

*implementation of currency regulation in each country of association under consideration have been studied.*

*It was noted that the currencies of the EFTA countries are one of the overvalued currencies among all currencies in the world, and currency regulation in each of these countries has its own challenges.*

*It has been confirmed that the Swiss franc is one of the few currencies in the world, that have a global revaluation trend, and the Icelandic and Norwegian crowns are devaluative, which means that the franc continues to be the most attractive store of investors' savings as well as continues to hold the status of the world reserve currency for many years.*

*The reasons for which this association has been remained in the Free Trade Area stage for a long time have been identified. Iceland and Norway, seeking to maintain free movement regimes, are faced with the need to regulate their own exchange rates. The volatility of the Icelandic crown has a significant impact on the price level in national economy, unlike the Swiss franc and the Norwegian crown. It took Iceland almost 10 years to move to a liberal model of currency regulation after the 2008 global crisis.*

*Further possible scenarios for the development of this regional association in the global economic space have been outlined, taking into account the globalization factor. The transfer of all EFTA member states to the use of the Swiss franc was proposed. It is noted that the main risk of the changeover to the euro, in our opinion, lies in the difference in interest rates, which can cause an increase in movements of capital and exchange rates. The possibility of a future expansion of the EFTA by joining the UK after the Brexit process, which once stood at the origins of the association, was considered. It has been suggested that this country, together with its currency, can compete with existing currencies and subsequently absorb them.*

**Keywords:** *currency regulation, regional integration, optimum currency area, European Free Trade Association.*

УДК 338.486

**А. В. Балабаниць**

### **УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

*В роботі обґрунтовано рівневий підхід до управління конкурентоспроможністю туристичної індустрії на міжнародному ринку туристичних послуг, який відбиває багатоцільовий характер і багатовекторність синергійного управлінського впливу на чотирьох рівнях: державний рівень, регіональний рівень, рівень підприємства, рівень продукту. Визначено цільові настанови управлінського впливу та обґрунтовано методичний інструментарій для кожного з управлінських рівнів.*

**Ключові слова:** *міжнародний ринок туристичних послуг, конкурентоспроможність туристичної індустрії, конкурентоспроможність туристичного підприємства, конкурентоспроможність туристичного продукту, рівневий підхід до управління конкурентоспроможністю.*

DOI 10.34079/2226-2822-2019-9-18-32-42

**Постановка проблеми.** Міжнародна торгівля туристичними послугами в даний час стала по-справжньому глобальним соціально-економічним явищем, одним з найвпливовіших факторів зростання економік держав та регіонів. Туристична індустрія сьогодні перетворилася на один з провідних напрямків діяльності, рентабельність якого не багато в чому поступається передовим автомобілебудуванню, видобутку енергоносіїв або високотехнологічному сектору. Міжнародні надходження від туризму у 2018 році досягли 1,7 трл. дол., а кількість міжнародних прибуттів збільшилася на 5 % і склала 1,4 млрд. та продовжує щорічно зростати [16]. Водночас, туризм опосередковано сприяє розвитку й інших сфер економіки: торгівлі, будівництва, сільського господарства, виробництва товарів народного споживання, комунікацій, транспорту, громадського харчування, побутового обслуговування. Розвиток туристичної індустрії допомагає у вирішенні багатьох соціальних проблем, зокрема зниження безробіття і зростання рівня зайнятості.

Сьогодні на туристичному ринку України спостерігається, з одного боку, швидке насичення ринку туризму, збільшення кількості туристичних підприємств, покращення показників їхньої діяльності. З іншого – значне переваження імпорту, що суттєво зменшує його значення для розвитку національної економіки. Все це обумовлює необхідність підвищення конкурентоспроможності національної туристичної індустрії в умовах глобальної конкуренції на міжнародному ринку туристичних послуг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Про важливість і необхідність наукових розробок з питань забезпечення конкурентоспроможності туристичних підприємств та туристичної індустрії країни в цілому свідчить велика кількість публікацій і досліджень науковців, а саме: І. Бабіна [2], В. Волошенко [5], В. Вязовська [7], Л. Капустіна [7], М. Колосінська [8], І. Смирнов [11], Н. Степаненко [12] та ін. Незважаючи на велику кількість наукових праць і на значні досягнення у цій сфері, питання розробки ефективного комплексного механізму забезпечення стійкої конкурентоспроможності туристичної індустрії потребують додаткового вивчення.

