

АНАЛІЗ І ДИНАМІКА РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

ANALYSIS AND DYNAMICS OF COMPETITIVE ADVANTAGES DEVELOPMENT OF TOURISM INDUSTRY ENTITIES

Статтю присвячено аналізу одному з критеріїв конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії – конкурентним перевагам, до яких ми відносимо туристичну інфраструктуру, туристичну привабливість та потенційні можливості. Проаналізовано динаміку кількості туристів обслугованих туроператорами та турагентами у регіонах держави у 2016–2021 роках, де спостерігаємо позитивну динаміку, за винятком 2020 року, де спостерігались кризові явища пов'язані з пандемією COVID-19. Проаналізовано кількість реалізованих туроператорами туристичних путівок з 2016 по 2021 роки, встановлено, що вони зросли на 60,9 %, хоча не досяг свого піку у 2019 році. Звернуто увагу на показник середньої вартості однієї путівки реалізованої туроператорами та турагентами за регіонами України в досліджуваний період, цей показник відображає рівень ексклюзивності та престижності пропозицій суб'єктів господарювання. Досліджено кількість туроднів за реалізованими туроператорами та турагентами туристичними путівками. Проаналізовано показник кількості та площі об'єктів природно-заповідного фонду (ПЗФ) регіонів держави за 2016–2021 роки. Розраховано інтегральний індекс конкурентних переваг суб'єктів туристичної індустрії за регіонами держави.

Ключові слова: конкурентні переваги, туристична індустрія, конкурентний потенціал, суб'єкти туристичної індустрії, туризм.

The article analyzes the criterion of competitive advantages of the tourism industry subjects, considering it as an element of the tourist entity's competitive potential. This criterion includes tourist infrastructure, tourist attractions, and potential opportunities. The study seeks to reveal and analyze the dynamics of competitive advantages of the tourism industry subjects. The task is to evaluate the dynamics of competitive advantage indicators from the standpoint of the competitive potential of the tourism industry subjects. The dynamics of the number of tourists served by tour operators and travel agents in various regions of the country in 2016–2021 demonstrates a positive trend, except in 2020, when crisis phenomena related to the COVID-19 pandemic deeply affected the tourist industry. The study findings argue that the growth in the number of tourists served by tour operators and travel agents and the number of travel packages sold by tour operators is an indicator of the growth in the popularity and attractiveness of subjects, which leads to an increase in incomes, expansion of development opportunities, and improvement of the overall competitive potential. Attention is drawn to the indicator of the average cost of one ticket sold by tour operators and travel agents in the regions of Ukraine in the studied period since this indicator reflects the rank of exclusivity and prestige of the business entities' offers. The number of travel days according to travel vouchers sold by tour operators and travel agents, the indicators of the number of objects of the nature reserve fund (NPF), and their size in the regions in the 2016–2021 period have also been examined. The integrated index of competitive advantages of tourism industry entities by region was calculated. The research findings prove that natural resources and picturesque landscapes (the land area of the objects of the nature reserve fund) are a significant competitive advantage that attracts tourists searching for ecotourism and adventure recreation.

Key words: competitive advantages, tourism industry, competitive potential, subjects of the tourism industry, tourism.

УДК 338.483:005.52

DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.13-16>

Єрко І.В.¹

кандидат географічних наук,
доцент кафедри туризму
та готельного господарства,
Волинський національний університет
імені Лесі Українки

Ierko Iryna

Lesya Ukrainka Volyn National University

Постановка проблеми. У туристичній індустрії постійно триває змагання за споживачів. Кожен суб'єкт туристичної індустрії намагається запропонувати щось особливе: кращу ціну, вищий рівень сервісу або унікальний продукт, який відрізнятиме їх від конкурентів. Конкурентні переваги, як один із показників трансформації конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії, мають ефективне використання і можуть призвести до значного зростання популярності, доходів та загальної конкурентоспроможності, і вони впливають на трансформацію конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії в Україні [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Журба І.Є., Несторишен І.В. досліджували динаміку кількості міжнародних туристичних поїздок за період 2019–2022 рр., а також особливості відновлення туристичного сектору у різних регіонах [2].

