

**Юрченко Н.І.**  
*кандидат економічних наук, викладач  
Дніпровського державного аграрно-економічного університету*

## **МЕТОДИКА ОЦІНКИ КОНКУРЕНЦІЇ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

### **Анотація**

*У країнах із потужною економікою державне втручання мінімальне, а з більш слабкою економікою – підвищена увага до туристичної галузі. У багатьох країнах світу розробляються державні програми щодо стимулювання туризму, які передбачають пільги, субсидії, пом'якшення умов для інвесторів, вигідні відсоткові ставки, гарантії тощо. Розвиток галузі туризму в Україні безпосередньо залежить від багатьох секторів економіки, тому туризм розглядають як одну з провідних галузей у сфері структурної перебудови економіки. Як свідчать офіційні дані, за останні роки спостерігається значне зменшення іноземних туристичних потоків. Це пов'язано з політичною кризою, економічною нестабільністю, тривалим процесом антитерористичної операції, нестачею якісного маркетингового просування туристичного потенціалу міст і регіонів. А також існує негативна тенденція використання України як транзитної території для подорожі в інші країни. У статті вдосконалено механізм підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі України.*

**Вступ.** У ринковій економіці конкуренція є «природним» регулятором суспільного виробництва. Інтеграція України, розвиток реформ, вихід країни на міжнародні ринки – усе це посилює боротьбу в туристичній галузі. Для досягнення конкурентоспроможності туристичного ринку України дуже важливим завданням є формування конкурентного середовища країни. В умовах ринкової економіки конкурентоспроможність – це пріоритетна умова розвитку галузі, першочергова умова існування ринку. Для формування конкурентоспроможного туристичного ринку в Україні, поліпшення якості послуг і прибутковості туристичних підприємств конкуренція є необхідною й головною умовою для функціонування галузі. Актуальність проблеми щодо підвищення конкурентоспроможності галузі в Україні зумовлена тим, що Україна займає далеко не перше місце, але має великий потенціал для розвитку галузі.

Індустрія туризму є одним із ключових і стабільних видів економічної діяльності, а забезпечення достатнього рівня конкурентоспроможності туристичної галузі постає як першочергове та стратегічне завдання. «На фоні багатьох європейських країн туристична галузь України перебуває лише на стадії формування, що визначає невисоку ступінь її конкурентоспроможності на світовому ринку. Важливість удосконалення туристичної індустрії в Україні через використання стратегічних конкурентних переваг та

рекреаційного потенціалу зумовлює актуальність та необхідність побудови дієвого механізму перетворення туристичного бізнесу та підвищення ефективності стратегії розвитку туризму» [1].

В економіці України туристична індустрія стає все більш «детермінантною», але за темпами свого розвитку знаходиться на найнижчих світових рейтингах конкурентоспроможності галузі.

### 1. Рівень забезпеченості туристичної галузі України

Починаючи з 2007 р. Індекс конкурентоспроможності туризму (далі – ТТСІ) вимірює «сукупність факторів та стратегій щодо конкурентоспроможності країни». Цей індекс був розроблений у контексті Індустріальної програми Всесвітнього економічного форуму для авіації, подорожей та туризму та в тісному співробітництві з нашими партнерами.

Сьогодні показники конкурентоспроможності туристичної галузі, що характеризують розвиток туризму в Україні, поділяються на абсолютні величини, а для їх обчислення потрібні облікові показники, які проводяться у формі державної статистичної звітності. Як свідчать офіційні дані, за останні роки спостерігається значне зменшення іноземних туристичних потоків (табл. 1).

Таблиця 1

#### Показники розвитку туристичної галузі України за 2005–2017 рр., осіб

Показники	Роки								
	2005	2010	2011	2012	2013	2014 <sup>1</sup>	2015 <sup>1</sup>	2016 <sup>1</sup>	2017 <sup>1</sup>
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Кількість громадян, які виїжджали за кордон <sup>2</sup>	16453704	17180034	19773143	21432836	23761287	22437671	23141646	24668233	26437413
Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну <sup>2</sup>	17630760	21203327	21415296	23012823	24671227	12711507	12428286	13333096	14229642
Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності <sup>3</sup>	1825649	2280757	2199977	3000696	3454316	2425089	2019576	2549606	2806426
у тому числі									
іноземні туристи	326389	335835	234271	270064	232311	17070	15159	35071	39605

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
туристи- громадяни, які виї- жджали за кордон	566942	1295623	1250068	1956662	2519390	2085273	1647390	2060974	2289854
внутрішні туристи	932318	649299	715638	773970	702615	322746	357027	453561	476967

<sup>1</sup> Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

<sup>2</sup> Включно з одноденними відвідувачами (за даними Адміністрації Держприкордонслужби України).