Виходячи з наведеного, мета статті полягає в науковому обґрунтуванні комплексного підходу до управління конкурентоспроможністю національної туристичної індустрії на міжнародному ринку в умовах глобальної конкуренції з урахуванням особливостей вітчизняних туристських дестинацій та рівня розвитку інфраструктури.

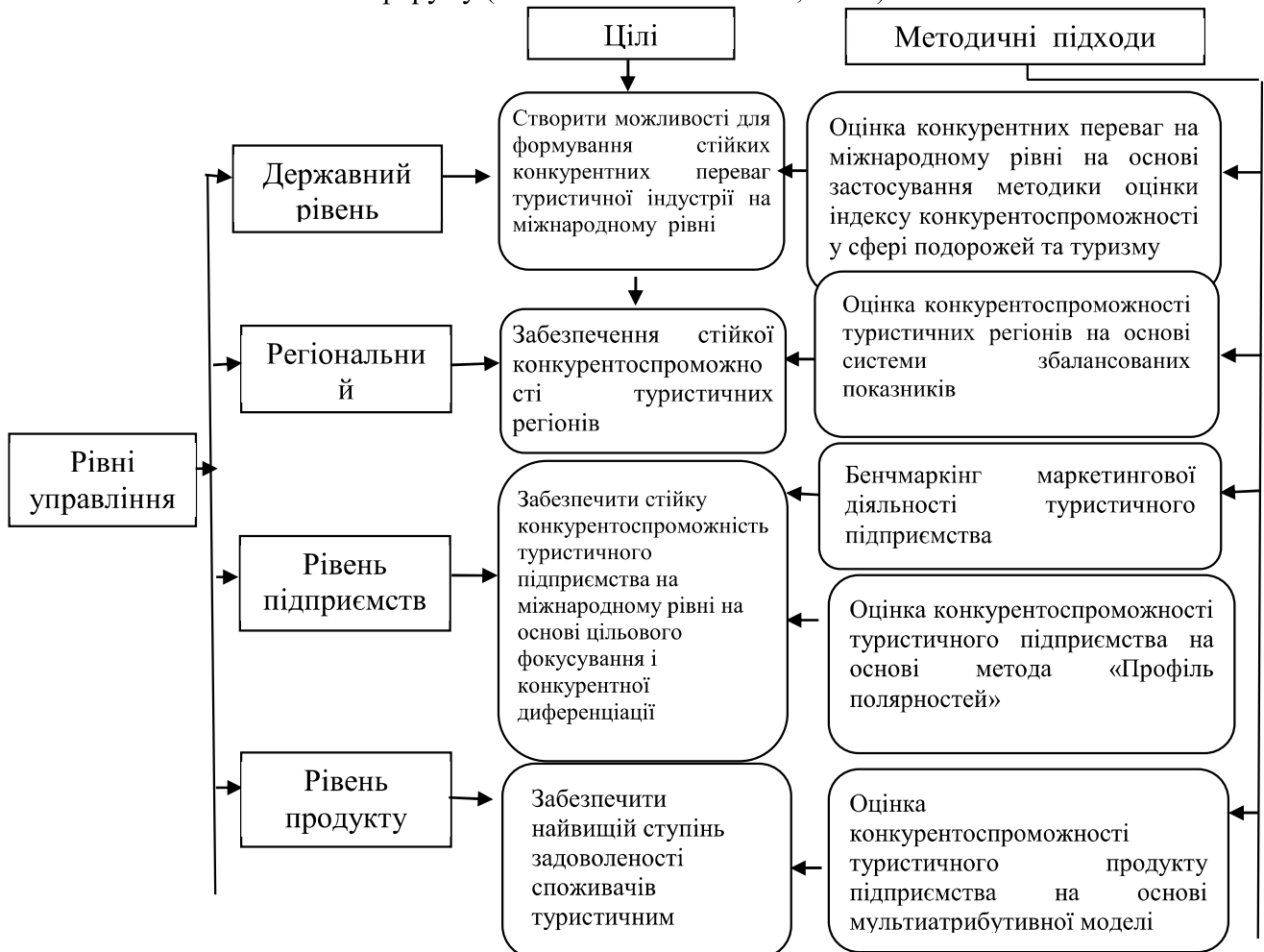
**Виклад основного матеріалу.** Масштабність і важливість туризму, його належність в більшості розвинутих країн до стратегічних галузей національної економіки свідчать про необхідність формування стійких конкурентних переваг у туристичній сфері. О. Бартошук наголошує на необхідності створення цілісної системи управління задля підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі у країні – таку систему, що відповідатиме сучасним і перспективним вимогам динамічного розвитку та реалізуватиметься на різних рівнях: державному, регіональному, рівні окремого підприємства [3, с 67].