Кирилов Ю.Є., Грановська В.Г., Алещенко Л.О. розглядали питання формування та використання на практиці конкурентних переваг суб'єктів галузі туризму. На основі аналізу авторами була проаналізована динаміка кількості туристів, які були обслуговані турагентами і туроператорами в Україні, виявлено основні тенденції і зміни в структурі видів туризму та чинники, що на їх впливали [3].

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є аналіз і динаміка розвитку конкурентних переваг суб'єктів туристичної індустрії. Завдання: проаналізувати та дати оцінку динаміки розвитку конкурентних переваг, як одного з критеріїв конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз конкурентних переваг суб'єктів туристичної

¹ ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5395-7557>

індустрії за показниками, які його характеризують (кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, кількість реалізованих туроператорами туристичних путівок, вартість туристичних пакетів, реалізованих туроператорами та турагентами, середня вартість однієї путівки, кількість реалізованих туроднів, кількість та площа земель об'єктів природно-заповідного фонду) дозволить виявити наявні сильні сторони суб'єктів господарювання та їх потенційні можливості у формуванні туристичної привабливості дестинації. Для аналізу та оцінки конкурентних переваг суб'єктів туристичної індустрії використаємо первинні статистичні дані Державної служби статистики України [4].

Динаміка кількості туристів обслугованих туроператорами та турагентами у регіонах держави у 2016–2021 роках (рис. 1) показує, що найбільша їх кількість упродовж усіх років була у м. Київ, Львівській, Дніпропетровській, Одеській, Івано-Франківській, Київській областях. Натомість, найнижчі значення мають: Луганська, Кіровоградська, Донецька, Сумська, Житомирська області.

Досліджуючи кількість туристів обслугованих туроператорами та турагентами у регіонах держави з 2016 можна побачити позитивну динаміку, за винятком 2020 року, де спостерігались кризові явища пов'язані з пандемією COVID-19. Кількість туристів обслугованих туроператорами і турагентами в Україні у 2016 році становила 2444785 осіб, то у 2021 році збільшилась на 50,3% і становила 3675422 осіб. Варто зауважити, що найбільше туристів отримали туроператорські та турагентські послуги у 2019 році і їх кількість становила – 6045257 осіб [4].

Зростання цього показника свідчить про те, що суб'єкти туристичної індустрії стають більш популярним і привабливим для туристів. Це може призвести до збільшення доходів, розширення

можливостей для розвитку та покращення загального конкурентного потенціалу.

Аналіз кількості реалізованих туроператорами туристичних путівок з 2016 по 2021 років зріс на 60,9 %, хоча не досяг свого піку у 2019 році, який становив – 3345172 одиниці [4]. Збільшення кількості путівок дозволяє залучити нових клієнтів, підвищити конкурентоспроможність та посилити позиції на ринку туристичних послуг. Лідерами впродовж усіх років за кількістю реалізованих туроператорами туристичних путівок є м. Київ, Львівська, Дніпропетровська, Івано-Франківська, Одеська, Харківська області. Найменша кількість путівок було реалізовано у Луганській, Житомирській, Кіровоградській та Тернопільській областях. Кількість реалізованих туроператорами туристичних путівок відображає диверсифікацію пропозицій та здатність суб'єктів задовольняти різні потреби й вподобання туристів.

Аналізуючи попередні показники варто звернути увагу на вартість туристичних пакетів, реалізованих туроператорами та турагентами (рис. 2) за регіонами держави у 2016–2021 роках. Вартість туристичних пакетів коливається від 21122,8 грн у 2016 році до 1875619 грн у 2021 році. Лідирує за вартістю туристичних пакетів м. Київ, з показником який зріс на 122,7% у 2021 році, в порівнянні з 2016 і становить – 48151869 тис. грн [4]. Найвищу вартість туристичних пакетів мають Львівська, Дніпропетровська, Харківська, Одеська та Київська області, де є більш платоспроможні туристи. Відповідно найменша вартість турпакетів зосереджена у Луганській, Кіровоградській, Хмельницькій, Тернопільській областях.

