

DOI 10.32782/2786-8559/2024-4-11

УДК 338.483:005.332.4

Єрко Ірина Володимирівна

кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельного господарства,
Волинський національний університет імені Лесі Українки
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5395-7557>

МЕТОДИ АНАЛІЗУ ТА ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

У статті зроблено огляд методів для аналізу та оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії. Метою статті є дослідження методів аналізу та оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії. Основними завданнями статті є аналіз методів до оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів господарювання та оцінки розвитку туристичної індустрії. Досліджено методи оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів господарювання відомих фахівців та науковців, а саме: Брича В., Галич Н., Забуранна Л. В., Кулік А. В., Бутко М. П., Савіцької О. П., Савіцької Н. В., Гаврилюк С. П., Биби В. В., Теницької Н. Б., Білизни А. Р., Портер М., Бочан І. О. Розглянуто різні аспекти методів оцінки розвитку туристичної індустрії фахівцями та науковцями, а саме: Мазаракі А. А., Лебедева І. В., Заячківської Г., Бутко М. П., Савіцької О., Гедіна М., Коркуни О. І., Марценюк Л. М. та Юхновської Ю. О. Як видно, науковці пропонують поетапність проведення аналітичних досліджень, що є важливим з позиції проведення комплексного та системного оцінювання конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії. Важливим є визначення мети та завдань оцінювання, вибір суб'єкта та об'єкта оцінювання, визначення напрямів та системи показників (критеріїв) оцінки, підприємств-конкурентів, розрахунок інтегрального показника конкурентного потенціалу, визначення рангу (місця) суб'єкта туристичної індустрії у загальному рейтингу. В цілому, різноманіття методичних підходів у дослідженні методів аналізу та оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії вказує на необхідність комбінування різних методів для отримання комплексної та об'єктивної оцінки, базуючись на сучасних концепціях управління та оптимізації ресурсів, необхідністю врахування різних аспектів, таких як варіація попиту, лояльність клієнтів та інтегрованим підходом для отримання комплексного розуміння ситуації. Дане дослідження є важливим з позиції розробки авторського підходу до методики аналізу та оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії.

Ключові слова: туризм, туристична індустрія, суб'єкти туристичної індустрії, трансформація, конкурентний потенціал, методичний підхід.

Iryna Ierko

Lesya Ukrainka Volyn National University

THE COMPETITIVE POTENTIAL OF TOURIST INDUSTRY ENTITIES: METHODS OF ANALYSIS AND ASSESSMENT

The article provides a general overview of methods for analyzing and evaluating the competitive potential of tourism industry entities. The purpose of the article is to elucidate the basic provisions of the methods of analysis and assessment of the tourism industry subjects' competitive potential. The main task of the article is to identify the most productive methods for assessing the competitive potential of business entities and assessing the development of the tourism industry. The focus is on methods of assessing the competitive potential of economic entities proposed by well-known specialists and scientists, namely: Brych V., Halych N., Zaburan L. V., Kulik A. V., Butko M. P., Savitska O. P., Savitska N. V., Havryliuk S. P., Byba V. V., Tenytska N. B., Bilyzna A. R., Porter M., Bochan I. O. Various aspects of evaluating the development of the tourism industry are considered through the analysis of methods by Mazaraki A. A., Lebedev I. V., Zaiachkovska G., Butko M. P., Savitska O., Gedin M., Korkuna O. I., Martseniuk L. M., and Yukhnovska Yu. O. Scientists propose a step-by-step approach to conducting analytical research, which is effective from the point of view of conducting a comprehensive and systematic assessment of the competitive potential of tourism industry entities. It is fundamentally important to determine the goal and objectives of evaluation, choose the subject and the object of evaluation, determine directions and the system of indicators (criteria) of the evaluation of the competing enterprises, calculate the integral indicator of the competitive potential, and

determine the rank (place) of a tourism industry subject in general rating. Altogether, the diversity of methodological approaches in the study of methods of analysis and assessment of the competitive potential of tourism industry subjects indicates the necessity to combine various methods to obtain a comprehensive and objective assessment based on modern concepts of resource management and optimization, taking into account various aspects, such as demand variation, customer loyalty, and an integrated approach to a comprehensive understanding of the current situation. This study is topical from the standpoint of developing an author's approach to the methodology of analysis and assessment of the competitive potential of tourism industry entities.

Keywords: tourism, tourism industry, tourism industry subjects/entities, transformation, competitive potential, methodical approach.

Вступ. Розвиток туристичної сфери має важливе значення для економічного відновлення та підтримки зайнятості в країні. Туризм сприяє не лише фінансовому збагаченню регіонів, але й формує позитивний імідж країни, забезпечуючи її конкурентоспроможність на світовому ринку. Оцінка конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії є стратегічно важливою для вдосконалення їхньої привабливості та здатності залучати інвестиції. Без об'єктивної оцінки може виникнути недостатня привабливість для туристів та інвесторів, що підкреслює необхідність системного аналізу та трансформаційних заходів для підвищення конкурентоспроможності в умовах змін.

Матеріали та методи. Метою статті є дослідження методів аналізу та оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії. Основними завданнями статті є аналіз методів до оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів господарювання та оцінки розвитку туристичної індустрії. У дослідженні було використано як загальнонаукові, так і спеціальні методи, а саме: методи аналізу та синтезу, метод узагальнення, методи аналізу фактів, методи системно-функціонального підходу, метод систематизації, метод математичної інтерпретації, метод групування та методи оцінки.