У вітчизняній економічній літературі виділяється кілька рівнів конкурентоспроможності: мікрорівень (види продукції, виробництва, підприємства); мезорівень (галузі, корпоративні об'єднання); макрорівень (народногосподарські комплекси). В. Андріанов виділяє чотири рівні: конкурентоспроможність товару, фірмову конкурентоспроможність, галузеву конкурентоспроможність, конкурентоспроможність країни [1]. Виходячи з даних тверджень, можемо відмітити, що управління конкурентоспроможністю туристичної індустрії необхідно здійснювати на основі рівневого підходу, який передбачає комплексну оцінку зовнішніх та внутрішніх факторів та розробку превентивних та адаптивних заходів щодо забезпечення конкурентоспроможності як на рівні туристичних підприємств, так і на

державному рівнях. Комплексний характер управління конкурентоспроможністю туристичної індустрії на основі рівневого підходу представлений на рис. 1.

Конкурентоспроможність туристської індустрії виступає багатоплановою категорією і залежить не тільки від якісного функціонування суб'єктів туристичної індустрії, а й від рівня економічного розвитку країни в цілому, що враховує рівень сервісного обслуговування, розвиненість транспортної і готельної інфраструктури, цінову політику, якість освіти і підготовки кадрів та ін. Це обґрунтовує необхідність розробки на державному рівні механізму формування потенціалу можливостей щодо забезпечення стійких конкурентних переваг туристичної індустрії країни на міжнародному рівні.

Для діагностики конкурентних переваг туристичного ринку України найдоцільнішим є застосування методики оцінки індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму (англ. Travel and Tourism Competitiveness Index, TTCI), що здійснюється Всесвітньою радою з туризму та подорожей (англ. World Travel and Tourism Council, WTTC). Результати оцінки публікуються раз на два роки (починаючи з 2007 р.) у щорічному звіті “Travel and Tourism Competitiveness Report” в межах Всесвітнього економічного форуму (World Economic Forum, WEF).



**Рис.1. Рівневий підхід до управління конкурентоспроможністю туристичної індустрії на міжнародному ринку туристичних послуг**

Індекс конкурентоспроможності країни у сфері подорожей і туризму складається з чотирьох субіндексів: сприятливість середовища (The Enabling Environment subindex), державна політика та створення сприятливих умов (The T&T

Policy and Enabling Conditions subindex), інфраструктура у сфері подорожей та туризму (The Infrastructure subindex), природні та культурні ресурси (The Natural and Cultural Resources subindex).