Вартість туристичних пакетів, реалізованих туроператорами та турагентами свідчить про цінову політику суб'єкта та його здатність генерувати більший дохід з кожного туриста. Зростання

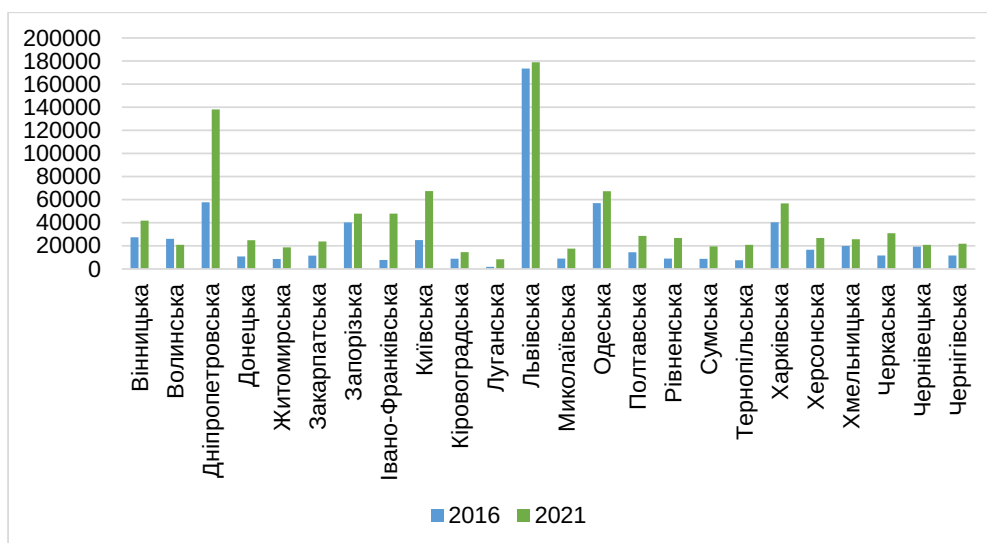


Рис. 1. Динаміка кількості туристів обслугованих туроператорами та турагентами у регіонах держави у 2016 та 2021 роках

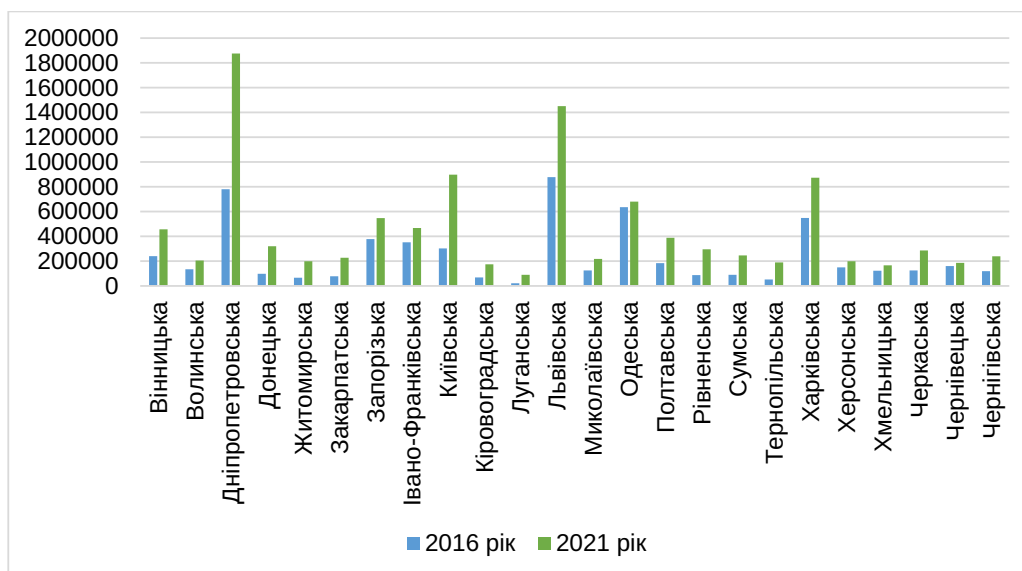


Рис. 2. Динаміка вартості туристичних пакетів, реалізованих туроператорами та турагентами за регіонами держави у 2016 та 2021 роках

загальної вартості пакетів може призвести до покращення рентабельності, інвестування в розвиток та зміцнення конкурентних позицій.