<sup>3</sup> 2000–2010 рр. – за даними Міністерства інфраструктури України, починаючи з 2011 р. – за даними Держстату.

*Джерело: узагальнено автором за даними [2]*

Аналізуючи показники табл. 1, можна побачити, що результатом виконання програми розвитку туризму на Україні стало перевищення темпів зростання кількості в'їзних туристів над виїзними.

На рис. 1 представлено динаміку туристичних потоків України за період 2005–2017 рр.



2014–2017 рр. – без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

**Рис. 1. Динаміка туристичних потоків України за 2005–2017 рр., осіб**

*Джерело: узагальнено автором за даними [2]*

Аналіз даних рис. 1 указує на невтішну тенденцію щодо сальдо туристичних потоків в Україні. «Це пов'язано з політичною кризою, економічною нестабільністю, тривалим процесом бойових дій, нестачею якісного маркетингового просування туристичного потенціалу міст і регіонів. Ще одна негативна тенденція – це використання України як транзитної території для подорожі в інші країни. Проте все частіше в Україну іноземці їдуть заради медичного туризму – низькі ціни, якісні послуги в приватних лікарнях, санаторіях» [3]. Хоча з 2014 р. зростає показник щодо кількості відвідувань іноземними туристами України. Це можна пояснити передусім соціально-економічними чинниками: ухваленням стратегії щодо подорожей і туризму, розвитком державно-приватного партнерства, розширенням пакету соціальних гарантій тощо. Треба зауважити, що залишається безліч питань щодо поліпшення цієї позитивної тенденції. Україна згідно з ТТСІ, у 2017 р. посіла 88-е місце (табл. 2).

Таблиця 2

**Місце України за основними показниками ТТСІ за 2007–2017 рр.**

2007 р.		2017 р.		Зміна відносно 2007 р., (+,-)
місце	оцінка	місце	оцінка	
<b>Індекс туристичної конкурентоспроможності</b>				
90	3,89	88	3,5	-10
<b>Пріоритезація подорожей і туризму</b>				
90	3,25	90	4,29	0
<b>Інфраструктура туристичних послуг</b>				
75	2,66	71	4,0	+4
<b>Цінова конкурентоспроможність</b>				
37	4,89	45	5,19	-8

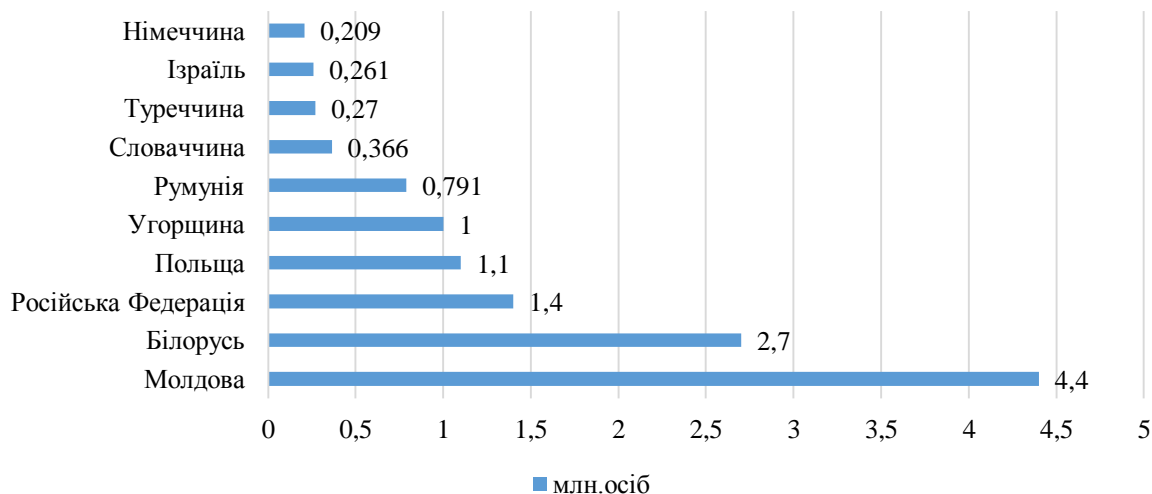
*Джерело: узагальнено автором за даними [4]*

