

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНЦІЇ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

В умовах сучасної глобальної економіки все більше держав бере участь у міжнародному поділі праці, кооперації і спеціалізації виробництва та торгівлі як товарами, так і послугами. Це призводить до появи на міжнародній арені все більшої кількості країн-конкурентів, які прагнуть зайняти визначене місце на ринку. В сучасній економіці послуги забезпечують переважну частину валового продукту більшості розвинених країн світу. Розвиток таких їх видів, як фінанси, транспорт і зв'язок відіграє істотну роль у промисловому розвитку всіх країн. Закономірною складовою розвитку сфери послуг є конкурентна боротьба. Передумовами виникнення цього явища є відмінності в забезпеченості природними ресурсами, кваліфікованою робочою силою, різний рівень економічного розвитку галузі в країнах світу та науково-технічного потенціалу держав.

Конкуренція в сфері послуг представляє собою змагання між компаніями (або країнами) за виробництво послуг з певним набором властивостей, які мають переважну цінність для споживача в порівнянні з аналогічними, що надаються конкурентами. З економічної точки зору, конкуренція в цій сфері представляє собою процес взаємодії ринкових суб'єктів, в результаті якого з них виділяються найсильніші з точки зору забезпеченості факторами виробництва, ресурсами, технологіями для розвитку галузі і які визначають загальні тенденції її функціонування.

Міжнародна конкуренція набуває певних особливостей в кожній галузі сфери послуг, що вимагає відповідного вибору форм та методів змагання на ринку. Згідно «даймонда М. Портера» сутність конкуренції в будь-якій галузі економіки виражається п'ятьма силами. В сфері туристичного бізнесу такими силами слід вважати суперництво між існуючими конкурентами; появу туристичних послуг аналогічного або вищого рівня; появу нових конкурентів; постійну зміну уподобань споживачів щодо характеру послуги; зміну загальної ситуації в країні, яка може завадити розвитку туристичного бізнесу.

Конкуренцію на туристичному ринку можна розглядати як на макро-, так і на мікрорівні. На макрорівні вона представлена змаганням держав за залучення найбільшої кількості туристів, які принесуть їм значні доходи. Потенційний турист під час вибору тієї чи іншої країни для подорожі бере до уваги такі фактори, як політична та економічна стабільність, наявність туристично-рекреаційного потенціалу, пропозиції туристичних компаній, ціни, характер транспортних зв'язків, реклама, відгуки від споживачів туристичного продукту, географічні, природні, кліматичні, культурні і релігійні характеристики країни. Отже, конкурентоспроможність туристичної індустрії означає здатність таким чином використати наявні ресурси, щоб задовольнити попит найбільшої кількості споживачів-потенційних туристів. Слід зауважити, що саме чисельність відвідувачів є показником розвитку конкурентоспроможності цієї галузі. Країнами-лідерами в сфері надання туристичних послуг в світі протягом тривалого часу є Франція, США, Іспанія та Італія [1].

В галузі міжнародного туризму доцільно виділити наступні групи чинників, аналіз яких дозволяє зробити висновок про ступінь конкурентоспроможності країни в галузі туристичного бізнесу [2]:

1. Соціальна та політична ситуація в країні.
2. Клімат та географічне розташування. Цей конкурентний фактор також має першочергове значення для сфери туризму. Саме він зумовлює спеціалізацію країни на певному туристичному напрямі. Так, наприклад, Іспанія є популярним літнім курортом, а Австрія приваблює переважну кількість туристів взимку. Крім того, в деяких країнах є регіони з унікальним кліматом, що дозволяє їм розвивати оздоровчий туризм. Володіння таким особливим туристично-рекреаційним ресурсом дозволяє певним державам монополізувати його використання.
3. Історико-культурні пам'ятки. Ресурси такого роду в різних країнах світу є унікальними і займають монопольне положення серед туристичних цінностей, зумовлюючи високі ціни на відвідування певних місцевостей.

4. Інфраструктура (транспорт, розміщення). Сьогодні країни, які прагнуть бути конкурентоспроможними на світовому туристичному ринку, намагаються активно розвивати свої готельні мережі. На жаль, при класифікації готелів в різних країнах використовуються різноманітні системи, яких на сьогодні існує більше тридцяти [3]. Слід зауважити, що введенню єдиної класифікації готелів в світі заважає ряд факторів, пов'язаних з культурно-історичним розвитком держав, які здійснюють туристичну діяльність, їх національними особливостями, відмінностями в критеріях оцінки якості обслуговування та ін.

5. Асортимент туристичних послуг. Кожній країні при плануванні розвитку та для підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі доцільно звертати належну увагу на систематизацію видів туризму, що дає можливість з більшою точністю визначити місце туристичної галузі серед інших галузей економіки, розрахувати вклад, який може забезпечити туризм у виробництві ВВП, тобто більш цілеспрямовано підходити до створення ефективних систем управління економікою в цілому та туризмом зокрема.

Окремо слід зазначити, що розвитку конкурентних позицій та просуванню туристичних центрів країни на нові ринки має сприяти запровадження наступних заходів: публікація реклами, каталогів, буклетів, які описують туристичну привабливість регіону; активні рекламні заходи за кордоном через мережу офісів, агентів, пресу, телебачення і радіо; організація конференцій за участю закордонних фахівців з туризму; організація екскурсій іноземних журналістів для представлення туристичних продуктів країни.

Список використаних джерел

1. Оливко О. Аналіз розвитку світового ринку туристичних послуг / О. Оливко // Наукові записки ТНПУ. – 2014. – №2. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/NZTNPU/geogr/2014_2/4/018Olivko.pdf.
2. Сасін М. П. Вдосконалення класифікації видів і форм туризму / М. П. Сасін, С. А. Грицько // Науковий вісник Сумського національного університету. – 2015. – №2. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/SNU/2015-2/15smpkaf.pdf>
3. Куценко В. І. Диверсифікація ринку туристичних послуг в Україні як передумова підвищення їх конкурентоспроможності / В. І. Куценко – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/eui/2016/11kviipik.pdf>.