Варто звернути увагу на показник середньої вартості однієї путівки реалізованої туроператорами та турагентами за регіонами України з 2016 по 2021 роки, де цей показник відображає рівень ексклюзивності та престижності пропозицій суб'єктів господарювання. Аналізуючи рисунок 3 можемо спостерігати в цілому незначні коливання середньої вартості однієї путівки з 2016 по 2021 роки. Регіонами із найнижчими вартісними показниками є: Львівська, Івано-Франківська області, це

пов'язано із високим рівнем конкуренції між туроператорами та турагентами, що призводить до тиску на ціни, та орієнтації на певні групи туристів та різноманіття путівок (від бюджетних до дороговартісних), які, як правило, більш чутливі до ціни. Це може призвести до того, що ціни на путівки будуть нижчими, ніж в інших областях, де туристи готові платити більше.

Середня вартість однієї путівки може мати значний вплив на трансформацію конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії, а саме може призвести до зростання доходів для суб'єктів туристичної індустрії, що може сприяти

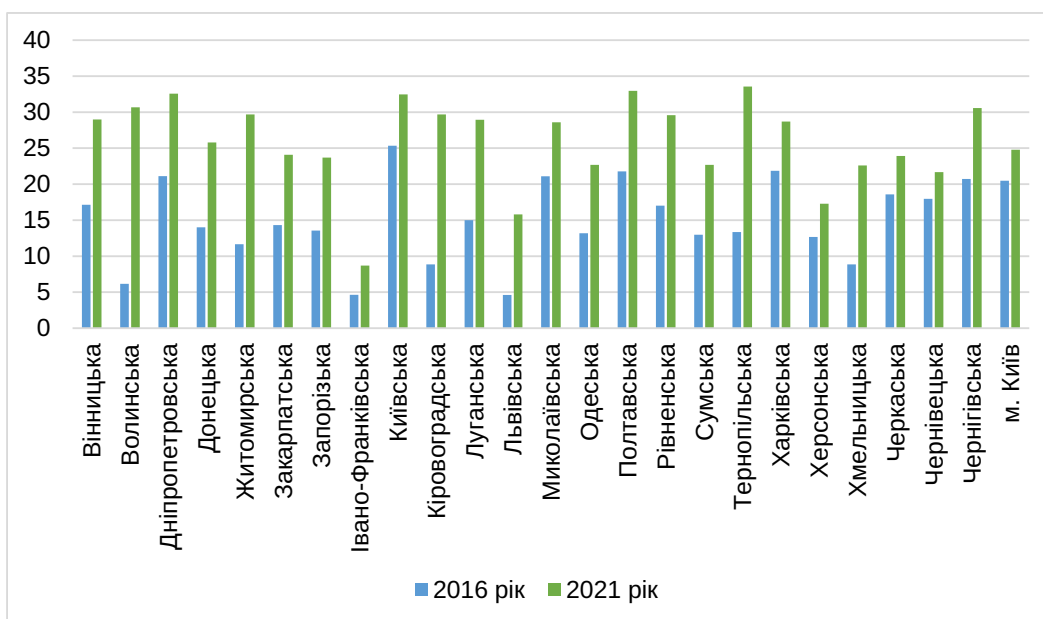


Рис. 3. Динаміка середньої вартості однієї путівки реалізованої туроператорами та турагентами за регіонами України у 2016 та 2021 роках

їх розвитку, покращенню інвестиційної привабливості та зростанню рентабельності для суб'єктів туристичної індустрії, що може дозволити їм пропонувати більш високий рівень послуг та інвестувати в нові продукти та послуги; підвищенню стійкості і як результат – зробити суб'єктів туристичної індустрії більш стійкими до економічних спадів, оскільки вони зможуть генерувати більше доходу з меншою кількістю туристів.