Можна зробити висновки, що якщо низькі позиції можна віднести до зовнішніх чинників (низький вплив) та пояснити нестабільною політичною ситуацією, то показник «Природні ресурси» можна віднести до внутрішніх чинників, які корегуються завдяки плідній роботі відповідних органів сфери туризму.

«Кількість відвідувань України в 2017 р. іноземцями зросла на 896 тис. осіб порівняно з 2016 р. Всього у 2017 р. Україну відвідало 14,2 млн. іноземних громадян, що на 6,7% більше показника 2016 р. ТОП-10 країн-лідерів за кількістю відвідувачів України в черговий раз залишається незмінним» (рис. 2) [3; 6].

Найбільше іноземних громадян прибуває з Молдови, Білорусі (майже на 50%) і Російської Федерації. Чисельність громадян із Польщі й Угорщини, які здійснювали туристичні поїздки в Україну в 2017 р. зменшилася на 4% і 16% відносно 2016 р. За кількістю візитів Румунія і Словаччина займають

шосте і сьоме місця. У результаті спільних домовленостей між Україною і Туреччиною у 2016 р. (громадяни Туреччини можуть подорожувати в Україну без візи на термін до 90 днів протягом 180-денного періоду з моменту першого в'їзду) щодо спрощення візової політики збільшилася кількість відвідувачів із Туреччини у 2017 р. – на 35,6%. Також і громадяни Ізраїлю можуть подорожувати Україною теж без оформлення візи до 90 днів, тому в 2017 р. з Ізраїлю в Україну приїхало на 20% більше показника 2016 р. Завершує десятку Німеччина: протягом року 209 тис. німців відвідали Україну, що на 22% більше, ніж у 2016 р. [3; 6].



**Рис. 2. ТОП-10 країн-лідерів за кількістю відвідувачів України в 2017р., млн. осіб**

*Джерело: узагальнено автором за даними [4]*

За висновками [7, с. 166], «...основою конкурентоспроможності галузі туризму є конкурентоспроможність суб'єктів господарювання – юридичних та фізичних осіб, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги або здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг».

Зауважимо, що в Україні туристичні фірми відправляють українців відпочивати на закордонні курорти, на що й робиться головний аспект, через що кількість людей, що від'їжджають із країни, значно перевищує кількість тих, що відвідують країну. Все це має негативний вплив на формування бюджету України, тому важливим чинником щодо підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств є вирішення проблем інвестиційного та інноваційного характеру.

Основні туроператори України за кількістю виїзних туристів стали такі компанії: Anex Tour; Join Up; Coral Travel; TUI; Pegas; Tez tour.

Зазначені туроператори досить давно працюють на туристичному ринку і за час свого існування встигли охопити велику частину ринку та мають досить вигідні та перспективні контракти. Нині вони активно розвивають нові напрями діяльності, організовують тури майже в усі країни світу та

напрацьовують ексклюзивні форми відпочинку, які з кожним днем стають усе популярнішими серед туристів.

За висновками експертів [8, с. 924], «...варто виділити компанію TPG, яка вчасно зробила ребрединг та активно почала застосовувати інновації у своїй діяльності. Зокрема, ними було повністю модернізовано сайт, заключено багато важливих партнерських договорів з іншими компаніями, зокрема пріоритет віддавався світовим авіакомпаніям, таким як: Air France, Lufthansa, Austrian Airlines, SAS, Baltic Airlines, KLM, Delta, MAU, Transaero, Аерофлот, що дає їм змогу організовувати свої чартерні рейси які є актуальними для їхніх пасажирів. Інноваційна політика даної компанії спрямована на повну автоматизацію роботи менеджерів, які обслуговують постійних клієнтів. Окрім того, клієнти-туристи самі мають доступ до інформації, яка їх цікавить, і можуть здійснювати певні операції самостійно. Також інноваційний курс тримають такі компанії, як TUI, Coral Travel, Tez Tour, проте їхні обсяги на ринку України не такі великі, хоча вони також здійснюють потужну рекламну політику, залучають деякі види інновацій та розвивають нові напрямки відпочинку для українських туристів».