Багато фахівців і науковців працювали над розробкою різноманітних методів для оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів господарювання. Деякі з них варто відзначити, зокрема роботи Брича В. та Галича Н., які розглядають ABC аналіз; Забуранної Л. В. та Куліка А. В. – використання XYZ-аналізу, VEN-аналізу, RFM-аналізу та побудову матриці БКГ; Бутка М. П., який застосовує ресурсний, факторний індексний підходи; Гаврилюка С. П. з параметричним методом оцінки конкурентного потенціалу та метод рангів; Биби В. В., Теницької Н. Б., Білизни А. Р., які проводять SWOT аналіз; Портера М., який розраховує порівняльну конкурентоспроможність економічної системи; Бочана І. О., який використовує аналітичні та графічні методи для оцінки конкурентного потенціалу.

У сфері методів оцінки розвитку туристичної індустрії здобуті значні наукові досягнення. Розглядаючи різні аспекти цього питання, вчені

та фахівці виробили ряд методичних підходів та інструментів. Важливим є аналіз ефективності туристично-рекреаційної діяльності, що представлений у роботі Мазаракі А. А.; Лебедев І. В. запропонував метод оцінки індикатору сталого розвитку туристичної дестинації; Заячківська Г. розробила метод розрахунку індексу конкурентоспроможності в галузі подорожей і туризму; вчені з Національного інституту стратегічних досліджень визначили індекс туристичної конкурентоспроможності України; Бутко М. П. пропонує метод оцінки ресурсів, витрат і фінансово-економічних показників розвитку туризму; аналіз розвитку туристичної інфраструктури представлений у роботі Савіцька О.; тоді як Гедін М. розраховує інтегральний індекс атрактивності туристично-рекреаційної сфери; Коркуна О.І. вивчає індекс атрактивності туристично-рекреаційного комплексу (АТРК); Марценюк Л. М. оцінює обсяги обслуговуваних іноземних громадян, а Юхновська Ю. О. розробляє метод оцінки збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі.

Результати. Існує велика кількість методичних підходів до аналізу та оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії, вважаємо за доречне здійснювати аналіз за двома напрямками:

1. Аналіз існуючих методичних підходів до оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів господарювання.

2. Аналіз існуючих методичних підходів до оцінки розвитку туристичної індустрії.

Розглянемо методологічні підходи до оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів господарювання, зокрема, В. Брич у своїй дослідженні вказує на важливість ABC-аналізу. Цей метод дозволяє класифікувати ресурси підприємства за їхньою важливістю та базується на принципі оптимуму Парето. Згідно з цим принципом, надійний контроль 20% ресурсів забезпечує 80% контролю за продуктивним асортиментом підприємства. Для отримання результатів ABC-аналізу потрібно створити матрицю клієнтів та туристичних продуктів, визначити ключові товари, які слід акцентувати, а також виділити основну масу пропозицій [1].

Л. Забуранна доповнює цей підхід іншими методами, такими як XYZ-аналіз для групування

об'єктів за коефіцієнтами варіації, VEN-аналіз для сегментації асортименту туристичних послуг, RFM-аналіз для клієнтської сегментації за лояльністю і БКГ-аналіз для класифікації стратегічних бізнес-одиниць за часткою на ринку в порівнянні з основними конкурентами і темпами зростання [2].

Зазначасмо, що використання цих методів дозволить ефективно оцінити туристичні послуги, які користуються найбільшим попитом, що сприятиме формуванню відповідної пропозиції на ринку туристичних послуг та встановленню балансу між попитом і пропозицією.

Представник Чернігівської наукової школи Бутко М. виділяє такі підходи до оцінки конкурентного потенціалу як «ресурсний (технології, наявність капіталу для інвестування, чисельність і кваліфікація трудових ресурсів, положення); факторний (моніторинг зміни позицій на міжнародних ринках залежно від рівня розвитку); рейтинговий (інтегральна оцінка за системою показників)» [3]. Запропоновані методи є важливими з позиції оцінки наявних туристичних ресурсів, чинників впливу на конкурентний потенціал суб'єктів туристичної індустрії та визначення рангу кожного на ринку туристичних послуг (конкурентному середовищі).

Досить поширеним методом стратегічного аналізу та оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії є SWOT аналіз. Як зазначають Биба В., Теницька Н. та Білизна А., даний метод дозволяє визначити сильні та слабкі сторони суб'єкта туристичної індустрії за такими напрямками як географічне розташування, забезпеченість ресурсами, а також споживачі та конкуренти. Водночас, можливості та загрози зовнішнього середовища вони пропонують оцінювати за такими чинниками як бізнес, фінанси та державна політика [4].

Інший науковець у своїх дослідженнях при оцінці конкурентного потенціалу суб'єкта господарювання акцентує увагу на застосуванні параметричного методу оцінки [5]. Алгоритм використання даного методу оцінки наступний: «визначення підприємств-конкурентів за ознакою ідентичності їх типу, асортименту запропонованих туристичних продуктів та належності до єдиного регіонального ринку; збір інформації, розрахунок одиничних параметрів конкурентоспроможності, обчислення параметричних індексів на основі співставлення показників підприємства з найкращими в досліджуваній сукупності; розрахунок групових параметричних індексів та узагальнюючого рівня конкурентоспроможності» [5]. У даному випадку автором пропонується наступний математичний інструментарій:

$$K_{kp} = O_p + K_p + E_p + F_p$$

де K_{kp} – узагальнюючий рівень конкурентоспроможності підприємства;

O_p – відносний показник оцінки конкурентоспроможності обслуговування;

K_p – відносний показник конкурентоспроможності туристичного продукту;

E_p – відносний показник ефективності туристичної діяльності;

F_p – відносний показник оцінки фінансового стану підприємства [5].

