

УДК 338.48:339.137

## АНАЛІЗ РЕЙТИНГОВИХ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Брусільцева Г.М., к.е.н., доцент, Харківський Національний Економічний Університет  
ім. С.Кузнеця, Харків, Україна

**Анотація** — В статті досліджено та проаналізовано систему рейтингових показників, що використовуються при оцінці конкурентоспроможності туристичної галузі. Визначено проблеми розвитку туристичної галузі України, розглянуто шляхи їх подолання.

**Ключові слова** — конкурентоспроможність країн, рейтингові показники, туристична галузь, стратегія розвитку туризму та курортів.

Світовий ринок туристичних послуг один з динамічно зростаючих секторів світової економіки. Світова торгівля туристичними послугами забезпечує країни прямими доходами у вигляді надходження валюти, та опосередкованими за рахунок мультиплікаційного ефекту туристичної галузі на інші галузі національної економіки. Країни, які характеризуються значними туристичними потоками та отримують високі доходи від експорту туристичних послуг, зазвичай, відрізняються високим рівнем конкурентоспроможності на світовому ринку туристичних послуг, що підтверджується різноманітними рейтинговими показниками. У зв'язку з цим, актуальним є дослідження конкурентоспроможності країн, порівняльний аналіз міжнародних рейтингів конкурентоспроможності країн.

Конкурентоспроможність у туризмі розглядається як один з важливих напрямів економічних досліджень у працях Т.Сорокіної [2], Н. Морозової [1], Крауча та Рітчі [3], Двеєра та Кіма [4] тощо. В роботах цих вчених визначено поняття конкурентоспроможності туристичного ринку країн, досліджено конкурентні переваги в індустрії туризму, проаналізовано оцінку конкурентоспроможності країн на базі індексу конкурентоспро-

можності у сфері подорожей та туризму. Зазначені роботи мають практичний інтерес та стають підґрунтям для подальших досліджень, а саме дослідження інших рейтингових показників для оцінки конкурентоспроможності країн в індустрії туризму.

В умовах сьогодення міжнародною спільнотою створено систему різноманітних рейтингів, що визначають місце країни в глобалізаційному просторі, а її позиції в рейтингу або надають їй шанс для розвитку, або гальмують його, оскільки позиціонують країну як інвестиційно непривабливу. Всесвітній економічний форум розраховує індекс конкурентоспроможності з 2007 року на базі 79 показників у рамках Програми взаємодії авіаційної та туристичної галузі.

Індекс конкурентоспроможності країн у сфері подорожей та туризму формується на підставі ряду показників, які згруповано у 14 складових і об'єднано у 4 субіндекси, що характеризують сприятливість середовища в країні для розвитку туризму, державну політику, інфраструктуру та наявні природні, культурні ресурси.

Слід зазначити, що за оцінками експертів Всесвітньої туристичної організації, світовий ринок туризму багато років поспіль зростає та продовжує демонструвати стійкість, незважаючи на складності, які передусім пов'язані із забезпеченням безпеки.

Натомість, маючи всі передумови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, Україна поступається у його розвитку багатьом країнам світу.

За Індексом конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму Україна у 2017 року отримала оцінку в 3,5 бали з семи можливих і опинилась на 88 місці (рис 1).

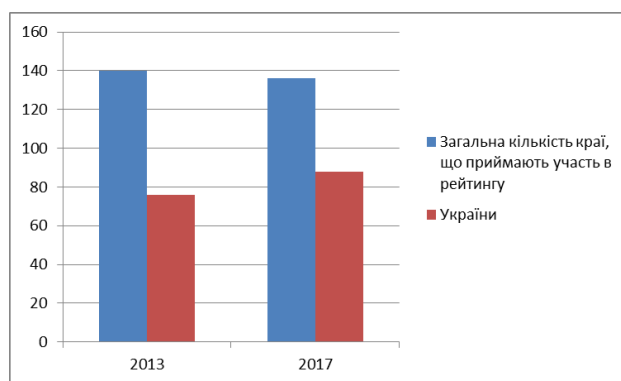


Рис. 1. Місце України за індексом конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму

У попередньому рейтингу 2015 року дослідження України за цим Індексом не проводилась. Разом з тим, порівнюючи з доступною оцінкою за 2013 рік, коли Україна посідала 76 сходинку з 140 країн світу, країною втрачено 12 позицій.

Внесок туристичної індустрії України експертами оцінюється у 1,3 млн. дол. США або 1,4% ВВП, в українській сфері туризму зайнято 214,4 тис. осіб або 1,2% від загального числа зайнятих.

Для порівняння, у Польщі туристична сфера оцінена у майже 8 млн. дол. США або 1,7% ВВП, занятість – 275, 4 тис. осіб або 1,7%; у Туреччині – 35,9 млн. дол. США або 5% ВВП, зайнятість – майже 600 тис. осіб або 2,3% від зайнятого населення.

Як показує аналіз даних дослідження, в нашій країні бізнес-середовище не сприяє розвитку сфери туризму, про що свідчить 124 місце за цією складовою. Негативний вплив має рівень безпеки в країні – 127 місце.