Для ефективного функціонування туристичних підприємств необхідно думати про інноваційний розвиток, що в туризмі слід розглядати як «...сукупність інформаційно-технічних, виробничих, організаційно-управлінських і комерційних нововведень, що спричиняють появу на ринку абсолютно нового або оновленого туристичного продукту чи послуги, що дають змогу задовольнити потреби туристів у відпочинку, розвагах, оздоровленні, подорожах та найкращому обслуговуванні, при цьому отримати максимальний економічний ефект» [8, с. 925]. Щоб бути конкурентоспроможними, всі підприємства на туристичному ринку України повинні прагнути до структурних зрушень у бік інноваційних змін, які потрібно вводити поступово, бездоганно вивчаючи ринок (маркетингові дослідження) та спираючись на досвід розвинутих країн світу.

## **2. Вплив показників конкурентоспроможності на розвиток туристичної галузі**

Необхідно також охарактеризувати наявність туристичних ресурсів як ще один показник конкурентоспроможності туристичної галузі України, а саме:

– кількість та стан природних об'єктів (водойм, лісів, гір, заповідних степів тощо);

– кількість та стан пам'яток культури, історії, архітектури, у тому числі паркової, археології, музеїв, монументів, культових пам'яток; кількість та статус театрів, картинних галерей тощо [9, с. 161].

Інформація про кожен окремий об'єкт публікується в різноманітних рекламних продуктах і є результатом інвентаризації та детального опису кожного об'єкта. Така інформація, як правило, не є офіційною, її одержують із друкованих краєзнавчих джерел або рекламні компанії на замовлення туристичних фірм самостійно вивчають певні ресурси шляхом спеціально організованих статистичних досліджень [9, с. 161].

Офіційні дані Державної служби статистики України публікують лише показники наявності та кількості, що дуже побічно стосується туристичної діяльності, оскільки більшість відвідувачів – це місцеві жителі. Проте така інформація про музеї характеризує розвиток екскурсійної діяльності в регіонах і в Україні у цілому (табл. 3).

Таблиця 3

**Кількість музеїв та їх відвідування в Україні за 2012–2015 рр.**

Роки	Кількість музеїв, од.	Кількість відвідувань музеїв за рік, млн.	Середньодобова кількість відвідувань одного музею, осіб
2012	592	22,4	104
2013	608	22,3	100
2014	543	14,2	72
2015	564	15,1	73

*Джерело: узагальнено автором за даними [2]*

Результати дослідження показали, що впродовж 2012–2015 рр. значно погіршилася екскурсійна діяльність в Україні, тобто зменшилася не лише кількість музеїв, а й кількість їх відвідувань. Одними з причин стали втрата країною частини територій та погіршення роботи з надання екскурсійних послуг. Проаналізуємо динаміку зміни наявності санаторно-курортних та оздоровчих закладів в Україні як показника конкурентоспроможності галузі у цілому (табл. 4).

Із табл. 4 можна побачити значне зменшення всіх показників із 2015 р. Це пов'язано передусім з окупацією території Автономної Республіки Крим та політичною кризою в Україні.

Недооцінене місце України у рейтингу конкурентоспроможності (ТТСІ) можна обґрунтувати тим, що індекс конкурентоспроможності був поданий за туристичними макрорегіонами світу, а перша десятка країн – це Європа, Америка, Азійсько-Тихоокеанський регіон.

Рівень забезпеченості туристичної галузі України ресурсами для виходу на зовнішні ринки є дуже високим. «Курортні та рекреаційні території в країні становлять близько 9,1 млн. га, країна має велику концентрацію культурно-історичних ресурсів, у Центральній частині країни зосереджено історичні пам'ятки, у Південній – виявлено чимало пам'яток античної культури, Західна частина відрізняється етнічними особливостями тощо. В Україні нараховується понад 200 тис. об'єктів пізнавального туризму, понад 300 музеїв» [10, с. 67].