Перевагами застосування даного методу оцінки є можливість охоплення значної частини показників, які характеризують туристичну індустрію та виключення їх дублювання (при аналізі різних видів туристичної індустрії та напрямів її характеризують), а також здатність визначити конкурентний статус суб'єкта туристичної індустрії у ринковому середовищі відносно інших суб'єктів. Конкурентний статус пропонують оцінювати шляхом співставлення фактичних значень показників із середніми значеннями серед усіх досліджуваних суб'єктів туристичної індустрії.

Прихильником застосування усереднених значень при оцінці конкурентного потенціалу суб'єктів господарювання є Портер М., яким було запропоновано використовувати її на мікрорівні: «Діяльність будь-якої компанії може бути охарактеризована двома показниками: перший відноситься до середньої продуктивності всіх конкурентів галузі і другий – до того, чи є конкретна компанія виробником вище чи нижче середнього рівня в галузі» [6], а згодом і на мезо- та макrorівнях [6].

Застосування параметричного методу оцінки та виявлення рівня конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії за усередненими значеннями показників, дозволяє визначити ранг кожного із них у загальній сукупності. Метод рангів досить широко використовується у сучасній практиці, оскільки його перевагою є визначення місця суб'єктів-конкурентів шляхом ранжування значень основних показників, які характеризують рівень розвитку індустрії туризму та є передумовою для проведення трансформації їх конкурентного потенціалу. «Найбільш забезпечена туристичними ресурсами територія визначається за критерієм мінімальної суми набраних рангів (якщо найкращий стан показника визначається мінімальним рангом) або, навпаки, за критерієм максимальної суми набраних рангів (якщо найкращий стан оцінюється максимальним рангом)» [7]. Варто зауважити, що тут можуть використовуватися як кількісні, так і якісні методи оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії. Проте, якісні методи, в основу яких покладено думки (суб'єктивні судження) експертів, в основному, можуть мати недоліки, які полягають в отриманні суб'єктивного результату, який є недостатньо формалізованим і не може у повній мірі дати вичерпну інформацію про рівень конку-

рентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії як орієнтиру для проведення різних трансформаційних змін. Шляхом порівняння суми рангів, які експерти присвоїли окремому регіону за всіма вибраними показниками, можна визначити його місце серед інших регіонів. Водночас, перевагами методу рангів є простота застосування і можливість використання як кількісних, так і якісних показників, які поширені у сфері послуг.

Інші науковці у монографічному виданні [8] для оцінки конкурентного потенціалу суб'єкта господарювання використовують наступні методи: «аналітичні (рейтингова оцінка, рейтингова оцінка на основі частки ринку, оцінка на основі споживчої вартості, оцінка на основі теорії ефективної конкуренції) та графічні (матриця Бостонської консалтингової групи, модель «Привабливість ринку – переваги конкуренції», матриця Портера; багатокутник конкурентоспроможності)».

Як бачимо, існує значне різноманіття думок з приводу оцінки розвитку туристичної індустрії, яка здійснюється окремими суб'єктами господарювання. Тому, більш детально зупинимось на огляді існуючих думок. У своїх дослідженнях Мазаракі А. пропонує досліджувати туристичну індустрію з позиції оцінки забезпеченості території «туристичними і рекреаційними ресурсами (історико-культурних, архітектурних, природно-рекреаційних, інфраструктурних та інвестиційних) і можливостями їх подальшого комплексного використання для налагодження ефективної туристично-рекреаційної діяльності. Саме від рівня ефективності його використання суб'єктами туристично-рекреаційної діяльності значною мірою залежить не лише успішний розвиток туристично-рекреаційної сфери регіонів, але й їх соціально-економічний розвиток загалом» [9]. Також науковець акцентує увагу на необхідності оцінки сталого розвитку туристичної індустрії, що є важливим з позиції, як споживача туристичних послуг, так і з позиції суб'єкта господарювання. Адже, надання туристичної послуги повинне супроводжуватися отриманням певної фінансової (економічної) вигоди для території, отриманим соціальним ефектом (отримані фінансові надходження від туристичної індустрії спрямовуватимуться на покращення соціальної складової розвитку території), а також сприятливим екологічним середовищем (відсутністю екодеструктивного навантаження на довкілля від розвитку туризму). Тому, вважаємо, що при оцінці конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії слід враховувати такий *критерій як її сталість*.

Варто зауважити, що перші напрацювання щодо використання індикаторів сталого розвитку в сфері туризму були розроблені під егідою Всесвітньої туристичної організації у 1996 р. і були апробовані на прикладі багатьох країн світу. Якщо

