

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528) www.economy.nayka.com.ua | № 12, 2018 | 27.12.2018 р.

DOI: [10.32702/2307-2105-2018.12.112](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2018.12.112)

УДК 338.48:339.92

*С. О. Полковниченко,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики,
Чернігівський національний технологічний університет
А. О. Мурай,
студентка, Чернігівський національний технологічний університет*

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

*S. O. Polkovnychenko
PhD (Economics), Associate Professor,
Associate Professor of Department of Marketing, PR-Technologies and Logistics,
Chernihiv National Technological University
A. O. Murai
student, Chernihiv National Technological University*

ASSESSMENT OF UKRAINE'S COMPETITIVENESS IN THE EUROPEAN MARKET OF TOURIST SERVICES

У статті визначено конкурентоспроможність України на європейському ринку туристичних послуг. Досліджено позиції України у рейтингу Індексу конкурентоспроможності сектора подорожей та туризму країн світу за 2013 і 2017 роки порівняно із європейськими країнами. З'ясовано, що в Україні в достатній мірі не використовуються сприятливі передумови для належного розвитку в'їзного туризму, до яких відносяться її вигідне геополітичне положення, природно-рекреаційні та культурно-історичні ресурси. Визначено проблеми, які знижують конкурентоспроможність туристичного продукту України на європейському ринку. Проаналізовано позиції України за складовими Індексу конкурентоспроможності у сфері туризму, які об'єднані в чотири групи (субіндекси), за 14 укрупненими показниками, пов'язаними із в'їздом туристів. З'ясовано, що конкурентними перевагами України є охорона здоров'я та гігієна, людські ресурси та ринок праці, цінова конкурентоспроможність туристичної індустрії, культурні ресурси та ділові поїздки. Найгірші показники спостерігались за такими складовими Індексу конкурентоспроможності як рівень безпеки в країні та бізнес-середовище. Обґрунтовано шляхи підвищення конкурентоспроможності України на європейському ринку туристичних послуг.

The article defines Ukraine's competitiveness in the European tourist services market as an opportunity to ensure production of such a tourist product that will be able to compete in the

established environment of the European market, that is, more than comparing to competitors meet the needs and expectations of tourists, reflect the optimal price–quality ratio.

The position of Ukraine in the rating of the World Travel and Tourism Competitiveness Index for 2013 and 2017 in comparison with the European countries is researched. Ukraine is disclosed to be ranked after all the EU countries and is only ahead of Macedonia, Serbia, Albania, Bosnia and Herzegovina and Moldova in this regard. It is revealed that Ukraine does not make sufficient use of favorable preconditions for proper development of inbound tourism, which includes its favorable geopolitical position, natural, recreational, cultural and historical resources.

The problems reducing competitiveness of tourist products of Ukraine in the European market are identified, namely: significant physical and moral depreciation of the material base of tourism; insufficient number of hotels and other means of placing with modern level of comfort, meeting the international standards; unsatisfactory safety conditions; low quality of roads; insufficient advertising and information support or even lack of information in European countries on the various places of Ukraine; weak management culture of tourism, etc., which testifies to ineffectiveness of the marketing policy for promotion of Ukrainian tourist product to the European market.

The position of Ukraine is analyzed with respect to the components of the Tourism Competitiveness Index, which are united into four groups (subindexes) characterizing the favorable environment in the country for tourism development, the state policy and the creation of favorable conditions in travel and tourism area, infrastructure, natural and cultural resources under 14 aggregate indicators related to inflow of tourists. It is revealed that Ukraine's competitive advantages are health and hygiene, human resources and labour market, price competitiveness of the tourism industry, cultural resources and business travel. The worst indicators were observed for such components of the Competitiveness Index as the level of security in the country and the business environment.

The ways of increase of competitiveness of Ukraine in the European market of tourist services are substantiated.

Ключові слова: туристична послуга; ринок туристичних послуг; конкурентоспроможність України на ринку туристичних послуг; індекс конкурентоспроможності сектора подорожей та туризму; конкурентні переваги.

Keywords: tourist service; tourist services market; Ukraine's competitiveness in the tourist services market; travel and tourism competitiveness index; competitive advantages.

Постановка проблеми. Туризм є однією із перспективних галузей економіки, яка динамічно розвивається і сприяє підвищенню економічного добробуту країни. Важливу роль в економічному зростанні країни відіграє міжнародний туризм. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (ВТО), частка туристичної галузі у світовому ВВП становить 10,4% (8,27 трлн дол. США), забезпечуючи при цьому 6,5% світового експорту (1,5 трлн дол.), 30% світового експорту послуг, кожне 10-е робоче місце на планеті [1; 2].