Ці субіндекси, у свою чергу, включають 14 груп підіндексів, що характеризує мультивекторність розвитку сфери туризму. В таблиці 1 представлено профіль конкурентоспроможності туристичної індустрії України на основі ТТСІ

Таблиця 1

**Профіль індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму країни**

Субіндекси та підіндекси оцінки конкурентоспроможності	Оцінка в балах						
	1	2	3	4	5	6	7
<b>1. Сприятливість середовища:</b>			3,9●	4,6●			
✓ Бізнес-середовище			3,2● 3,7●				
✓ Рівень безпеки			3,5●	4,2●			
✓ Охорона здоров'я та гігієна					5,5●	6,6●	
✓ Людські ресурси та ринок праці				4,4● 4,9●			
✓ Інфраструктура інформаційно-комунікаційних технологій		2,6●		4,2●			
<b>2. Державна політика та створення сприятливих умов</b>				4,1● 4,3●			
✓ Пріоритетність сфери подорожей та туризму			3,3●	4,3●			
✓ Міжнародна відкритість		2,9●		4,0●			
✓ Цінова конкурентоспроможність				4,9●	5,2●		
✓ Екологічна стійкість			3,0● 3,9●				
<b>3. Інфраструктура</b>		2,9●	3,1●				
✓ Інфраструктура повітряного транспорту		2,4● 2,6●					
✓ Інфраструктура наземного та водного транспорту			3,0● 3,4●				
✓ Туристична інфраструктура		2,7●		4,0●			
<b>4. Природні та культурні ресурси</b>		2,2●		4,1●			
✓ Природні ресурси		2,3●			5,2●		
✓ Культурні ресурси та ділові поїздки		2,1●	3,1●				

— профіль індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму у 2017 р.

- - - профіль індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму у 2007 р.

Джерело: розроблено автором за даними [15].

У 2017 році у порівнянні з 2007 роком. Україна за загальним індексом туристичної конкурентоспроможності у 2017 році посіла 88 місце ( з 136 країн) - позиція близька до Македонії (89), Вірменії (84) та Казахстану (81).

По відношенню до 2007 року, коли ми посідали 78 сходинку з 124 країн світу, нами втрачено 10 позицій. Як видно, конкурентними перевагами України у сфері туризму у 2017 р. є охорона здоров'я та гігієна – 6,6 балів (8 місце як у світі, так і в Європі), а також (хоча і з дещо гіршими позиціями) людські ресурси та ринок праці - 4,9 бали (41 місце у світі і 25 – у Європі), цінова конкурентоспроможність туристичної індустрії - 5,2 бали (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). Ці показники дуже залежать від політичної стабільності в країні.

Слід відзначити, що за останні два роки Україна піднялася на 10 позицій в Індексі конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму 2019 р. і посіла там 78 сходинку. По мірі стабілізації та відновлення країни Україна різко покращила ділове середовище (зі 124 на 103 місце), безпеку (зі 127 на 107 місце), міжнародну відкритість (зі 78 на 55 місце) та загальну інфраструктуру (зі 79 на 73 місце) [16].

Проблемними залишаються позиції державної політики та регулювання в секторі подорожей і туризму. В умовах відносно низьких витрат при веденні бізнесу залишаються надто дорогими послуги, що є важливими саме для туристичного сектору, зокрема такі, як послуги готелів і аеропортів.

Визначення конкурентних переваг і зовнішніх можливостей для сфери туризму на основі індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму дає основу для розробки стратегій розвитку туристичних регіонів країни і вітчизняних туристичних підприємств.

На регіональному рівні важливим завданням у напрямку забезпечення стійкої конкурентоспроможності туристичної індустрії повинно бути вимірювання конкурентоспроможності кожного туристичного регіону країни. Під конкурентоспроможністю регіону з точки зору його туристичної привабливості слід розглядати його спроможність отримувати конкурентні переваги перед іншими регіонами країни за рахунок прийому іноземних туристів протягом тривалого періоду.