звернутись до Європейської системи індикаторів оцінки туристичної індустрії, то Європейською комісією було затверджено систему показників туризму (The European Tourism Indicator System – ETIS) [10]. Даною методикою передбачено використання 43 основних та 33 додаткових показників, які характеризують туристичну індустрію. Основні показники дозволяють оцінити сталий розвиток туризму, які, в свою чергу, розділені за 4 напрямками: «Розділ А. Управління дестинацією – містить 3 показники: відсоток туристичних підприємств в дестинації, які використовують добровільну сертифікацію для сталого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності; відсоток туристів та одноденних відвідувачів, які загалом задоволені своїм перебуванням у дестинації; відсоток відвідувачів, що повторно відвідували дестинацію протягом 5 років. Розділ В. Економічне значення – містить 10 показників: внесок туризму в економіку дестинації (% ВВП); кількість туристичних ночівель на місяць; частка зайнятих у туристичній сфері від загальної зайнятості населення (%); частка робочих місць у туристичній сфері, які є сезонними (%). Розділ С. Соціальний та культурний вплив – містить 13 показників: кількість туристів / відвідувачів на 100 жителів; кількість місць у комерційних засобах розміщення на 100 жителів; відсоток приміщень у комерційних засобах розміщення, доступних для людей з обмеженими можливостями; відсоток мешканців, які задоволені наслідками туризму для дестинації; частка подій, які відбуваються у дестинації і зосереджені на місцевій культурі та спадщині (%); Розділ D. Вплив на довкілля – містить 17 показників: відсоток туристів та одноденних відвідувачів, які використовують різні види транспорту, щоб прибути до місця призначення; середня кількість викидів вуглекислого газу від туристів та одноденних відвідувачів, які подорожують із дому до пункту призначення; відсоток туристичних підприємств, залучених до програм пом'якшення наслідків зміни клімату, таких як компенсація CO₂; системи, що використовують мало енергії та ін.; кількість сміття на туристську ніч порівняно з кількістю сміття на одну людину (кг); відсоток підприємств туризму, що розділяють різні види відходів; відсоток стічних вод з дестинації, що очищується, до середнього рівня перед скиданням; відсоток туристичних підприємств, які вживають заходів щодо зниження енергоспоживання; споживання енергії за одну туристську ночівлю порівняно із споживанням енергії на одну ночівлю резидента; відсоток місцевих туристичних підприємств, що активно підтримують захист, збереження та управління місцевим біорізноманіттям та ландшафтами. Що стосується додаткових показників, то вони характеризують специфічні особливості кожної території з позиції розвитку

туризму. До таких показників відносять: відсоток DESTИНАЦІЙ, які мають оприлюднену туристичну стратегію із моніторингом, організацією контролю та оцінки; відсоток кожної категорії транспортних засобів у доступному пункті призначення, тобто громадському транспорті та автобусах приватного прокату, мікроавтобусів, таксі та мікроавтобусів; кількість прибулих і вибулих пасажирів у порт за місяць; рівень забруднення морської води на 100 мл; відсоток пляжів, нагороджених Блакитним прапором; площа пісочних пляжів; відсоток пляжів, доступних для всіх; відсоток туристичних пропозицій DESTИНАЦІЇ, які підкреслюють тему культурного маршруту та ін.» [11; 12]. Перевагою даного методичного підходу є досить широке охоплення показників, які характеризують туристичну індустрію, та дозволяють оцінити конкурентний потенціал суб'єктів їх господарювання. Також, вважаємо, що набір даних показників дозволить виявити конкурентні переваги суб'єктів туристичної індустрії, як *критерію їх конкурентного потенціалу*.

Ще одним досить важливим методичним підходом до оцінки туристичної індустрії, який дозволяє оцінити рівень її розвитку у глобальному масштабі є індекс конкурентоспроможності в сфері подорожей і туризму [13]. Методичний підхід передбачає оцінку «конкурентоспроможності країни у сфері туризму за трьома блоками показників: субіндекс А «Нормативно-правова база» – державна політика і регулювання у сфері туризму, екологічна стійкість, рівень безпеки, рівень охорони здоров'я, пріоритетність туризму; субіндекс Б «Туристичне бізнес-середовище та інфраструктура» – інфраструктура авіатранспорту, наземного транспорту, туристична інфраструктура, інфраструктура телекомунікацій, цінова конкурентоспроможність; субіндекс В «Людські, культурні і природні ресурси» – людські ресурси, рівень гостинності, природні ресурси, культурні ресурси» [14].

Досить цікавим є методичний підхід, розроблений науковцями Інституту регіональних досліджень НАН України, які пропонують широкий спектр показників для оцінки конкурентоспроможності туристичної індустрії. Особливість запропонованого методичного підходу є розгляд показників, які характеризують конкурентні переваги та конкурентні недоліки суб'єктів туристичної індустрії. Показниками, які характеризують конкурентні переваги суб'єктів туристичної індустрії є: «необхідність візи для туристів; стан санітарно-епідеміологічної інфраструктури; витрати держави з бюджету на розвиток туризму; кількість авіаліній, що діють в країні; кількість аеропортів на 1 млн. населення; залізнична інфраструктура; кількість банкоматів, які приймають VISA на 1 млн. населення; паритет купівельної спроможності; рівень роздрібних цін на бензин; практика найму та звіль-

нення працівників; якість системи освіти; туристична відкритість і привабливість та інші» [15].

З іншої сторони, до показників, які характеризують конкурентні недоліки суб'єктів туристичної індустрії вони відносять наступні: «обмеження права власності іноземців; правила, які регулюють прямі іноземні інвестиції; визначення на державному рівні пріоритетності стійкого розвитку туризму; надійність та відповідальність поліцейської служби; кримінальні та незаконні витрати бізнесу; зусилля з боку держави щодо зменшення ризику пандемій; ефективність державної туристичної маркетингової політики; участь у туристичних ярмарках; міжнародна авіатранспортна мережа; інфраструктура доріг; національні транспортні мережі; інфраструктура портів; кількість готельних номерів; доступ до Інтернету; поширення ВІЛ-інфекції; тривалість життя; ставлення до туристів; рекомендації щодо здійснення службових відряджень; турбота бізнесу про навколишнє середовище, захищені на національному рівні території; кількість пам'яток, що входять до Світової спадщини ЮНЕСКО, та інші» [15].