Залучення іноземних туристів позитивно впливає на національну економіку приймаючих країн через створення нових робочих місць, а відповідно зменшення безробіття, зростання ВВП, поповнення державного бюджету, поліпшення платіжного балансу країни та забезпечення стабільності валютного курсу. За останні 10 років кожне п'яте робоче місце було створено у туристичній галузі.

В умовах глобалізації та стрімкого зростання світового ринку туристичних послуг особливої актуальності набуває проблема конкурентоспроможності на даному ринку окремих країн. Адже із зростанням ринку розширюються можливості країн щодо реалізації наявного туристичного потенціалу, просування туристичного продукту і збільшення своєї частки. При цьому жорстка конкурентна боротьба змушує виробників туристичного продукту постійно шукати шляхи підвищення ефективності використання власних туристичних ресурсів, залучення іноземних туристів, зростання конкурентоспроможності надання туристичних послуг.

Найбільш відвідуваним регіоном світу на сьогоднішній день є Європа. Більшість європейських країн мають гарний туристичний імідж, давні традиції якісного туристичного обслуговування, широко використовуючи маркетингові засоби просування туристичних послуг. Будучи розташованою в центрі Європи і володіючи

потенціалом туристичної привабливості, Україна має всі можливості стати її туристичним центром. Проте у сучасних умовах наша держава займає незначну частку на світовому та європейському ринку в'їзного туризму, виступаючи здебільшого постачальником туристів на ці ринки, що означає відтік коштів із країни. А це потребує дослідження ситуації, яка склалась протягом останніх років, оцінки конкурентоспроможності України на європейському ринку туристичних послуг і пошуку можливостей її підвищення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняній економічній літературі останніх років дослідженню проблем розвитку туризму в Україні і його конкурентоспроможності приділяється значна увага. Зокрема, у науковій праці Н.І.Бабіної [3] проведено аналіз стану ринку міжнародного туризму, рейтингу країн світу за рівнем індексу конкурентоспроможності сектору подорожей і туризму та його складовими. Стаття В.М.Волошенка [4] присвячена розгляду основних чинників, що визначають конкурентоспроможність туристичної галузі України на світовому ринку, та механізмів державного управління конкурентоспроможністю туристичної галузі в сучасній Україні. У статті В.Я.Дубик і О.Б.Осідач [5] висвітлено маркетинговий підхід до аналізу конкурентоспроможності українських підприємств туристичного бізнесу, визначено шляхи ефективного формування маркетингової стратегії досягнення міжнародної конкурентоспроможності туристичних послуг українських підприємств в умовах інтеграції у ЄС. У статті Є.В.Смирнова та О.П.Смирнкової [6] досліджено сучасний стан українського туризму, а також особливості та перспективні напрямки його розвитку, визначено стратегію підвищення привабливості України як суб'єкта ринку туристичних послуг на міжнародному рівні. У роботі І.Г.Смирнова [7] розкрито сутність та різні підходи до оцінювання конкурентоспроможності країн на світовому туристичному ринку, визначено місце України у рейтингу Індексу конкурентоспроможності сфери подорожей та туризму, охарактеризовано складники індексу для України станом на 2015 р.

Разом з тим, проблемі позиціонування України на європейському ринку туристичних послуг приділено недостатньо уваги. Водночас євроінтеграційні прагнення України потребують досліджень саме в цьому напрямку.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження сучасного стану конкурентоспроможності України на європейському ринку туристичних послуг та обґрунтування шляхів її підвищення.

Виклад основного матеріалу. У загальній структурі міжнародних туристичних прибуттів найбільшу частку становить європейський континент – 51% у 2017 р., в тому числі країни ЄС – 41%. У 2017 р. європейські країни відвідало 670,6 млн туристів, що на 8% більше ніж у 2016 р. і на 38% більше ніж у 2010 р. У загальній структурі доходів від міжнародного туризму на частку європейських країн припадає 39%, у тому числі країн ЄС – 33%. У 2017 р. міжнародний туризм приніс європейським країнам доходів на суму 519,2 млрд дол., що на 8% більше ніж у 2016 р. і на 22,8% більше ніж у 2010 р. [1]. Домінуючий стан Європи в міжнародному туризмі забезпечується тим, що майже 85% її іноземного туризму створюється внаслідок туристичного обміну між європейськими країнами і тільки 15% – завдяки прибуттю з інших регіонів. Розвитку міжнародного туризму в Європі сприяють географічна близькість країн, розвинена мережа транспортних комунікацій, тісні економічні, культурні та етнічні зв'язки, унікальні туристичні ресурси, високорозвинена туристична індустрія [5].

