємства схильні фальсифікувати дані фінансової звітності з метою ухилення від сплати податків.

Однак відомості форми № 1-ТУР, оприлюднені в масштабах країни в розрізі її конкретних адміністративно-територіальних одиниць, на сьогоднішній день являються єдиним офіційним джерелом інформації, завдяки якому можна провести аналіз конкурентоспроможності серед різних туристичних регіонів і визначити місце Одеської області в конкурентному середовищі для пропонування окремих шляхів підвищення її конкурентоспроможності.

По аналогії оцінювання конкурентоспроможності туристичного підприємства, що пропонуване С.П.Гаврилюк [3, с. 76], рівень конкурентоспроможності сукупності турфірм Одеського регіону також можна визначити за наступними основними етапами: вибір конкурентів з числа туристичних регіонів України для порівняння; збір необхідної інформації про конкурентів; розробка системи оцінних показників; розрахунок одиничних показників конкурентоспроможності досліджуваного регіону (тобто Одеського) та конкурентів; побудова порівняльних таблиць, визначення та оцінювання рівня конкурентоспроможності регіону за найбільш прийнятним методом.

*Вибір конкурентів з числа туристичних регіонів України для порівняння.* За методологією ДСТК український туристичний ринок включає 27 структурних підрозділів (регіонів): Автономну Республіку Крим, 24 області та два міста – Київ та Севастополь. Проміжок часу, протягом якого здійснювалося дослідження рівня конкурентоспроможності, становить 3 роки (у даному випадку, це 2005 – 2007 рр., тому що провести аналіз за 2009 рік не представляється можливим внаслідок відсутності статистичних даних на офіційному сайті ДСТК).

Частка окремого регіону на ринку туроператорських та турагентських послуг визначається у відсотках шляхом розподілу значення певного показника діяльності туристичних фірм конкретного регіону на загальний результат, зібраний по 27 підрозділах туристичного ринку України, за формулою:

$$Ч = \frac{ОП_{тф}}{\sum ОП_{тф}} \times 100\%,$$

де Ч – частка послуг сукупності турфірм певного регіону на туристичному ринку України;

ОП<sub>тф</sub> – обсяг реалізації послуг сукупності турфірм певного регіону;

∑ОП<sub>тф</sub> – обсяг реалізації послуг турфірм всіх регіонів України.

Шляхом зіставлення статистичних даних про основні показники діяльності турфірм Одеського регіону з узагальненими даними по всій країні, нами визначена питома вага участі турфірм Одещини в загальному обсязі обслуговування туристів та обчислено їх рейтинг у масштабах України (таблиця 1) [6].

Таблиця 1

Рейтинг Одеського регіону за основними показниками діяльності туристичних фірм

Показники		Роки		
		2005	2006	2007
Кількість турфірм, які фактично надавали послуги	Рейтинг	5	5	6
	Частка, %	5,3	5,3	5,0
Обслуговано іноземних (в'їзних) туристів	Рейтинг	4	4	4
	Частка, %	10,2	10,7	8,1
Обслуговано українських туристів, що виїжджали за кордон	Рейтинг	5	5	6
	Частка, %	3,5	2,8	2,7
Обслуговано внутрішніх туристів	Рейтинг	18	18	19
	Частка, %	2,2	1,8	1,2
Обслуговано екскурсантів	Рейтинг	7	6	7
	Частка, %	3,7	3,3	3,1
Обсяг наданих туристичних послуг	Рейтинг	6	6	6
	Частка, %	3,0	3,1	2,3
Платежі до бюджету	Рейтинг	3	4	7
	Частка, %	5,8	4,2	3,1
Середньооблікова кількість працівників	Рейтинг	5	3	3
	Частка, %	4,6	5,3	5,3

Дослідження даних таблиці 1 дозволяє констатувати низку суперечностей у розвитку діяльності турфірм Одеського регіону:

- Одеській області належить стабільно високий рейтинг практично за всіма показниками розвитку туризму (за винятком кількості внутрішніх туристів).
- Разом із тим, варто звернути увагу на невелику частку, яку займає Одеський регіон за багатьма показниками, представленими у таблиці 1. Так, якщо середньостатистичне значення окремого регіону в цілому по Україні дорівнює 3,7% (100% : 27 регіонів), то показники Одеської області (за винятком кількості іноземних туристів) мало відрізняються від зазначеної цифри.
- Крім того, питома вага і рейтинг Одеської області за минулі три роки знижується практично за всіма показниками (виняток – середньооблікова чисельність працівників).

Згідно рейтингу, до числа основних конкурентів Одещини відносяться м. Київ, АР Крим, а також області, центрами яких є міста з населенням більше 1 млн. осіб – Харківська, Донецька, Дніпропетровська.