Представник Чернігівської наукової школи Бутко М. туристичну індустрію пропонує оцінювати за такими напрямками: «ресурсне забезпечення розвитку туризму; витрати та інфраструктуру у туризмі; фінансово-економічні результати та ефективність туристичної діяльності; прогностичні показники розвитку туризму» [3]. Запропонований підхід дозволяє оцінити конкурентні переваги суб'єкта туристичної індустрії та економічні складові її розвитку. Погоджуємось із автором з приводу необхідності оцінки результативності діяльності суб'єктів туристичної індустрії, а також визначенні її прогностичних значень, що є важливим для проведення різних трансформаційних змін конкурентного потенціалу в цілому.

В якості методів оцінки, науковець пропонує застосовувати «ресурсний (технології, наявність капіталу для інвестування, чисельність і кваліфікація трудових ресурсів, положення); факторний (моніторинг зміни позицій на міжнародних ринках залежно від рівня розвитку); рейтинговий (інтегральна оцінка за системою показників)» [3].

Савіцька О. пропонує оцінювати туристичну індустрію через елементи туристичної інфраструктури: «транспорт (наявність як шляхів сполучення, так і сервісно-транспортних установ та організацій різних видів наземного, водного і повітряного транспорту), заклади розміщення (готельного та аналогічного до них типу), санаторно-курортні заклади (санаторії і пансіонати з лікуванням, дитячі оздоровчі табори), комплекси відпочинку (будинки та бази відпочинку, садиби зеленого туризму тощо), заклади харчування, заклади роздрібною торгівлі, заклади культури та розваг, спортивні комплекси, елементи

туристично-інформаційної інфраструктури» [16]. Таким чином, основний елемент, який закладено у методичний підхід оцінки суб'єктів туристичної індустрії є саме рівень розвитку туристичної інфраструктури. Погоджуємось із науковцем, що рівень розвитку туристичної індустрії створює привабливі та комфортні умови для надання різного роду туристичних послуг, та виступає *конкурентною перевагою як критерія конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії*. Але, водночас, хотілося б ще зробити акцент на *безпечності надання туристичних послуг*, яка є також важливою характеристикою розвитку туристичної індустрії та критерієм трансформації конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії. В контексті формування та розвитку туристичної інфраструктури важливими мають постати питання оцінки безпеки туристичного обслуговування, безпеки туристичного бізнесу, безпеки туристичних об'єктів (туристичних споруд, обладнання, пам'яток культурної спадщини, історичних пам'яток тощо), соціальної безпеки туризму, політичної безпеки туризму тощо. Тому, вважаємо, що при розробці авторської методики оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії слід досліджувати безпеку туристичної індустрії як критерій трансформації конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії.

Гедін М. для оцінки туристичної індустрії пропонує розраховувати інтегральний індекс атрактивності туристично-рекреаційної сфери як індикатор конкурентоспроможності її розвитку. Автор пропонує включення таких показників у інтегральний індекс: «індекс культурної привабливості (ІКП), індекс привабливості рекреаційних ресурсів (ІПРР), індекс привабливості туристичної інфраструктури (ІПТІ) та індекс інвестиційної привабливості туристично-рекреаційної сфери (ІПТРС)» [17].

Також, науковець зазначає, що в кожному субіндексі враховано декілька показників, які найбільш повно відображають рівень розвитку туристичної індустрії та «стандартизуються щодо максимального рівня свого ряду в бальній оцінці від 1 до 100» [17]. Як зазначає Коркуна О. «регіон з найвищим рівнем атрактивності туристично-рекреаційного комплексу на ринку туристично-рекреаційних послуг визначається за критерієм мінімальної суми стандартизованих значень базових індикаторів, на основі якої в подальшому розраховується підсумкове значення індексу АТРС. Шляхом ранжування отриманих результатів визначається позиція кожного регіонального туристично-рекреаційного комплексу на ринку туристично-рекреаційних послуг України» [18].

Перевагою вище наведеного методичного підходу є можливість врахувати рівень розвитку туристичної інфраструктури, а також привабли-

вість дестинації з позиції надання різного роду туристичних послуг. Також, автором запропоновано використовувати метод стандартизації, який дозволить воедино поєднати різнопланові показники у єдиний інтегральний індекс, та на цій основі визначити рейтинг кожного суб'єкта туристичної індустрії у загальній системі. Відповідно, це дозволить визначити конкурентний потенціал суб'єкта туристичної індустрії та виявити його *конкурентні переваги у формуванні туристичної привабливості*. Однак, даний підхід не дозволяє в повній мірі визначити сталість туристичної індустрії та її безпечність.

Інші автори вбачають у туристичному потенціалі такий показник як обсяг обслуговуваних іноземних громадян. На їх думку «розширення ринку авіаперевезень (авіакомпанії WizzAir, Emirates, VuelingAirlines, QatarAirways, Flydubai, Alitalia тощо), діяльність owcost – перевізника SkyUp, зростання автомобільних перевезень, запровадження біометричних технологій та електронних віз і активізація діяльності державних органів влади щодо спрощення/відміни візових режимів з окремими країнами, запровадження інноваційних технологій і активізація промоції туристичних можливостей України за кордоном» позитивно впливає на розвиток туристичної індустрії [18].

Поступна О. при оцінці розвитку туристичної індустрії притримується подібного підходу, за яким оцінює туристичний потенціал території, вкладаючи туди її туристичні ресурси [20]. Як вважає Самодай В.: «лише наявність ресурсних компонентів вже забезпечує мінімальний рівень розвитку туристично-рекреаційної сфери» [21].