Важливим завданням для України є виведення на європейський ринок конкурентоспроможного національного туристичного продукту, здатного зробити значний внесок у формування позитивного сальдо зовнішньої торгівлі та зростання ВВП.

Незважаючи на широку поширеність поняття «конкурентоспроможність», єдиного загальноприйнятого визначення поки не вироблено. Категорія «конкурентоспроможність» є складним поняттям, яке може приймати те чи інше значення в різних ситуаціях.

Залежно від предмета дослідження та рівня аналізу можна розглядати конкурентоспроможність продуктів (робіт, послуг), підприємств (організацій), галузей та секторів економіки, кластерів, регіонів, національної економіки. У найбільш широкому сенсі під конкурентоспроможністю розуміється потенційна можливість суб'єкта ефективно функціонувати у порівнянні з іншими суб'єктами ринку у конкурентному середовищі [8].

Конкурентоспроможність туристичних послуг є багатоплановою категорією, що залежить як від зовнішніх, так і від внутрішніх чинників, і визначається привабливістю туристичної галузі, її інфраструктурою та якістю самих послуг.

Під туристичною послугою розуміється комплекс послуг індустрії гостинності (готельні, рекреаційні, транспортні, страхові, екскурсійні та ін.), який надається окремій особі чи групі осіб для задоволення їх потреб, пов'язаних із переміщенням з місця постійного проживання до іншого на певний проміжок часу з метою відпочинку, оздоровлення, навчання та ін. [9]. В широкому сенсі – це все те, що може задовольнити потреби туристів.

Туристична послуга характеризується складною структурою; невідчутністю, непостійністю якості; невідривністю від місця її виробництва і споживання; нездатністю до зберігання і транспортування; відсутністю можливості демонстрації зразків у матеріальній формі, за винятком окремих елементів; високою залежністю від компетентності та професіоналізму обслуговуючого персоналу; впливом просторових і тимчасових чинників на процес споживання туристичної послуги.

Конкурентоспроможність країни на ринку туристичних послуг нами розглядається як її здатність забезпечувати виробництво конкурентоспроможних туристичних послуг, що є головною умовою присутності на

конкурентному ринку. Конкурентоспроможна туристична послуга більшою мірою порівняно з конкурентами відповідає потребам та очікуванням туристів при найменших витратах її надання. Така послуга повинна відображати оптимальне співвідношення «ціна – якість».

Отже, конкурентоспроможність України на європейському ринку туристичних послуг означає можливість забезпечення виробництва такого туристичного продукту, який буде здатний конкурувати в сформованому середовищі європейського ринку.

У 2005 р. Україна отримала повноправне членство в Європейській туристичній комісії, головним завданням якої є створення спільного простору європейського туризму шляхом проведення узгодженої політики в рекламно-інформаційній сфері, створення та просування інтегрованого іміджу та туристичного продукту об'єднаної Європи на світовий ринок [10].

Незважаючи на те, що у Законі України «Про туризм», прийнятому ще у 1995 р., зазначено, що держава проголошує туризм одним із пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки і створює умови для туристичної діяльності [11], а різноманітність туристських ресурсів дозволяє розвивати безліч видів в'їзного туризму (культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, спортивний, гірськолижний, діловий, екологічний, сільський тощо), у 2017 р. частка України на європейському ринку в'їзного туризму становила лише 2,1%, а в загальноєвропейських надходженнях від туристичної діяльності – 0,2% [1]. Натомість у 2013 р. дані показники мали значення 9,9% і 1,4% відповідно [12]. Нестабільна внутрішньополітична та економічна ситуація, збройний конфлікт на сході України спричинили як скорочення в'їзних туристів, так і загрозливе падіння доходів галузі.

Дані рейтингів економічного розвитку туристичної сфери, які складаються Світовою Радою подорожей та туризму, свідчать, що прямий внесок сфери туризму у ВВП, зайнятість і капітальні інвестиції нашої країни нижче середніх європейських показників. Так, у 2017 році за прямим внеском у ВВП Україна займала 173 місце з часткою 1,5% при середньому показникові в Європі – 2,5%, за прямим внеском у зайнятість – 171 місце з часткою 1,4% при середньому показникові в Європі – 1,8%, а за внеском у капітальні інвестиції – 175 місце з часткою 1,9% при середньому показникові в Європі – 4,4% [13].