Всесвітньо відомими є історико-культурні заповідники: Києво-Печерський, Луцький, Острозький, Бердичівський, Переяслав-Хмельницький, Хортиця; історико-архітектурні заповідники: Львівський, Кам'янець-Подільський, Чернігівський, Новгород-Сіверський, Софіївський. Важливим ресурсом є місця паломництва: православних (Печерська, Почаївська лаври), греко-католиків (Зарваниця на Тернопільщині, Крехів на Івано-Франківщині), хасидів (Умань) [11].

**Наявність санаторно-курортних та оздоровчих закладів в Україні  
за 2005–2017 рр.**

Показники	Роки								
	2005	2010	2011	2012	2013	2014 <sup>1</sup>	2015 <sup>1</sup>	2016 <sup>1</sup>	2017 <sup>1</sup>
Санаторії та пансіонати з лікуванням <sup>2</sup> – усього	524	510	508	484	477	320	309	291	284
у них ліжок, тис.	145	141	141	133	132	79	78	70	71
Санаторії-профілакторії <sup>2</sup> – усього	291	234	224	185	165	118	79	63	55
у них ліжок, тис.	23	19	19	18	15	17	12	10	10
Будинки і пансіонати відпочинку	321	290	280	286	271	90	76	73	67
у них ліжок, тис.	65	60	59	60	57	17	15	14	12
Бази та інші заклади відпочинку <sup>2</sup> – усього	2016	1920	1947	1925	1916	1400	1399	1295	1235
у них ліжок, тис.	236	196	194	188	191	126	113	112	106
Дитячі заклади оздоровлення та відпочинку <sup>3</sup> – усього	18366	17342	17703	17744	18549	13977	9743	9669	9745
у них ліжок, тис.	236	196	194	188	191	126	113	112	106

<sup>1</sup> Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

<sup>2</sup> У 2002–2011 рр. інформація стосовно діяльності санаторно-курортних (оздоровчих) закладів подається за 12 місяців: з 1 жовтня попереднього по 30 вересня звітного року.

<sup>3</sup> У 1990–2009 рр. – дитячі оздоровчі табори.

*Джерело: узагальнено автором за даними [2]*

«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)» [12; 13]. Але водночас туристична інфраструктура України є недосконалою, що є причиною недореалізації конкурентних переваг. Велика безліч історико-культурних ресурсів потребує термінової реставрації та перебуває в аварійному стані.



Головна ознака туризму – це його здатність впливати на розвиток економіки регіону, країни і світу. «Україна має всі передумови для інтенсивного розвитку в'їзного та виїзного туризму. Маючи вигідне геополітичне положення, Україна має безліч переваг у сфері туризму, а саме володіння туристично-рекреаційним потенціалом, сприятливим кліматом, культурно-історичними пам'ятками та туристичною індустрією, яка розвивається досить швидкими темпами» [14, с. 128].

Для поліпшення конкурентоспроможності як туристичної галузі країни, так і її регіонів необхідно більш детально розглянути конкурентні переваги самих регіонів. Суттєва частка туристично-рекреаційних ресурсів України зосереджена на території АР Крим та в Карпатському регіоні (Івано-Франківська, Закарпатська, Львівська та Чернівецька області). АР Крим – це близько 30% рекреаційних ресурсів усієї України, незважаючи на невелику площу, яка становить лише 4,3% території країни. Ресурси знаходяться на територіях, клімат яких ідентичний середземноморському. У Криму сконцентровано безліч пляжів (585), ландшафтних (5) та кліматичних зон (3), існують озера з лікувальними грязями (23), також джерела з мінеральними водами. В АР Крим знаходиться безліч історичних, культурних та архітектурних пам'яток, які мають міжнародне значення. Але говорити про ефективний розвиток цього регіону неможливо після тимчасової окупації.