Збір необхідної інформації про конкурентів проведено також за даними 1-ТУР [6]. Детальний аналіз частки перших восьми регіонів України, що лідирують за основними показниками розвитку туризму, дозволяє констатувати, що Одеський регіон значно відстає від основних лідерів – м. Києва й Автономної Республіки Крим, однак має схожі показники розвитку туризму з Харківською, Донецькою, Дніпропетровською та Львівською областями, яких можна враховувати її найближчими конкурентами.

Розробка системи оцінних показників. Порядок розрахунку показників конкурентоспроможності турфірм наведено в таблиці 2.

Таблиця 2

Порядок розрахунку показників конкурентоспроможності турфірм

Показники	Роль показника	Метод (алгоритм) розрахунку
Середня вартість туробслуговування	Характеризує грошове вираження вартості обслуговування 1 туриста (тис.грн.)	$VT_{cp} = \frac{OП_{тф}}{K_{тур}}$ , де: ОП <sub>тф</sub> – обсяг наданих туристичних послуг, тис.грн.; K <sub>тур</sub> – кількість туристів, осіб
Середні платежі до бюджету	Характеризує грошове вираження сплати бюджетних податків у розрахунку на 1 турфірму (тис.грн)	$ПБ_{cp} = \frac{ПБ_{тф}}{ТФ}$ , де: ПБ <sub>тф</sub> – обсяг платежів до бюджету, тис.грн.; ТФ – кількість фактично працюючих турфірм, од.
Продуктивність роботи турфірм	Характеризує середній рівень доходів у розрахунку на 1 турфірму (тис.грн)	$ПР_{тф} = \frac{OП_{тф}}{ТФ}$
Ефективність роботи турфірм	Характеризує середню кількість туристів у розрахунку на 1 турфірму (осіб)	$ЕР_{тф} = \frac{K_{тур}}{ТФ}$ , Натуральний показник
Середній дохід у розрахунку на 1 працівника	Характеризує ефективність використання трудових ресурсів (тис.грн.)	$Дроб = \frac{OП_{тф}}{K_{прац}}$ , де: K <sub>прац</sub> – середньооблікова кількість працівників, осіб
Середня кількість туристів у розрахунку на 1 працівника	Натуральний показник ефективності використання трудових ресурсів (осіб)	$Е_{тп} = \frac{K_{тур}}{K_{прац}}$ Натуральний показник

Таким чином, система оцінних показників сформована, виходячи з цілей оцінювання конкурентоспроможності турфірм певних регіонів та з урахуванням наявної інформації.

Розрахунок усереднених показників конкурентоспроможності проведено для турфірм Одеського регіону та його найближчих конкурентів за 2007 рік – Донецькій, Дніпропетровській, Харківській та Львівській областей. Результати дослідження представлені у таблиці 3 та на рисунку 1.

Таблиця 3

Порівняння показників діяльності турфірм окремих регіонів України з їх усередненими значеннями

№ п/п	Показники	Од. вим.	Усього	у т.ч. по окремих регіонах				
				Одеська	Донецька	Дніпропетровс.	Харківська	Львівська
1	Середня вартість туробслуговування (стр.1 : стр.4)	грн.	1 027	934	1 557	1 623	772	1 055
		%	100	91	152	158	75	103
2	Середні платежі до бюджету (стр.2 : стр.3)	тис.грн.	45	28	38	38	26	26
		%	100	62	84	84	58	58
3	Продуктивність праці (стр.1 : стр. 3)	тис. грн.	1 423	650	920	1 183	346	793
		%	100	46	65	83	24	56
4	Ефективність роботи (стр.4 : стр.3)	осіб	1 385	697	591	729	448	752
		%	100	50	43	53	32	54
5	Середній дохід у розрахунку на 1 працівника (стр.1 : стр.5)	тис.грн.	241	104	257	272	96	157
		%	100	43	107	113	40	65
6	Кількість туристів на 1 працівника (стр.4 : стр.5)	осіб	234	111	165	168	124	148
		%	100	47	71	72	53	63