Оскільки країни мають різні конкурентні переваги в туристичній сфері, достовірно оцінити конкурентоспроможність того чи іншого напрямку за допомогою кількісних показників досить складно. У зв'язку з цим використовується рейтинговий підхід.

Одним із ключових рейтингових показників конкурентоспроможності країни в сфері туризму є Індекс конкурентоспроможності сектора подорожей та туризму (Travel and Tourism Competitiveness Index), який складається Всесвітнім економічним форумом кожні два роки і охоплює близько 140 країн.

Дослідження проводиться за тісної співпраці із такими провідними міжнародними організаціями як Всесвітня туристична організація (UNWTO), Всесвітня Рада з подорожей і туризму (WTTC), Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA), Міжнародний союз охорони природи (IUCN) тощо.

В оцінках Всесвітньої туристичної організації представлено географічний поділ світу на укрупнені регіони і субрегіони. Відповідно до класифікації Україна відноситься до групи країн Центральної та Східної Європи, куди також входять країни Балтії, більшість країн СНД, Болгарія, Польща, Словаччина, Чехія, Угорщина і Румунія.

У рейтингу туристичної конкурентоспроможності країн світу Україна посідає досить невисоке місце. Так, у 2007 р. вона займала 78 місце (з індексом 3,89 із 7 можливих), у 2008-2009 рр. – 77 (з індексом 3,76 і 3,84 відповідно), у 2011 р. – 85 (з індексом 3,83), у 2013 р. – 76 (з індексом 3,98), у 2017 р. – 88 (з індексом 3,5) [14]. У рейтингу 2015 р. наша держава представлена не була, оскільки дослідження не проводилось. Але порівняно з дослідженням 2013 р. нами втрачено 12 позицій.

Якщо порівняти позиції України із європейськими країнами, то наша держава знаходиться після всіх країн ЄС і випереджає тільки Македонію, Сербію, Албанію, Боснію і Герцеговину та Молдову. Розвиток туристичної сфери в Україні сьогодні значно поступається найближчим країнам-сусідам з Євросоюзу – Польщі, Угорщині, Чехії. Європейськими і світовими лідерами в секторі подорожей і туризму останніх років є Іспанія, Франція і Німеччина (табл. 1).

Таблиця 1. Індекс конкурентоспроможності у сфері туризму та подорожей для у 2013-2017 рр.