Територія Карпатського регіону сягає близько 2,8 млн. га (6,2% від усієї площі України) і включає чотири області, які наділені найпривабливішими і найбагатшими туристичними ресурсами. Туризм у цьому регіоні є головним джерелом усіх прибутків. «Суб'єкти туристичної діяльності регіону пропонують туристам організацію відпочинку в Карпатах (туристичні бази, бази відпочинку, санаторії), катання на гірських лижах у Карпатах (гірськолижні бази, гірські готелі), лікування в Карпатах (санаторії, СПА-готелі), екскурсії по Карпатах (Ужгород, Мукачеве, Берегово, Хуст, Рахів, Синевир, Трускавець та ін.), дитячий відпочинок у Карпатах (дитячі оздоровчі табори, екскурсії, тури вихідного дня), пішохідні маршрути по Карпатах у літній період тощо» [15, с. 216].

Карпатський регіон є ще й гірськолижним регіоном, який має висоти до 2 000 м. Серед найвідоміших зимових курортів – Буковель, Драгобрат, Славське, Пилипець, Плай. Тому існує великий потенціал Карпатського регіону для розвитку туристичної галузі та зимових видів спорту. Протягом останніх років на території регіону було реалізовано низку міжнародних проектів, які мають за мету розвиток спортивно-оздоровчого та екологічного туризму. «Розвиток сільського зеленого та аграрного туризму в Карпатському регіоні підтримують спеціальні європейські програми ТАСІС, Міжнародний фонд «Відродження», Європейська федерація сільського туризму «Єврожітс» та ін. Упродовж найближчих років у Карпатському регіоні буде виконуватися міжнародний словацько-український проект «Карпатський туристичний шлях» [15]. Проект здійснюється за фінансової підтримки програми ТКС ЄІСП Угорщина – Словаччина – Румунія –

Україна на суму понад 500 тис. євро та виконуватиметься у співробітництві між керівним партнером – Агентством підтримки регіонального розвитку Кошице (Словаччина), головним транскордонним партнером – Агентством регіонального розвитку та транскордонного співробітництва «Закарпаття», а також місцевими партнерами – Фундацією регіональних туристичних ініціатив «Туревроцентр» і Агентством сприяння сталому розвитку Карпатського регіону ФОРЗА» [15, с. 217].

Причорноморський регіон традиційно є найбільш освоєним, розвиненим, який має відмінну інфраструктуру. Фактично вважається, що «...рекреація є провідним складником сфери послуг народного господарства у цьому регіоні» [16, с. 46]. Причорноморський регіон України складається з Одеської, Херсонської та Миколаївської областей.

Склад туристичної інфраструктури Одеської області – це заклади туристично-рекреаційного призначення, підприємства готельного типу, установи профілю оздоровлення. Протягом 2013 р. у рамках реалізації заходів, передбачених Програмою розвитку туристично-рекреаційної сфери Одеської області на 2011–2015 рр., проводилася робота щодо вдосконалення туристичного продукту регіону, а також стосовно популяризації рекреаційно-туристичних ресурсів області як на рівні внутрішнього, так і на рівні міжнародного туристичного ринку. Зокрема, для поліпшення якості обслуговування туристів запропоновано ескізи індивідуальних дорожніх покажчиків (знаків), функції яких полягають в інформуванні туристів про видатні місця і визначні історико-культурні пам'ятки Одеської області, що рекомендуються для відвідування [16, с. 46–47].

Херсонська область має потужний потенціал для розвитку туристичної галузі, хоча й використовується він не повною мірою. «...Херсонська область приймає тільки 5% туристів від загального обсягу туристів, що відпочивають уздовж морського узбережжя України» [16, с. 49]. Туристично-рекреаційний потенціал області складається з морських пляжів, родовищ лікувальних грязей і ропи, озер соляного типу, лікувально-термальних вод. Херсонська область містить 12 зон курортно-рекреаційного типу, серед яких – Генічеськ, Залізний Порт, Скадовськ, Лазурне та ін. У Скадовську присутні лікувальні джерела мінерального типу, які використовуються як для проведення процедур бальнеологічного типу, так і для внутрішніх споживачів. Також існують у Генічеську джерела термального типу.

У географічній структурі туристичних потоків як з України, так і до України домінуюче значення має Європейський регіон, а в його межах – передусім країни-сусіди. Існують істотні розбіжності в розвитку туристичного бізнесу в розрізі регіонів України. Провідні позиції належать м. Києву, Львівській та Одеській областям. Найгірші позиції мають Луганська, Донецька, Кіровоградська, Волинська, Рівненська, Полтавська, Тернопільська та Чернігівська області [17, с. 406].

