

УДК 338.001.36

**Н. Пелехата, І. Стойко**

(Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя)

## **ОЦІНКА РІВНІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Конкурентоспроможність туристичної галузі країни – це інтегральна характеристика відповідності туристичних послуг, що надаються, потребам ринку в умовах глобалізації та відкритої економіки. Конкурентоспроможна галузь визначає профіль міжнародної спеціалізації країни.

Актуальність проблеми підсилюється в умовах інтеграції України у світовий економічний простір, виходу на міжнародний ринок і розширення кола потенційних конкурентів. На сучасному етапі істотно зростає необхідність теоретичного обґрунтування, розробки методичних основ та інструментарію оцінки конкурентоспроможності туристичних послуг і туристичних підприємств.

Об'єктом дослідження виступає проблема оцінки конкурентоспроможності підприємств туристичної галузі. Індикаторами оцінки конкурентоспроможності туристичного підприємства є частка підприємства на внутрішньому, регіональному, світовому ринку туристичних послуг, рівень рентабельності, фінансова стійкість, якість туристичних продуктів, імідж, кваліфікація персоналу, ефективність системи управління, наявність постійних клієнтів та надійних партнерів тощо. Поняття конкурентоспроможності туристичного підприємства включає як складову конкурентоспроможність його турпродуктів, що реалізуються на ринку. Як правило, конкурентоспроможним вважається підприємство, яке тривалий час залишається прибутковим в умовах відкритої економіки.

Національний ринок туристичних послуг розвивається в умовах дедалі більш вираженої відкритості економіки, зростання впливів з боку глобалізації. Фактично відбувається швидке становлення цього ринку, формування відносин між його суб'єктами, а також самих цих суб'єктів в умовах формування відкритої економіки і істотного загострення конкуренції на національному ринку туристичних послуг.

Для оцінки рівня конкурентоспроможності діяльності туристичних підприємств в межах внутрішнього регіону найчастіше використовуються такі методи: метод порівняльних переваг; метод рангів; метод балів; метод різниць (відхилення) порівняно з першим конкурентом; метод, заснований на теорії ефективної конкуренції; метод визначення ринкової частки; матричний метод; метод оцінки досягнення ринкової рівноваги тощо.

Зміст та механізми застосування цих методів щодо оцінки конкурентоспроможності туристичних підприємств передбачає одночасне використання різних методів, це обумовлено, по-перше, тим, що кожний метод окремо по-своєму є недосконалим, обмеженим і не характеризує конкурентоспроможність у повному обсязі, а по-друге, для визначення конкурентоспроможності підприємства при використанні більшості методів необхідно мати не завжди доступну інформацію про господарську діяльність підприємств-конкурентів.

Таким чином, галузь туризму України має високий потенціал розвитку та втримання позицій на ринку, не зважаючи на економічну кризу та зменшення загальної кількості підприємств. Вирішальним фактором конкурентоспроможності національних підприємств є їх здатність ефективно використовувати ресурси, а конкурентоспроможність вітчизняних туристичних агентств можна оцінювати за допомогою різних методів.