2013				2015				2017			
Євро-па	Світ (140)	Країна	ТТСІ	Євро-па	Світ (141)	Країна	ТТСІ	Євро-па	Світ (136)	Країна	ТТСІ
1	1	<i>Швейцарія*</i>	5,66	1	1	Іспанія	5,31	1	1	Іспанія	5,43
2	2	Німеччина	5,39	2	2	Франція	5,24	2	2	Франція	5,32
3	3	Австрія	5,39	3	3	Німеччина	5,22	3	3	Німеччина	5,28
4	4	Іспанія	5,38	4	5	Велика Британія	5,12	4	5	Велика Британія	5,2
5	5	Велика Британія	5,38	5	6	<i>Швейцарія</i>	4,99	5	8	Італія	4,99
6	7	Франція	5,31	6	8	Італія	4,98	6	10	<i>Швейцарія</i>	4,94
7	9	Швеція	5,24	7	12	Австрія	4,82	7	12	Австрія	4,86
8	13	Нідерланди	5,14	8	14	Нідерланди	4,67	8	14	Португалія	4,74
9	16	<i>Ісландія</i>	5,10	9	15	Португалія	4,64	9	17	Нідерланди	4,64
10	17	Фінляндія	5,07	10	18	<i>Ісландія</i>	4,54	10	18	<i>Норвегія</i>	4,64
11	18	Бельгія	5,04	11	19	Ірландія	4,53	11	20	Швеція	4,55
12	19	Ірландія	5,01	12	20	<i>Норвегія</i>	4,52	12	21	Бельгія	4,54
13	20	Португалія	5,01	13	21	Бельгія	4,51	13	23	Ірландія	4,53
14	21	Данія	4,96	14	22	Фінляндія	4,47	14	24	Греція	4,51
15	22	<i>Норвегія</i>	4,98	15	23	Швеція	4,45	15	25	<i>Ісландія</i>	4,50
16	23	Люксембург	4,93	16	26	Люксембург	4,38	16	28	Люксембург	4,49
17	24	Мальта	4,92	17	27	Данія	4,38	17	31	Данія	4,43
18	26	Італія	4,90	18	31	Греція	4,36	18	32	Хорватія	4,42
19	29	Кіпр	4,84	19	33	Хорватія	4,30	19	33	Фінляндія	4,40
20	30	Естонія	4,82	20	36	Кіпр	4,25	20	36	Мальта	4,25
21	31	Чехія	4,78	21	37	Чехія	4,22	21	37	Естонія	4,23
22	32	Греція	4,75	22	38	Естонія	4,22	22	39	Чехія	4,22
23	35	Хорватія	4,59	23	39	Словенія	4,17	23	41	Словенія	4,18
24	36	Словенія	4,58	24	40	Мальта	4,16	24	43	<i>Російська Федерація</i>	4,15
25	39	Угорщина	4,51	25	41	Угорщина	4,14	25	44	<i>Туреччина</i>	4,14
26	40	<i>Чорногорія</i>	4,50	26	44	<i>Туреччина</i>	4,08	26	45	Болгарія	4,14
27	42	Польща	4,47	27	45	<i>Російська Федерація</i>	4,08	27	46	Польща	4,11
28	46	<i>Туреччина</i>	4,44	28	47	Польща	4,08	28	49	Угорщина	4,06
29	48	Латвія	4,43	29	49	Болгарія	4,05	29	52	Кіпр	4,02
30	49	Литва	4,39	30	53	Латвія	4,01	30	54	Латвія	3,97
31	50	Болгарія	4,38	31	59	Литва	3,88	31	56	Литва	3,91
32	54	Словаччина	4,32	32	61	Словаччина	3,84	32	59	Словаччина	3,90
33	63	<i>Російська Федерація</i>	4,16	33	66	Румунія	3,78	33	68	Румунія	3,78
34	66	<i>Грузія</i>	4,10	34	67	<i>Чорногорія</i>	3,75	34	70	<i>Грузія</i>	3,7
35	68	Румунія	4,04	35	71	<i>Грузія</i>	3,68	35	71	<i>Азербайджан</i>	3,7
36	75	<i>Македонія</i>	3,98	36	82	<i>Македонія</i>	3,50	36	72	<i>Чорногорія</i>	3,68
37	76	Україна	3,98	37	84	<i>Азербайджан</i>	3,48	37	81	<i>Казахстан</i>	3,79
38	77	<i>Албанія</i>	3,97	38	85	<i>Казахстан</i>	3,48	38	88	Україна	3,50
39	78	<i>Азербайджан</i>	3,97	39	95	<i>Сербія</i>	3,34	39	89	<i>Македонія</i>	3,49
40	88	<i>Казахстан</i>	3,82	40	106	<i>Албанія</i>	3,22	40	95	<i>Сербія</i>	3,38
41	89	<i>Сербія</i>	3,78	41	111	<i>Молдова</i>	3,16	41	98	<i>Албанія</i>	3,35
42	90	<i>Боснія і Герцеговина</i>	3,78	42				42	113	<i>Боснія і Герцеговина</i>	3,12
43	102	<i>Молдова</i>	3,60	43				43	117	<i>Молдова</i>	3,09

Джерело: складено авторами за [15].

*Курсивом виділено країни, які не є членами ЄС

Сьогодні Україну можна віднести до країн із середнім рівнем розвитку туристичного продукту, у якій в достатній мірі не використовуються сприятливі передумови для належного розвитку в'їзного туризму.

Перш за все, конкурентні переваги Україні забезпечує її вигідне геополітичне положення, оскільки наша держава знаходиться на європейському перехресті, будучи одночасно частиною Центрально-Східної та Південно-Східної Європи, що є сприятливим, зокрема, для ділового туризму.

Привабливими для європейських туристів є природно-рекреаційні та культурно-історичні ресурси України. За рівнем забезпеченості історичними, природними, культурними ресурсами, етнографічними надбаннями та пам'ятками архітектури, що можуть зацікавити іноземних туристів, наша держава займає одне з провідних місць в Європі [4; 6]. Розвитку пізнавального, лікувально-оздоровчого та екологічного туризму в Україні сприяють помірний клімат, своєрідність природних пейзажів, наявність різноманітної санаторно-курортної бази, унікальних природних та лікувальних об'єктів, флори і фауни, історико-культурних пам'яток.