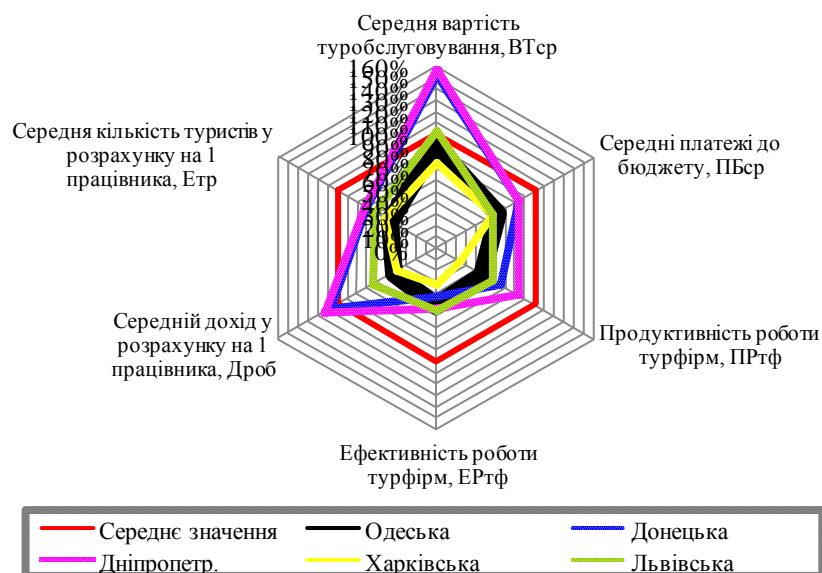


Рис. 1. Багатокутник конкурентоспроможності за розрахунковими показниками діяльності турфірм Донецької, Дніпропетровської, Харківської, Львівської та Одеської областей на фоні відхилення від їх усереднених значень по Україні

Порівняння розрахункових показників діяльності туристичних фірм Одеської області з аналогічними суб'єктами підприємницької діяльності регіонів-конкурентів свідчить про те, що туроператори та турагенти Одещини жодного разу не вийшли за коло усереднених значень по Україні. Тільки середня вартість туристичного обслуговування наближена до середньостатистичного значення; інші показники знаходяться на рівні 45 – 50% від усереднених показників.

**Висновки.** Одеська область, володіючи унікальними рекреаційними ресурсами, займає з 3-го по 8-ме місце в рейтингу за основними показниками туристичної діяльності серед 27 підрозділів українського туристичного ринку. Однак питома вага Одеської області наближена до середньостатистичної (3,7%), що вказує на суттєві недоліки у роботі місцевих туроператорів і турагентів, а також на існуючий потенціал у розвитку туристичної сфери.

За результатами аналізу конкурентної ситуації на ринку туристичних послуг Одеського регіону та на підставі власного дослідження сучасного стану туристичної активності турфірм Одещини [7; 8], нами зроблено висновок, що серед проблем, розв'язанню яких варто приділити першочергову увагу, є наступні:

- забезпечення підвищення виконавської дисципліни турфірмами-ліцензіатами Одеського регіону;
- створення системи постійних статистичних спостережень у сфері туризму;
- створення потужного Інтернет-ресурсу, який висвітлюватиме всі події відносно розвитку туризму в регіоні, як для туристів, так і для професіоналів турбізнесу;
- залучення державної підтримки для популяризації регіонального турпродукту на світовому туристичному ринку;
- стимулювання туристичних підприємств, які створюють привабливі для іноземних туристів турпродукти;
- оптимізація структури туристопотоку по цілях подорожей;
- збільшення туристичного сезону за допомогою використання комплексу маркетингових заходів;
- удосконалювання екскурсійної діяльності тощо.

На нашу думку, запропоновані заходи вдосконалення діяльності турфірм Одеської області здатні вирішити низку проблем і підвищити конкурентоспроможність даного регіону на туристичному ринку України.

## Література

1. Баумгартен Л.В. Стратегический менеджмент в туризме: Учебн. пособие. – М.: Академия, 2007. – 352 с.
2. Волков Ю.Ф. Экономика гостиничного бизнеса: Учебн. пособие. – Ростов н/Д: Феникс, 2005. – 380 с.
3. Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: Навч. посібник. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 180 с.
4. Дурович А.П., Копанев А.С. Маркетинг в туризме: Учебн. пособ. – Минск: Экономэкспресс, 1998. – 400 с.
5. Чорненька Н.В. Організація туристичної діяльності: Навч. посіб. – К.: Атіка, 2006. – 264 с.
6. Аналітична довідка про роботу туроператорів та турагентів України за 2005 – 2007 роки. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua>.
7. Галасюк С.С. Дослідження структури туристопотоку Одеського регіону // Туристична індустрія: сучасний стан та пріоритети розвитку: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (6-8 травня 2009 р.). – Луганськ: Луган. нац. ун-т ім. Т.Г.Шевченка, 2009.
8. Галасюк С.С. Проблеми розвитку туристичної діяльності в Одеському регіоні // Вісник соціально-економічних досліджень: Зб. наук. праць. Вип. 35. – Одеса: Одес. держ. екон. ун-т, 2009.