Спираючись на все вищесказане, ми погоджуємося з авторами в тому, що «...Україна чимраз активніше заявляє про себе як про туристичну державу,

яка прагне брати участь у міжнародній конкуренції за світові туристичні потоки. Про це свідчать зростаюча маркетингова активність, яка спрямована на просування вітчизняного туристичного продукту, продуктивна співпраця України з ЮНВТО, спрощення візових формальностей (право безвізового в'їзду на територію України мають мешканці понад 60 держав світу) тощо». У рейтингу Expat Insider 2016 р., у якому приймали участь 14 тис. осіб зі 191 країни, Україна може пишатися такими показниками конкурентоспроможності, як ціна та рівень задоволеності особистим фінансовим станом для іноземців.

«Внутрішній туризм в Україні розвинений ще недостатньо і потребує державної підтримки. Відродження внутрішнього туризму, яке спостерігається в останні роки, пояснюється скороченням сімейних бюджетів та сплеском патріотичності на тлі останніх подій в країні» [18].

«Відповідно до маркетингових досліджень ринку туристичних послуг, проведеним Всесвітньою організацією туристичних послуг, причини занепаду українського туризму такі: нехтування міжнародним досвідом; відсутність послідовної державної політики; неефективна діяльність влади у сфері туризму; відсутність належних умов для розвитку туризму, податкового і фінансового стимулювання державою експорту туристичних послуг і вітчизняних туроператорів; незадовільна робота з формування та зміцнення туристичного іміджу України, розроблення та просування національного туристичного продукту на міжнародному та внутрішньому ринках» [18].

Важливою проблемою є й відсутність кваліфікованих працівників: більшість вишів випускає недостатньо навчених фахівців, а якісної підготовки і перепідготовки кадрів для сфери туризму в Україні просто не існує. Також картину псує недосконала правова захист туристів на території країни, складності з митним контролем, тіньова економіка. Не останнє місце серед великої кількості проблем займає військовий конфлікт на сході країни. Він сіє паніку й аж ніяк не сприяє залученню туристів. «Ізраїль теж знаходиться в стані війни постійно, і це не заважає країні розвивати й економіку, й туризм» [18]. Україні теж необхідно перейняти досвід цієї країни.

**Висновки.** Ураховуючи низький рейтинг України, для підвищення конкурентоспроможності сфери туризму та формування більш удакої стратегії її розвитку необхідно враховувати критерії оцінки туристичної сфери експертами Світового економічного форуму, які наголошують, що «...більшість показників має формуватися саме на регіональному рівні з урахуванням регіональних особливостей та позиціонуванням сильних сторін регіонів» [19, с. 86].

Щодо поліпшення конкурентоспроможності України в туристичній сфері та побудови більш ефективної системи заходів необхідно виділити основні напрями:

1. Політико-правовий. Нормативно-правова база відіграє значну роль у стійкому розвитку туристичного бізнесу. В Україні існують стратегія і

програми щодо розвитку туристичної галузі, але більшість із них має виключно інформативний характер.

2. Організаційно-економічний. Завдяки інтенсивному розвитку індустрії транспорту та готельної індустрії Україна має у перспективі всі можливості підвищити конкурентоспроможність у сфері туризму, оскільки розвинуте транспортне сполучення є одним із ключових у сприянні в'їзному туризму. Тобто пріоритетного значення набуває інфраструктурне поліпшення авіа- та наземного транспорту та залучення України в єдину європейську залізничну мережу.

3. Соціально-культурний. Істотний вплив на конкурентоспроможність країни відіграють і рівень гостинності, і загальна культура населення. Виховний та освітній рівні населення України, що підвищуються з кожним роком, зумовлюють достатній ступінь відкритості та гостинності [19, с. 86].

Значну увагу необхідно приділити створенню оптимальних туристичних потоків, які б створювали оптимальний дохід на туристичному ринку для всіх учасників. Побудова ефективного механізму управління може стати основою формування конкурентоспроможності туристичної галузі України на світовому ринку [20].