Важливою рисою конкурентоспроможності країни на ринку туристичних послуг є високий рівень розвитку інфраструктури туризму та сервісу. Туристична інфраструктура включає транспортну, готельну, соціальну, харчову, інформаційну інфраструктуру, рівень розвитку яких безпосередньо залежить від зусиль і можливостей країни. Сьогодні в Україні спостерігається значний фізичний і моральний знос матеріальної бази туризму, недостатнє число готелів та інших засобів розміщення сучасного рівня комфорту, що відповідають міжнародним стандартам. Особливо насторожує потенційних подорожуючих стан безпеки в Україні. Серед актуальних проблем розвитку туризму також низька якість доріг; недостатнє рекламно-інформаційне забезпечення або взагалі відсутність інформації в європейських країнах про різноманітні місця України; слабка управлінська культура туризму та ін. [6; 16; 17], що свідчить про неефективність маркетингової політики щодо просування українського туристичного продукту на європейський ринок.

Індекс конкурентоспроможності у сфері туризму розраховується за 14 показниками, пов'язаними із в'їздом туристів, які об'єднані в чотири групи (субіндекси), що характеризують сприятливість середовища в країні для розвитку туризму, державну політику та створення сприятливих умов у сфері подорожей та туризму, інфраструктуру, природні та культурні ресурси (рис. 1).



Рис. 1. Складові субіндекси Індексу конкурентоспроможності сфери подорожей та туризму

Джерело: побудовано за [15]

Україна має різні оцінки за укрупненими складовими Індексу конкурентоспроможності у сфері туризму.

Зокрема, конкурентними перевагами України, відповідно до Індексу конкурентоспроможності сфери подорожей та туризму-2017 [15], є охорона здоров'я та гігієна – 8 місце (як у світі, так і в Європі), а також (хоча і з дещо гіршими позиціями) людські ресурси та ринок праці (41 місце у світі і 25 – у Європі), цінова конкурентоспроможність туристичної індустрії (45 місце у світі і 10 – у Європі), культурні ресурси та ділові поїздки (51 місце у світі і 22 – у Європі).

Найгірші показники спостерігались за такими складовими Індексу конкурентоспроможності як рівень безпеки в країні (127 місце, останнє серед європейських країн) та бізнес-середовище (124 місце, передостаннє в Європі, позаду лише Боснія і Герцеговина).

За іншими показниками на фоні європейських країн рейтинг України також невисокий. Наприклад, займаючи 81 місце у світі за показником інфраструктура інформаційно-комунікаційних технологій, наша держава знаходиться позаду всіх європейських країн, за винятком Албанії. За екологічною стійкістю, опинившись на 97 місці, Україна випередила лише три європейські країни.

Якщо деталізувати наведені на рис.1 показники, серед сильних позицій сфери туристичних послуг можна виділити: паритет купівельної спроможності, тобто можливість витратити меншу кількість грошей, ніж іноземці витратили б у своїй країні на той самий товар; відносну вартість розміщення в готелі; кількість спортивних стадіонів із вмістимістю більше, ніж 20 тис. місць; кількість культурних об'єктів світової спадщини; якість залізничної інфраструктури; щільність залізничних шляхів; достатню кількість банкоматів задля обміну валют іноземними туристами; кількість авіакомпаній; час, необхідний для відкриття бізнесу; вартість відкриття бізнесу тощо.

Найслабші позиції сфери туристичних послуг України виявились за такими показниками як: якість доріг; ступінь впливу оподаткування до інвестування; захист прав власності; вплив регуляторного середовища на приплив прямих іноземних інвестицій; індекс тероризму; пріоритетність розвитку сфери туризму для уряду країни; ступінь впливу оподаткування на стимули праці; щільність мережі аеропортів; рівень дотримання екологічних норм законодавства; ступінь регулювання екологічних норм; загальний рівень податків; розповсюдженість ВІЛ; сталість розвитку туристичної індустрії; якість туристичної інфраструктури (готелів, курортів, розважальних закладів тощо); кількість готельних номерів на 100 жителів; ефективність маркетингу та рекламних заходів для залучення туристів; якість авіаційної інфраструктури тощо.

Для того, щоб розвивати туристичну галузь в Україні, необхідно посилити роль держави, яка зможе забезпечити матеріальну підтримку розвитку туризму. Як показує досвід різних країн, успіх розвитку туризму залежить від того, як на державному рівні сприймається ця сфера. Зацікавленість держави в туризмі дозволяє значно збільшити експорт туристичних послуг і забезпечити їх позитивне сальдо.