Вимірювання конкурентоспроможності туристичного регіону доцільно здійснювати за допомогою спеціально розробленої системи збалансованих показників, що дозволить зробити об'єктивні висновки щодо конкурентоспроможності туристичного регіону з врахуванням змін в зовнішньому середовищі, базуючись як на фінансовій, так і не фінансовій інформації; посилити стратегічну спрямованість розвитку регіону туризму на основі постійного моніторингу і зворотного зв'язку.

Система збалансованих показників дозволяє переводити стратегію розвитку туристичного регіону в систему чітко поставлених цілей і завдань, а також показників, що визначають ступінь досягнення стратегічних установок в рамках чотирьох основних складових – фінансової, клієнтської, внутрішніх бізнес-процесів, навчання і розвитку персоналу. У якості ключових показників фінансової складової доцільно розглядати показники інтенсивності туристичних потоків до регіону, обсяг наданих туристичних послуг в регіоні, фінансовий результат діяльності туристичних підприємств регіону. Клієнтська складова визначає коло клієнтів і сегменти споживчого ринку, які охоплює туристичний регіон. Найважливішими індикаторами при оцінці результатів роботи з клієнтами можуть бути: ступінь задоволення потреб

споживачів, їх лояльність, збереження і розширення клієнтської бази. Ці показники дозволяють визначити споживчу цінність туристичної пропозиції та ефективність маркетингової взаємодії туристичного регіону із цільовим ринком. Складова внутрішніх бізнес-процесів визначає види діяльності, найбільш важливі для досягнення цілей розвитку туристичного регіону. До цієї складової, наприклад, можна віднести такі показники: показники ефективності маркетингової діяльності (оновлення асортименту туристичних послуг регіону, використання оптимальних каналів розподілу, результативність рекламної діяльності тощо), стан і розвиток матеріально-технічної бази туристичного регіону. Складова навчання і розвитку – це складова визначення факторів, що сприяють підвищенню ефективності роботи туристичного персоналу для успішної реалізації стратегій розвитку туристичного регіону. Наприклад, показниками, можуть бути: розвиток стратегічних областей компетенцій, оновлення технологій у туристичній діяльності підприємств регіону.

При впровадженні системи збалансованих показників в процес оцінки конкурентоспроможності туристичного регіону керівникам регіонів необхідно докладати постійні зусилля, спрямовані на реалізацію стратегічних цілей регіону у напрямку підвищення конкурентної позиції туристичної індустрії країни на міжнародному ринку в цілому.

Рівень конкурентоспроможності туристичного регіону залежить від конкурентоспроможності усіх його суб'єктів. Конкурентоспроможність підприємства у туризмі – це узагальнююча характеристика ринкової стійкості підприємства, що обумовлюється ефективністю використання наявного ресурсного потенціалу, здатністю надавати привабливі та якісні туристичні продукти, можливістю адаптуватися до змін динамічного конкурентного середовища. Зростання конкурентоспроможності на рівні туристичних підприємств залежить, з одного боку, від управлінських рішень на рівні самих підприємств, з іншого – від державної та регіональної політики у сфері створення відповідного економіко-правового середовища й державної підтримки зусиль суб'єктів туристичного ринку щодо підвищення їх конкурентоспроможності.

Головними завданнями вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства є забезпечення цільового фокусування і конкурентної диференціації на міжнародному ринку туристичних послуг. У якості важливих методів оцінки конкурентоспроможності туристичного підприємства слід розглядати:

- Бенчмаркінг маркетингової діяльності туристичного підприємства - це аналітика діяльності конкурентів, яка дозволяє виокремити позитивні практики застосування певних рішень і використати їх у власній туристичній діяльності.