Нажаль, безпосередньо сфера туризму в Україні теж не розглядається як пріоритетна, зокрема, за показником «пріоритетність розвитку сфери туризму для уряду країни» експерти відвели лише 122 сходинку.

Окрім індексу конкурентоспроможності країн у сфері подорожей та туризму світовим товариством розроблено та використовується численні рейтинги, за допомогою яких можна визначити стан розвитку національної економіки країн в цілому, рівень її інвестиційної привабливості, економічної

свободи, легкості ведення бізнесу тощо (табл. 1)

Таблиця 1  
Позиції України у світових рейтингах

Показник	Кількість країн	Зміна позиції	2015	2016	2017
Індекс глобальної конкурентоспроможності	137	▲	79	85	81
Легкість ведення бізнесу	180	▲	87	83	76
Індекс розвитку людського потенціалу	187	▼	81	84	-
Індекс економічної свободи	180	▲	162	162	166
Індекс сприйняття корупції	176	▼	130	131	-
Індекс брендів	100	▼	53	68	-

Згідно з рейтингом Всесвітнього економічного форуму Global Competitiveness Report 2016-2017, за своєю конкурентоспроможністю Україна посіла 81-е місце серед 140 держав (за рік піднявшись на чотири позиції). При формуванні рейтингу враховуються 12 чинників, серед яких – якість інфраструктури, макроекономічна стабільність, інноваційний потенціал, рівень технологічного розвитку, розвиток фінансового ринку, якість освіти та інші.

У 2017 році Україна поліпшила свої позиції в престижному світовому рейтингу Doing Business піднявшись на цілих 13 пунктів – з 83 місця на 76. Легкість ведення бізнесу оцінюється Світовим банком в 189 країнах світу, аналізуючи легкість відкриття нового бізнесу, отримання дозволу на будівництво, реєстрацію власності, отримання позики, захист прав інвесторів, сплату податків та інше.

За індексом розвитку людського потенціалу Україна залишається серед країн з високим рівнем людського розвитку і навіть по-

ліпшила деякі показники, наприклад, тривалість часу навчання. Проте є і негативні аспекти: Україна втратила кілька позицій у рейтингу і тепер її місце — одне з найнижчих серед країн регіону та Європи.

У 2015-му Україна в рейтингу Індекс економічної свободи 2017 року збільшила свій показник із 46,8 до 48,1 бала зі 100 можливих, але загалом опустилася зі 162-го на 166-те місце серед 180 країн-учасниць.

За індексом сприйняття корупції Україна у 2016 посіла 131 позицію з 176 країн, що приймають участь у рейтингу

Стрімко впала вартість України як бренду в рейтингу Brand Finance Nation Brands 100. Його щорічно складає британська консалтингова компанія Brand Finance. Серед 100 країн світу бренд "Україна" у 2016 році опустився на 68-у позицію: його оцінили в \$ 44 млрд (\$ 80 млрд і 53-є місце в 2015-му). Вартість національного бренду вираховують за чотири сегментами: туризм, людський капітал, продукти та інвестиції.

Слід зазначити, що представлений перелік рейтингів не є повним, однак він спроможний встановити уявлення про процеси, що здійснюються в країні та бути певним лакмусовим папірцем для потенційних міжнародних інвесторів, які розглядають можливість вкладення грошових ресурсів у розвиток галузей економіки країни, в тому числі індустрії туризму.

Тож державою повинні бути реалізовані певні кроки для виправлення ситуації, що складається, особливо в таких сферах як боротьба з корупцією, забезпечення безпеки в країні, розробка та впровадження брендів країни, в тому числі туристичного бренду, визначення та встановлення пріоритетів розвитку туристичної галузі.

Певні кроки встановлені в Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, а саме:

створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту;

забезпечення ефективного і комплексного використання наявного туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу з метою

розвитку туристичних територій, брендингу територій;

системне підвищення якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій з використанням можливостей кластерних моделей, державно-приватного партнерства та соціального замовлення;

удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг;

забезпечення відповідності ціни та якості туристичних продуктів і розроблення національних стандартів надання туристичних послуг відповідно до міжнародних стандартів;

організація системи якісної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців туристичного супроводу та обслуговування, інших професій сфери туризму та курортів.

#### Список використаної літератури

1. Морозова Н.С. Концепция формирования и развития конкуренции в туризме: монография/ Н.С. Морозова. – М:Рос НОУ, 2011. – 283 с.
2. Сорокина Т.В. Управление конкурентоспособностью объектов индустрии гостеприимства: теория и методология: автореферат дис...д-ра эк. наук/ Т.В. Сорокина. – М., 2011. – 30 с
3. Crouch G.I. Tourism, competitiveness and social prosperity/ G.I. Crouch, J.R. Ritchie//Journal of Business Research. – 1999. – № 44.–PP. 137–152.
4. Dwyer L. Destination competitiveness: a model and indicators/ L. Dwyer, C.W.Kim//Current Issues of Tourism.–2003.– Vol.6.–№ 5. – PP. 369–413.

Автори

**Брусильцева Ганна Миколаївна**, доцент, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (anna.brusiltseva@hneu.net).

Тези доповіді надійшли 09 січня 2018 року. (Пишіть дату, коли Ви відправили свою доповідь).

Опубліковано в авторській редакції.