Проведений аналіз дає можливість визначити шляхи вдосконалення державної політики розвитку туризму в процесі забезпечення євроінтеграційної діяльності України, серед яких важливе місце належить: формуванню привабливого туристичного іміджу країни та її регіонів; удосконаленню правових засад регулювання у сфері туризму; стимулюванню підприємств до розвитку туристичної інфраструктури, створення нових робочих місць; збільшенню асортименту туристичних послуг; впровадженню ефективних фінансово-економічних механізмів для стимулювання туристичної діяльності та залучення інвестицій ЄС задля розбудови найбільш відвідуваних місць; збільшенню уваги до іноземних туристів; поширенню реклами туристичних місць України за кордоном; поглибленню співпраці з міжнародними туристичними компаніями; збільшенню витрат на маркетингову політику просування туристичного продукту на європейський ринок; поширенню інформації через онлайн-комунікації; проведенню відкритих форумів серед молоді щодо пошуку нових ідей для поліпшення туристичної сфери; покращенню екологічної ситуації тощо.

Для підвищення конкурентоспроможності України на ринку європейських послуг необхідно сформувати ефективну модель співпраці держави, бізнесу та суспільства. Для залучення більшої кількості іноземних туристів Україні доцільно брати участь у різних міжнародних виставках, презентуючи національний туристичний продукт. А для використання кращого європейського досвіду до розробки програм розвитку туристичної галузі варто залучити вітчизняних і зарубіжних фахівців сфери туризму.

Висновки. Незважаючи на значний туристичний потенціал, Україна сьогодні програє європейським країнам за багатьма показниками конкурентоспроможності туристичних послуг, оскільки не приділяє належної уваги цій сфері, не раціонально використовує свої конкурентні переваги, пов'язані з геополітичним положенням, забезпеченням природними лікувальними та історико-культурними ресурсами. Наша держава є практично не конкурентоспроможною, що зумовлено, перш за все, недостатнім розвитком інфраструктури туризму та сервісу, неефективністю державної політики; відсутністю сформованого привабливого туристичного іміджу країни.

Підвищення конкурентоспроможності сфери туризму – ключове завдання економіки сучасної України. Досягти високого рівня розвитку інфраструктури туризму та сервісу можливо лише за умови залучення достатніх інвестицій у найбільш привабливі туристичні напрями країни. Важливо спрямувати зусилля на формування за кордоном позитивного іміджу України як країни, здатної забезпечити туристам не тільки доступність культурних і природних об'єктів для огляду, але і безпеку, комфортні умови проживання і пересування, розумну цінову політику, високі стандарти гостинності. При цьому необхідно постійно працювати над вдосконаленням власного національного туристичного продукту, перетворюючи його у конкурентоспроможний, і просуванням цього продукту на європейський та світовий ринок туристичних послуг.

Список літератури.

1. UNWTO Tourism Highlights, 2018 Edition. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>
2. Travel & tourism economic impact. 2018. World. URL: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2018/world2018.pdf>

3. Бабіна Н.І. Аналіз рейтингу конкурентоспроможності країн у галузі міжнародного туризму. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 3. С.33-38. URL: <http://global-national.in.ua/vipusk-3-2015/326-babina-n-i-analiz-rejtingu-konkurentospromozhnosti-krajn-u-galuzi-mizhnarodnogo-turizmu>
4. Волошенко В. Механізми державного управління конкурентоспроможністю туристичної галузі в сучасній Україні. Публічне адміністрування: теорія та практика. 2014. Вип.1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp_2014_1_6
5. Дубик В.Я., Осідач О.Б. Маркетинговий підхід до аналізу конкурентоспроможності вітчизняних підприємств туристичного бізнесу в умовах євроінтеграції. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2016. Вип. 26.2. С.64-69.
6. Смирнов Є.В., Смирнова О.П. Стратегічні імперативи розвитку туристичної галузі України. *Економіка та держава*. 2016. №8. С.28-34.
7. Смирнов І.Г. Визначення рівня конкурентоспроможності країн світу в туризмі: сучасні підходи. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Серія: Економічні науки*. 2015. №5-6 (82-83). С.37-49.
8. Мігущенко Ю.В. Методика оцінки конкурентоспроможності туристичної сфери України. *Економіка. Управління. Інновації*. 2013. №1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_1_39
9. Амеліна І.В., Попова Т.Л., Владимиров С.В. Міжнародні економічні відносини: навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 256 с.
10. Україна стала членом Європейської туристичної комісії. URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/politics/92650-ukraina-stala-chlenom-evropejskoi-turistichnoi-komisii.htm>
11. Про туризм. Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР, редакція від 04.11.2018, підстава – 2581-VIII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
12. UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416226>
13. Travel & Tourism Economic Impact, 2018. Ukraine. URL: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/ukraine2018.pdf>
14. Рейтингові оцінки конкурентоспроможності українського туризму 2017. URL: <http://edclub.com.ua/analitika/rejtingovi-ocinky-konkurentospromozhnosti-ukrayinskogo-turizmu-2017>
15. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>
16. Степаненко Н.О. Розвиток туристичної діяльності України в умовах євроінтеграції. *Міжнародні відносини. Серія «Економічні науки»*. 2017. №10. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ес_n/article/view/3107
17. Полковниченко С.О. Сучасний стан туристичного співробітництва України з Європейським Союзом. *Науковий вісник Полісся*. 2015. №3. С.78-84.