- Оцінка конкурентоспроможності туристичного підприємства на основі метода профілю полярностей, який передбачає проведення порівняльної оцінки діяльності підприємства й активного конкурента за допомогою вирахування з оцінки кожного показника діяльності підприємства оцінки відповідного показника активного конкурента. Розробка відповідного профілю дозволить підприємству виявити свої конкурентні переваги, визначити слабкі конкурентні сторони та вирішити як їх посилити.

Важливою складовою конкурентних переваг туристичного підприємства є переваги його туристичного продукту, тому зусилля підприємств повинні бути сконцентровані на постійне підвищення якості туристичних послуг та формування раціональної цінової політики. Конкурентоспроможність туристичного продукту можна розглядати як найкращу його відповідність потребам споживачів у порівнянні з товарами-конкурентами. Характерними особливостями якості туристського продукту на міжнародних ринках є:

- диференційованість, яка визначає ступінь відмінності національного туристичного продукту та індустрії серед аналогічних за ціною і якістю пропозицій на глобальному ринку;
- гарантованість туристської послуги - це здатність держави і національної туристичної індустрії в точності надати обіцяну послугу;
- адаптивність - це можливість трансформації національної туристичної індустрії до мінливих вимог глобальної конкуренції;
- превентивність - намір підприємств, що становлять національну туристичну індустрію, посприяти клієнту, без затримки надати набір необхідних послуг під час поїздки;
- доступність і простота спілкування - відкритість і комунікабельність представників національної туристичної індустрії; легкість встановлення контактів з підприємствами конкретної країни.

Систему показників оцінки конкурентоспроможності туристичного продукту доцільно формувати у розрізі його чотирьохрівневої структури:

1. Ядро продукту (характеристики, що підтверджують корисність продукту). На цьому рівні туристичного продукту основними показниками вимірювання конкурентоспроможності можуть бути такі: безпека туру (окремих послуг); відповідність умов обслуговування очікуванням споживачів; відповідність класності засобів розміщення рівню комфортності обслуговування тощо.

2. Функціонал якості (функціональні характеристики, що задовольняють потреби споживачів послуг). Серед показників конкурентоспроможності цього рівня слід розглядати такі: досягнення мети подорожі, культура обслуговування в засобах розміщення, психологічна атмосфера туру, взаємовідносини з обслуговуючим персоналом і між учасниками туру, якість харчування і культура ресторанного обслуговування; якість екскурсійної програми, ставлення місцевого населення; зручність і швидкість транспортного обслуговування на маршруті тощо.

3. Конкурентні відмінності (унікальні атрибути туристичного продукту з урахуванням специфіки регіону і потреб цільових груп споживачів). До показників конкурентоспроможності цього рівня можна віднести, наприклад, такі: програми лояльності, унікальна технологія обслуговування тощо.

4. Підтримуюча атрибутика (підтримуючі атрибути продукту). Цей рівень конкурентоспроможності туристичного продукту характеризується такими показниками: доступність (за ціною, за зручністю розташування, за режимом роботи); забезпечення сувенірною продукцією; сервісне обслуговування, тощо.

Таким чином, підвищення конкурентоспроможності української туристичної індустрії в цілому можливо на основі здійснення наступних заходів:

1. На державному рівні:

- розробка і реалізації стратегічних програм розвитку суб'єктів туристичної індустрії;

- вдосконалення нормативно-правової бази туристичної діяльності;

- розвиток і підтримка взаємодії туристичної індустрії із суміжними та допоміжними галузями.

2. На регіональному рівні:

- підтримання та ефективне використання туристичних ресурсів регіону;

- підвищення якості матеріально-технічної бази туризму та підготовка висококваліфікованих фахівців для підприємств туристичної сфери;

- забезпечення «здорової» конкуренції між туристичними регіонами, що виявляється у підвищенні якості обслуговування;

3. На рівні туристичних підприємств:

- прискорення інновацій в туристичних продуктах відповідно до вимог туристичного ринку;
- координація маркетингової діяльності з метою досягнення відповідності сучасним вимогам бізнесу;
- зміцнення маркетингової взаємодії з клієнтами, партнерами і співробітниками.