Вищевикладене дає змогу відзначити такі тенденції: по-перше, Україна зазнала значних негативних явищ після подій 2014 р., тому показники «Безпека і захист» та «Бізнес-середовище» знизилися у рейтингу конкурентоспроможності; по-друге, показники «Здоров'я і гігієна», «Людські ресурси і ринок праці» та «Цінова конкурентоспроможність» мають конкурентні переваги і повинні стати «базисом» для подальшого розвитку туристичної галузі [20].

### Список використаних джерел:

1. Ткаченко Т.І. Конкурентоспроможність в туризмі як провідний напрям сталого розвитку. *Науково-інформаційний вісник Академії наук вищої освіти України*. 2012. № 2(79). С. 96–104.
2. Туристичні потоки. *Державна служба статистики України*. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr\\_u/potoki2006\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm).
3. Лиєв О. Аналіз в'їздів іноземців в Україну у 2017 році: зросла кількість відвідувачів із Молдови, Білорусі та Російської Федерації. URL: <http://www.liiev.com/ru/content/analiz-vyizdiv-inozemciv-v-ukrayinu-u-2017-roci-zrosla-kilkist-vidviduvachiv-z-moldovi>.
4. UNWTO World Tourism Barometer. URL: <http://mkt.unwto.org/barometer>.
5. Аналіз в'їздів іноземців в Україну у 2017 році: зросла кількість відвідувачів з Молдови, Білорусі та Російської Федерації. *Асоціація індустрії гостинності України*. URL: <http://aigu.org.ua/potik.html>.
6. Travel & Tourism Economic Impact 2015 Ukraine. London, 2015. 24 с.
7. Тимчишин-Чемерис Ю.В. Напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств туристичної справи в Україні. *Інтернаука. Економічні науки*. 2017. № 7(29). С. 165–171.
8. Кравченко А.В., Костючик С.В. Аналіз інноваційного розвитку вітчизняних туристичних підприємств на ринку України. *Молодий вчений*. 2017. № 10(50). С. 922–926.

9. Скляр Г.П., Дробиш Л.В., Вишневецька Л.І. Статистичні показники розвитку сфери туризму в Україні: напрями удосконалення та гармонізація з міжнародними стандартами. *Економічний вісник Донбасу. Маркетинг*. 2017. № 2(48). С. 157–162.
10. Дубик В.Я., Осідач О.Б. Маркетинговий підхід до аналізу конкурентоспроможності вітчизняних підприємств туристичного бізнесу в умовах євроінтеграції. *Науковий вісник НЛТУ України. Серія економічна*. 2016. Вип. 26.2. С. 64–69.
11. Петровська С.В. Маркетингова конкурентна стратегія: сутність і підходи до класифікації. *Проблеми транспорту*. 2010. Вип. 2. С. 89–92.
12. Про затвердження Загальнодержавної програми збереження та використання об'єктів культурної спадщини на 2004–2010 роки : Закон України від 20.04.2004 № 1692-IV. URL: <https://docs.dtkk.ua/doc/1088.532.0>.
13. Фаринюк В.В., Наумова М.А. Статистичний аналіз ринку туристичних послуг України. URL: [jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/download/4860/4890](http://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/download/4860/4890).
14. Туристична політика зарубіжних країн : підручник / за ред. А.Ю. Парфіненка. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015. 220 с.
15. Білотіл О.М. Механізми державного управління в туристичній індустрії на прикладі причорноморського регіону України : дис. ... канд. екон. наук : 25.00.02. Харків, 2015. 234 с.
16. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі : колективна монографія / за наук. ред. проф. І.М. Волошина. Луцьк : ЛНТУ, 2015. 328 с.
17. Буг Т.В. Визначення рівня конкурентоспроможності ринку туристичних послуг Запорізького регіону. *Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 12. С. 402–407.
18. Волошина М. Анализ рынка туристических услуг в Украине: проблемы и перспективы. URL: <http://koloro.ua/blog/issledovaniya/analiz-rynka-turisticheskikh-uslug-v-ukraine.html>.
19. Грабовенська С.П. Напрями підвищення конкурентоспроможності України в туристичній сфері. *Інвестиції: практика та досвід. Економічна наука*. 2013. № 22. С. 83–88.
20. Кравченко А.В., Костючик С.В. Аналіз інноваційного розвитку вітчизняних туристичних підприємств на ринку України. *Молодий вчений*. 2017. № 10(50). С. 922–926.