Розробляючи авторську методику оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії варто також звернутися до досліджень науковців, які пропонують різні алгоритми такого процесу. До прикладу Гедін М. пропонує такі етапи оцінки: «перший етап пов'язаний із формальним визначенням мети оцінювання. На другому етапі відбувається виділення чітких меж того, що буде оцінюватись. Третій етап пов'язаний із виділенням суб'єкта оцінки, з позицій якого проводитиметься оцінка об'єкта. Протягом четвертого етапу відбувається визначення показників, необхідних для оцінки об'єкта (чинників та умов), які є суттєвими для його порівняльної характеристики, виходячи із сформульованої мети оцінки. На п'ятому етапі проводиться збір інформації, необхідної для оцінки. Шостий етап забезпечує приведення показників оцінки до єдиної системи вимірювання. На сьомому етапі визначається спосіб «згортання» оціночних показників у часткові та (або) інтегральні показники туристичного потенціалу з подальшим отриманням по них результатів оцінки. Перевірка і, при необхідності, корегування результатів оцінки. Інтерпре-

тація отриманих результатів оцінки туристичного потенціалу [17].

Інший науковець пропонує такі етапи оцінки: «вибір підприємств-конкурентів для порівняння; збір необхідної інформації про конкурентів; розробка системи оцінних показників; розрахунок одиничних показників конкурентоспроможності досліджуваного тур підприємства та конкурентів; побудова порівняльних таблиць, визначення та оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства за найбільш прийнятним методом [7]. Окландер М., використовуючи параметричний метод оцінки виділяє такі етапи: «формування набору ключових ознак, за допомогою яких співставляють конкурентоспроможність (потенціал) регіональних туристичних комплексів; здійснення кількісної (параметричної) локальної оцінки стану регіональних туристично-рекреаційних комплексів за кожним чинником окремо; розрахунок інтегрального показника стану регіональних туристичних комплексів за усіма вибраними ознаками; визначення місця (позиції) регіональної туристичної галузі на ринку туристичних послуг» [22]. Для цього він пропонує використовувати наступну формулу:

$$K_i = m_1 \times I_d + m_2 \times I_{кте} + m_3 \times I_{мс} + m_4 \times I_{мзр} + m_5 \times I_{ппр} + m_6 \times I_n$$

де: K_i – інтегральний коефіцієнт потенціалу туристичної галузі регіону;

I_d – параметричний індекс обсягу доходів від туристичної діяльності;

$I_{кте}$ – параметричний індекс кількості обслуговуваних туристів та екскурсантів;

$I_{мс}$ – параметричний індекс місткості санаторно-курортних закладів;

$I_{мзр}$ – параметричний індекс місткості засобів розміщення;

$I_{ппр}$ – параметричний індекс площі природних ресурсів;

I_n – параметричний індекс кількості культурно-історичних пам'яток;

$m_1; m_2; m_3; m_4; m_5; m_6$ – коефіцієнти вагомості кожного з параметрів [23].

У своїх дослідженнях Полковниченко С. пропонує модель оцінки конкурентоспроможності туристичного підприємства:

«I етап – аналіз показників визначають конкурентоспроможність туристичного підприємства.

II етап – формалізація методу оцінки конкурентоспроможності туристичного підприємства.

III етап – виділення окремих ознак і встановлення з ним обмежень.

IV етап – визначення кількісних значень окремих ознак для кожного рівня шкали градації з урахуванням коефіцієнтів вагомості.

V етап – проведення оцінки конкурентоспроможності туристичного підприємства.

VI етап – розробка стратегій підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства» [24].

Як видно, науковці пропонують поетапність проведення аналітичних досліджень, що є важливим з позиції проведення комплексного та системного оцінювання конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії. В даному напрямі важливим є визначення мети та завдань оцінювання, вибір суб'єкта та об'єкта оцінювання, визначення напрямів та системи показників (критеріїв) оцінки, підприємств-конкурентів, розрахунок інтегрального показника конкурентного потенціалу, визначення рангу (місця) суб'єкта туристичної індустрії у загальному рейтингу тощо.

Висновки. В цілому, різноманіття методичних підходів у дослідженні методів аналізу та оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії вказує на необхідність комбінування різних методів для отримання комплексної та об'єктивної оцінки, базуючись на сучасних концепціях управління та оптимізації ресурсів, необхідністю врахування різних аспектів, таких як варіація попиту, лояльність клієнтів та інтегрованим підходом для отримання комплексного розуміння ситуації. Дане дослідження є важливим з позиції розробки авторського підходу до методики аналізу та оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії.

Література:

1. Брич В., Галич Н. Сталий розвиток туристичної індустрії: екологічний та статистичний вимір. *Економічний аналіз*. 2020. Том 30. № 4.
2. Забуранна Л. В., Кулік А. В. Конкурентостійкість підприємств сільського зеленого туризму: теорія, механізм формування та управління. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 292 с.
3. Бутко М. Інвестиційні аспекти підвищення конкурентоспроможності економіки. *Економіка України*. 2004. № 4. С.40–45.
4. Биба В.В., Теницька Н.Б., Білизна А.Р. Оцінка конкурентних переваг розвитку підприємництва у сфері туризму на основі SWOT-аналізу. *Економіка і Суспільство*. 2019. Випуск 18. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-19-43> (дата звернення: 29.01.2024).
5. Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємств на ринку туристичних послуг : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг». Київ, 2001.
6. Портер М.Е. Стратегія конкуренції. Київ : Основи, 2008. 390 с.
7. Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 180 с.