References.

1. UNWTO (2018) “UNWTO Tourism Highlights, 2018 Edition”, available at: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876> (Accessed 10 Dec 2018).
2. World Travel & Tourism Council (2018) “Travel & tourism economic impact. 2018. World”, available at: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2018/world2018.pdf> (Accessed 10 Dec 2018).
3. Babina, N.I. (2015), “Analysis of rating of countries competitiveness in international tourism”, *Global`ni ta nacional`ni problemy ekonomiky*, vol.3, pp.33-38, available at: <http://global-national.in.ua/vipusk-3-2015/326-babina-n-i-analiz-rejtingu-konkurentospromozhnosti-krajn-u-galuzi-mizhnarodnogo-turizmu> (Accessed 10 Dec 2018).
4. Voloshenko, V.M. (2014), “Mechanisms of public administration of competitiveness of the tourism industry in modern Ukraine”, *Publichne administruvannya: teoriya ta praktyka*, vol.1, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp_2014_1_6 (Accessed 10 Dec 2018).
5. Dubyk, V.Ya., Osidach, O.B. (2016), “Marketing Approach to Competitiveness Analysis of Domestic Touristic Enterprises in Terms of European Integration”, *Naukovyj visnyk NLTU Ukrayiny*, vol.26.2, pp.64-69.
6. Smyrnov, I., Smyrnova, O. (2016), “Strategic imperatives of development tourism in Ukraine”, *Ekonomika ta derzhava*, vol. 8, pp.28-34.
7. Smyrnov, I. (2015), “Definition of the world competitiveness in tourism: new approaches”, *Zovnishnya torgivlya: ekonomika, finansy, pravo. Seriya: Ekonomichni nauky*, vol. 5-6 (82-83), pp.37-49.
8. Mihushenko, Y.V. (2013), “Methods of evaluating competitiveness of Ukraine tourism industry”, *Ekonomika. Upravlinnya. Innovaciyi*, vol. 1, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_1_39 (Accessed 10 Dec 2018).
9. Amelina, I.V. Popova, T.L. and Vladimirov, S.V. (2013), *Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny [International Economic Relations]*, Tsentр uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.
10. Obozrevatel (2005), “Ukraine became a member of the European Tourism Commission”, available at: <https://www.obozrevatel.com/ukr/politics/92650-ukraina-stala-chlenom-evropejskoi-turistichnoi-komisii.htm> (Accessed 10 Dec 2018).
11. Verkhovna Rada of Ukraine (1995), Law of Ukraine “On tourism”, available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (Accessed 10 Dec 2018).

12. UNWTO (2014) “UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition”, available at: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416226> (Accessed 10 Dec 2018).
13. World Travel & Tourism Council (2018) “Travel & Tourism Economic Impact, 2018. Ukraine”, available at: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/ukraine2018.pdf> (Accessed 10 Dec 2018).
14. Economic Discussion Club (2018) “Rating Assessments of the Competitiveness of Ukrainian Tourism 2017”, available at: <http://edclub.com.ua/analytika/rejtingovi-ocinky-konkurentospromozhnosti-ukrayinskogo-turyzmu-2017> (Accessed 10 Dec 2018).
15. World Economic Forum (2017) “The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017”, available at: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017> (Accessed 10 Dec 2018).
16. Stepanenko, N.O. (2017), “Development of tourism activity of Ukraine in terms of European integration”, *Mizhnarodni vidnosyny. Seriya «Ekonomichni nauky»*, vol. 10. Available at: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3107 (Accessed 10 Dec 2018).
17. Polkovnychenko, S.O. (2015), “The current state of cooperation in tourism between Ukraine and the European Union”, *Naukovyj visnyk Polissya*, vol. 3. pp.78-84.

Стаття надійшла до редакції 20.12.2018 р.