Важливим показником оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії є кількість туроднів за реалізованими туроператорами та турагентами туристичними путівками. Цей показник свідчить про те, скільки часу туристи проводять, користуючись послугами суб'єктів господарювання. Аналізуючи даний показник (рис. 4) варто зауважити що лідируючі позиції утримують Львівська, Дніпропетровська, Одеська, Харківська та Київська області. Низькі показники спостерігаємо у Луганській, Кіровоградській, Хмельницькій, Тернопільській областях.

Як видно із рисунку 4. починаючи з 2016 року кількість туроднів за реалізованими туроператорами та турагентами туристичними путівками поступово зростає та досягає свого піку у 2019 році. З пандемічними обмеженнями та закриттям кордонів у 2020 році спостерігаємо активний спад від 20 до 30%, а у 2021 році іде поступове зростання кількості туроднів на 15% в порівнянні з 2020 роком. Отже, збільшення кількості туроднів може призвести до росту доходів, стимулювати розвиток додаткових послуг та покращити загальний досвід туристів.

Наявність природних ресурсів та мальовничих ландшафтів може бути значною конкурентною перевагою, тому варто проаналізувати показник кількості

та площі об'єктів природно-заповідного фонду (ПЗФ) регіонів держави за 2016–2021 роки (рис. 5).

З рисунку 5. видно, що найбільшу кількість об'єктів ПЗФ мають: Чернігівська, Тернопільська, Івано-Франківська, Черкаська та Хмельницька області. Найменшу кількість об'єктів ПЗФ спостерігаємо в Херсонській, Одеській та Миколаївській областях. Динаміка кількості об'єктів ПЗФ упродовж 2016–2021 років за регіонами України практично лишається стабільною, з незначними коливаннями. Області з найбільшою площею об'єктів ПЗФ це: Херсонська, Київська, Хмельницька та Чернігівська. Доступ до таких об'єктів може привабити туристів, які шукають екотуризму, пригонницького відпочинку або інших видів туризму.

Аналіз вище наведених показників дозволив розрахувати інтегральний індекс конкурентних переваг суб'єктів туристичної індустрії за регіонами держави за період 2016–2021 роки, який наведено у таблиці 1.

Динаміка інтегрального індексу конкурентних переваг суб'єктів туристичної індустрії за регіонами держави у 2016 та 2021 роках наведено на рисунку 6.

Як зазначалось вище, конкурентні переваги варто розглядати у площині 3-х складових: здатність ефективно використовувати потенціал території; здатність виробляти конкурентоспроможний продукт; здатність суб'єкта туристичної індустрії задовольняти потреби ринку. З рисунку 6 видно, що упродовж 2016–2021 років, найкраще конкурентні переваги розвинені у м. Київ, Чернігівській та Київській областях. Впродовж 2020–2021 років спостерігаємо покращення конкурентних переваг у Волинській, Житомирській, Львівській, Кіровоградській, Тернопільській областях.