8. Шляхи забезпечення конкурентоспроможності туристичного бізнесу в умовах глобалізації : монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. І.О. Бочана. Львів : Галицька Видавнича Спілка, 2020. 236 с.
9. Мазаракі А.А. Детермінанти розвитку туризму. Туризм ХХІ століття: глобальні виклики та цивілізаційні цінності : матеріали Міжнар. наук. практ. конф. (Пряшів, 10-11 квіт. 2019 р.). Київ : Київ. нац. торг. екон. ун-т, 2019. С. 76.
10. European Tourism Indicators System for sustainable destination management. URL: https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-funding-and-businesses/funded-projects/sustainable/indicators_en (дата звернення: 29.01.2024).
11. The European Union: The European Tourism Indicator System :ETIS toolkit for sustainable destination management. Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2016. P. 10. URL: http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators/index_en.htm (дата звернення: 29.01.2024).
12. Лебедев І. В. Сталлий розвиток туризму: досвід Європейського Союзу і завдання для України. *Вісник соціально-економічних досліджень*. Одеса : Одеський національний економічний університет, 2018. № 3 (67). С. 162–173. URL: [https://doi.org/10.33987/vsed.3\(67\).2018.162-173](https://doi.org/10.33987/vsed.3(67).2018.162-173) (дата звернення: 29.01.2024).
13. Країни та території-лідери за Індексом розвитку подорожей і туризму (TTDI) у 2021 році. URL: <https://www.statista.com/statistics/186639/best-ranked-countries-in-the-travel-and-tourism-competitiveness-index/> (дата звернення: 29.01.2024).
14. Заячківська Г. Індекс конкурентоспроможності України у сфері подорожей і туризму. *Економічний аналіз*. 2010. Вип. 7. С. 407–410. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/handle/316497/13630> (дата звернення: 29.01.2024).
15. Аналітика: Національний інститут стратегічних досліджень. Регіональний філіал у Львові. URL: <http://niss.lviv.ua/analytics/78/htm> (дата звернення: 29.01.2024).
16. Савицька О. Стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти. *Вісник Нац. ун-ту «Львів. політехніка»*. 2013. № 754. С. 69. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPP_2013_754_12 (дата звернення: 29.01.2024).
17. Гедін М. Методичні засади оцінки туристичного потенціалу України в контексті євроінтеграції. *Вісник КНЛУ. Серія : Історія, економіка, філософія*. 2021. Випуск 26. DOI: <https://doi.org/10.32589/2412-9321.26.2021.269931> (дата звернення: 29.01.2024).
18. Коркуна О.І. Методичні засади оцінювання потенціалу розвитку туристично-рекреаційної сфери в економіці регіонів. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія : Економіка*. 2020. № 1(13). С. 153.
19. Марценюк Л.В. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні. *Економічний вісник. Секція : Економічна теорія*. 2015. № 3. С. 78.
20. Поступна О.В. Туристські ресурси України: конспект лекцій. Для здобувачів вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 242 «Туризм» за усіма формами навчання. Харків : НУЦЗУ, 2020. 209 с.
21. Самодай В., Левковська Ж. Характерні особливості туристичного потенціалу України. *Економіка та суспільство*. 2023. № 53. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2641> (дата звернення: 29.01.2024).
22. Окландер М.А. Проблеми формування маркетингової системи країни. Київ : Наукова думка, 2002. 167 с.
23. Юхновська Ю.О. Дослідження потенціалу туристичної галузі конкурентоздатних регіонів України. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. 2019. № 5 (110). URL: http://www.econom.stateandregions.zr.ua/journal/2019/5_2019/14.pdf (дата звернення: 29.01.2024).
24. Полковниченко С.О., Мурай А.О. Оцінка конкурентоспроможності України на європейському ринку туристичних послуг. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2018. № 12. С. 33–38. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2018.12.112> (дата звернення: 29.01.2024).

References:

1. Brych V., Halych N. (2020) Stalyi rozvytok turystychnoi industrii: ekolohichni ta statystychni vymir [Sustainable development of the tourism industry: environmental and statistical dimension]. *Ekonomichnyi analiz*, vol. 30, no. 4.
2. Zaburanna L. V., Kulik A. V. (2018) Konkurentnosti i kyst pidpriemstv silskoho zelenoho turyzmu: teoriia, mekhanizm formuvannia ta upravlinnia [Competitiveness of rural green tourism enterprises: theory, mechanism of formation and management]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury, 292 p. (in Ukrainian)
3. Butko M. (2004) Investytsiini aspekty pidvyshchennia konkurentospromozhnosti ekonomiky [Investment aspects of improving competitiveness of economic]. *Ekonomika Ukrainy*, no. 4, pp. 40–45. (in Ukrainian)
4. Byba V. V., Tenytska N. B., Bilyzna A. R. (2019) Otsinka konkurentnykh perevah rozvytku pidpriemnytstva u sferi turyzmu na osnovi SWOT-analizu [Assessment of competitive advantages of business development in the field of tourism based on SWOT-analysis]. *Ekonomika i Suspilstvo*, vol. 18. Available at: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-19-43> (accessed January 29, 2024).
5. Havryliuk S. P. (2001) Konkurentospromozhnist pidpriemstv na rynku turystychnykh posluh [Competitiveness of enterprises in the market of tourist services]: avtoreref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk: spets. 08.06.02 "Pidpriemnytstvo, menezhment ta marketynh". Kyiv. (in Ukrainian)
6. Porter M. E. (2008) Stratehiia konkurentsii [Competition strategy]. Kyiv: Osnovy, 390 p. (in Ukrainian)
7. Havryliuk S. P. (2006) Konkurentospromozhnist pidpriemstv u sferi turystychnoho biznesu [Competitiveness of enterprises in the field of tourism business]. Kyiv: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 180 p. (in Ukrainian)
8. Bochana I. O. (eds.) (2020) Shliakhy zabezpechennia konkurentospromozhnosti turystychnoho biznesu v umovakh hlobalizatsii [Ways of ensuring the competitiveness of the tourist business in the conditions of globalization]: monohrafiia. Lviv: Halytska Vydavnycha Spilka, 236 p. (in Ukrainian)