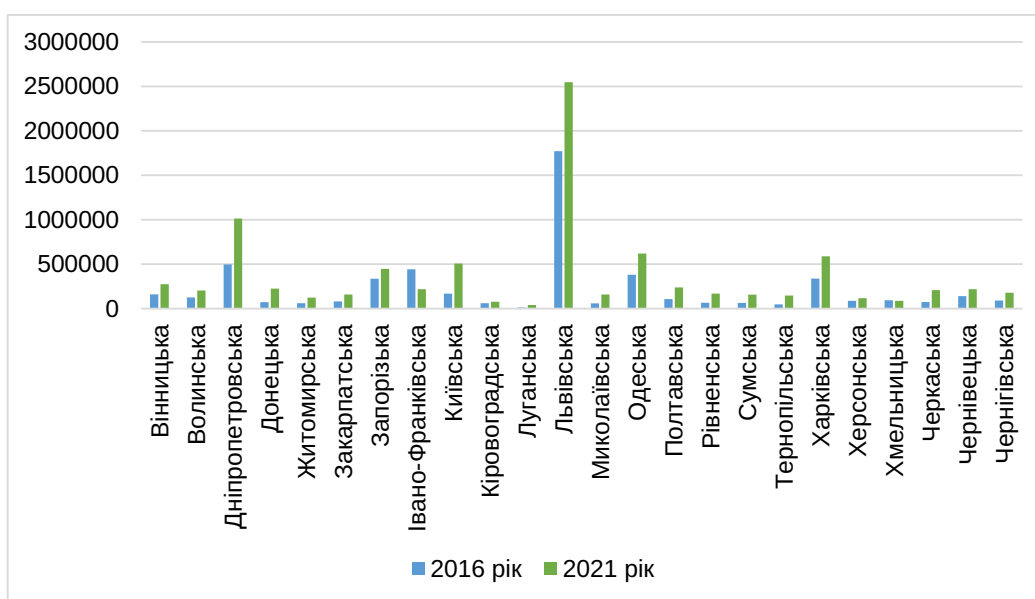


Рис. 4. Динаміка кількості туроднів за реалізованими туроператорами та турагентами туристичними путівками за регіонами у 2016, 2021 роках

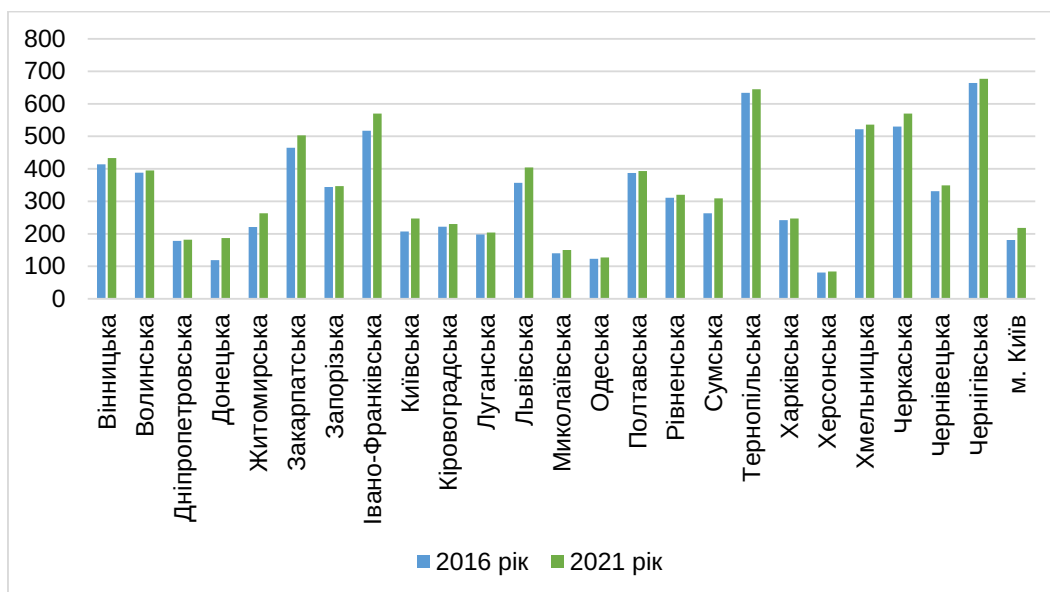


Рис. 5. Динаміка кількості об'єктів природно-заповідного фонду (ПЗФ) у регіонах держави у 2016 та 2021 роках

Таблиця 1

Інтегральний індекс конкурентних переваг суб'єктів туристичної індустрії за регіонами держави у 2016–2021 роках