9. Mazaraki A. A. (April 10-11, 2019) Determinanty rozvytku turyzmu [Determinants of tourism development]. *Turyzm XXI stolittia: hlobalni vyklyky ta tsyvilizatsiini tsinnosti: materialy Mizhnar. nauk. prakt. konf. Priashiv*. Kyiv: Kyiv. nats. torh. ekon. un-t, p. 76. (in Ukrainian)
10. European Tourism Indicators System for sustainable destination management. Available at: https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-funding-and-businesses/funded-projects/sustainable/indicators_en (accessed January 29, 2024).
11. The European Union: The European Tourism Indicator System: ETIS toolkit for sustainable destination management (2016). Luxembourg: Publications Office of the European Union, p. 10. Available at: http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators/index_en.htm. (accessed January 29, 2024).
12. Lebediev I. V. (2018) Stalyi rozvytok turyzmu: dosvid Yevropeiskoho Soiuzu i zavdannia dlia Ukrainy [Sustainable development of tourism: European Union experience and tasks for Ukraine]. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*. Odesa: Odeskyi natsionalnyi ekonomichnyi universytet, no. 3 (67), pp. 162–173. DOI: [https://doi.org/10.33987/vsed.3\(67\).2018.162-173](https://doi.org/10.33987/vsed.3(67).2018.162-173) (accessed January 29, 2024).
13. Krainy ta terytorii-lidery za Indeksom rozvytku podorozhei i turyzmu (TTDI) u 2021 rotsi [Leading countries and territories according to the Travel and Tourism Development Index (TTDI) in 2021]. Available at: <http://www.statista.com/statistics/186639/best-ranked-countries-in-the-travel-and-tourism-competitiveness-index/> (accessed January 29, 2024).
14. Zaiachkovska H. (2010) Indeks konkurentospromozhnosti Ukrainy u sferi podorozhei i turyzmu [The travel and tourism competitiveness index of Ukraine]. *Ekonomichnyi analiz*, vol. 7, pp. 407–410. Available at: <http://dspace.tneu.edu.ua/handle/316497/13630> (accessed January 29, 2024).
15. Analitika: Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen [Analytics: National Institute of Strategic Studies]. Rehionalnyi filial u Lvovi. Available at: <http://niss.lviv.ua/analytics/78/htm> (accessed January 29, 2024).
16. Savitska O. (2013) Stratehiia rozvytku turystychnoi industrii v Ukraini: rehionalni aspekty [Strategy of developing tourism industry in Ukraine: regional aspects]. *Visnyk Nats. un-tu "Lviv. politekhnika"*, no. 754, p. 69. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPP_2013_754_12 (accessed January 29, 2024).
17. Hedin M. (2021) Metodychni zasady otsinky turystychnoho potentsialu Ukrainy v konteksti yevrointehratsii [Methodological principles of assessing the tourist potential of Ukraine in the context of European integration]. *Visnyk KNLU. Serii Istorii, ekonomika, filozofii*, vol. 26. DOI: <https://doi.org/10.32589/2412-9321.26.2021.269931> (accessed January 29, 2024).
18. Korkuna O. I. (2020) Metodychni zasady otsiniuvannia potentsialu rozvytku turystychnorekreatsiinoi sfery v ekonomitsi rehioniv [Methodological principles of assessing the development potential of the tourism and recreation sphere in the economy of regions]. *Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnogo universytetu. Serii: Ekonomika*, no. 1(13), p. 153. (in Ukrainian)
19. Martseniuk L. V. (2015) Problemy ta perspektyvy rozvytku turyzmu v Ukraini [Problems and prospects of tourism development in Ukraine]. *Ekonomichnyi visnyk. Sektsiia: Ekonomichna teoriia*, no. 3, p. 78. (in Ukrainian)
20. Postupna O. V. (2020) Turystski resursy Ukrainy [Tourist resources of Ukraine]: konspekt leksi. Dlia zdobuvachiv vyshchoi osvity, yaki navchaiutsia za spetsialnistiu 242 "Turyzm" za usima formamy navchannia. Kharkiv: NUTsZU, 209 p. (in Ukrainian)
21. Samodai V., Levkovska Zh. (2023) Kharakterni osoblyvosti turystychnoho potentsialu Ukrainy [Characteristics of Ukraine's tourist potential]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-30> (accessed January 29, 2024).
22. Oklander M. A. (2002) Problemy formuvannia marketynhovoï systemy krainy [Problems of forming the country's marketing system]. Kyiv: Naukova dumka, 167 p. (in Ukrainian)
23. Yukhnovska Yu. O. (2019) Doslidzhennia potentsialu turystychnoi haluzi konkurentozdatnykh rehioniv Ukrainy [Research of the potential of the tourist industry of Ukraine's competitive regions]. *Derzhava ta rehiony. Serii: Ekonomika ta pidpriemnytstvo*, no. 5 (110). Available at: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2019/5_2019/14.pdf (accessed January 29, 2024).
24. Polkovnychenko S. O., Murai A. O. (2018) Otsinka konkurentospromozhnosti Ukrainy na yevropeiskomu rynku turystychnykh posluh [Assessment of Ukraine's competitiveness in the European market of tourist services]. *Elektronne naukove fakhove vydannia "Efektyvna ekonomika"*, no. 12, pp. 33–38. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2018.12.112> (accessed January 29, 2024).

Стаття надійшла до редакції 04.03.2024 р.