Регіони	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік
Вінницька	0,220	0,273	0,247	0,239	0,244	0,247
Волинська	0,222	0,245	0,263	0,269	0,303	0,308
Дніпропетровська	0,217	0,220	0,227	0,216	0,239	0,242
Донецька	0,152	0,133	0,163	0,165	0,193	0,199
Житомирська	0,171	0,171	0,196	0,192	0,229	0,239
Закарпатська	0,258	0,266	0,286	0,265	0,281	0,290
Запорізька	0,225	0,235	0,249	0,250	0,247	0,247
Івано-Франківська	0,245	0,2545	0,263	0,259	0,267	0,269
Київська	0,333	0,325	0,341	0,337	0,337	0,335
Кіровоградська	0,141	0,162	0,182	0,178	0,211	0,216
Луганська	0,165	0,165	0,176	0,187	0,200	0,203
Львівська	0,233	0,242	0,229	0,244	0,252	0,291
Миколаївська	0,193	0,185	0,192	0,209	0,194	0,197
Одеська	0,185	0,183	0,185	0,189	0,196	0,200
Полтавська	0,277	0,274	0,267	0,262	0,285	0,292
Рівненська	0,241	0,241	0,262	0,263	0,275	0,277
Сумська	0,208	0,225	0,253	0,236	0,227	0,238
Тернопільська	0,268	0,270	0,283	0,287	0,333	0,334
Харківська	0,223	0,213	0,222	0,211	0,217	0,219
Херсонська	0,236	0,238	0,244	0,240	0,236	0,238
Хмельницька	0,300	0,291	0,303	0,293	0,336	0,339
Черкаська	0,252	0,246	0,251	0,237	0,249	0,256
Чернівецька	0,222	0,206	0,202	0,204	0,202	0,212
Чернігівська	0,368	0,369	0,380	0,381	0,376	0,377
м. Київ	0,734	0,716	0,733	0,733	0,732	0,732

Висновки. В цілому, позитивна динаміка розвитку конкурентних переваг, як одного з критеріїв трансформації конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії дає можливість зробити висновок, що: зростання кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, та реалізованих туроператорами туристичних путівок свідчить про зростання популярності та привабливості суб'єктів, що може призвести до збільшення доходів, розширення можливостей для розвитку та покращення загального конкурентного потенціалу; зростання загальної вартості туристичних пакетів путівок та середньої вартості однієї путівки вказує на покращення рентабельності, інвестування в розвиток та зміцнення конкурентних позицій суб'єктів; зростання кількості реалізованих туроднів та загальної вартості путівок свідчити про те, що суб'єкт успішно стимулює додаткові витрати та максимізує свій дохід; наявність природних ресурсів та мальовничих ландшафтів (площа земель об'єктів природно-заповідного фонду) може бути значною конкурентною перевагою, що приваблює туристів, які шукають екотуризму, пригодницького відпочинку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Єрко І.В. Конкурентні переваги як один з критеріїв трансформації конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії. Підприємництво і торгівля : збірник наукових праць / [редакц. кол.: Куцик П.О., Семак Б.Б. та ін.]. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету,

2023. Вип. 38. С. 29–37. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2023-38-04>

2. Журба І.Є., Несторишен І.В. Аналіз показників індустрії туризму в Україні та світі: проблеми та перспективи розвитку. *Development service industry management*, (1), 50–55. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1\(5\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1(5))

3. Кирилов Ю.Є., Грановська В.Г., Алещенко Л.О. Формування конкурентних переваг суб'єктів туристичної галузі. *Економіка АПК*. 2020. № 5. С. 45–55. DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202005045>

4. Державна служба статистики. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

REFERENCES:

1. Ierko I. (2023) Competitive advantages as one of the criteria for transforming the competitive potential of tourism industry entities. *Entrepreneurship and Trade*. № 38. P. 29–37. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2023-38-04> (accessed 10. 06.2024)

2. Zhurba I., Nestorishen I. (2023). Analysis of indicators of the tourism industry in Ukraine and the world: problems and development prospects. *Development service industry management*, (1), 50–55. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1\(5\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1(5)) (accessed 10. 06.2024)

3. Kyrylov, Yu.Ye., Hranovska, V.H. & Alieshchenko, L.O. (2020). Formuvannia konkurentnykh perevah sub'iektiv turystychnoi haluzi [Formation of competitive advantages of tourism industry entities]. *Ekonomika APK*, 5, pp. 45–55 [In Ukrainian]. DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202005045> (accessed 10. 06.2024)

4. State Statistics Service of Ukraine. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 10. 03.2024).