Таким чином, можна зробити наступні висновки. Конкурентоспроможність туристичної індустрії є складовою багаторівневої економічної категорії «конкурентоспроможність» поряд із конкурентоспроможністю товару, підприємства, регіону, національної економіки.

У результаті дослідження обґрунтовано, що досягнення масштабного бачення перспектив конкурентоспроможного розвитку туристичної індустрії на міжнародному ринку можливо на основі рівневого підходу до в результаті синергічного впливу управлінських зусиль на державному рівні, на регіональному рівні і на рівні туристичних підприємств.

Розробка стратегій розвитку туристичних регіонів країни і вітчизняних туристичних підприємств повинна здійснюватися на основі визначення конкурентних переваг і зовнішніх можливостей для сфери туризму з урахуванням індексу конкурентоспроможності країни у сфері подорожей та туризму.

Вимірювання конкурентоспроможності туристичного регіону доцільно здійснювати за допомогою спеціально розробленої системи збалансованих показників, що дозволить посилити стратегічну спрямованість розвитку регіону туризму на основі постійного моніторингу і зворотного зв'язку.

Забезпечення конкурентоспроможності туристичних підприємств на міжнародному ринку туристичних послуг повинно здійснюватися на основі результатів бенчмаркінгу та комплексної порівняльної оцінки туристичної діяльності підприємств-конкурентів.

Маркетингові зусилля туристичних підприємств повинні бути сконцентровані на постійне підвищення конкурентоспроможності туристичних продуктів з урахуванням результатів оцінки його якості на основі розробленої мультиатрибутивної моделі туристичного продукту, яка має рівневу структуру: ядро продукту (показники, що оцінюють ступінь корисності туристського продукту для споживачів), функціонал якості (показники, що оцінюють функціональні характеристики туристського продукту), конкурентні відмінності (показники, що визначають конкурентну диференціацію туристичного продукту), підтримуюча атрибутика (показники, що оцінюють маркетингову підтримку туристичного продукту).

Напрямами подальших досліджень може стати розробка механізму інтегрованого управління конкурентоспроможністю туристичної індустрії на міжнародному туристичному ринку. Результати таких досліджень можуть бути корисними у визначенні пріоритетних напрямів розвитку конкурентоспроможності туристичного регіону на основі удосконалення існуючих та розробки нових туристичних продуктів.

#### Список використаної літератури

1. Андрианов В. Конкурентоспособность России в мировой экономике / В. Андрианов // Мировая экономика и международные отношения. – 2000. - № 3. – С. 47-52 ; Andrianov V. Konkurentosposobnost Rossii v mirovoy ekonomike / V. Andrianov // Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya. – 2000. - № 3. – S. 47-52.
2. Бабіна Н. І. Аналіз рейтингу конкурентоспроможності країн у галузі міжнародного туризму [Електронний ресурс] / Н. І. Бабіна // Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. - Вип. 3. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/vipusk-3-2015/326-babina-n-ianaliz-rejtingu-konkurentospromozhnosti-krajn-u-galuzi->



mizhnarodnogo-turizmu ; Babina N. I. Analiz reitynhu konkurentospromozhnosti krain u haluzi mizhna-rodnoho turyzmu [Elektronnyi resurs] / N. I. Babina // Hlobalni ta natsiona-lni problemy ekonomiky. 2015. - Vyp. 3. – Rezhym dostupu : <http://global-national.in.ua/vipusk-3-2015/326-babina-n-ianaliz-rejtingu-konkurentospromozhnosti-krajn-u-galuzi-mizhnarodnogo-turizmu>

3. Бартошук О. В. Моделі розвитку індустрії туризму (зарубіжний досвід) / О. В. Бартошук // Держава і регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2011. – № 2. – С. 62-68 ; Bartoshuk O. V. Modeli rozvytku industrii turyzmu (zarubizhnyi dosvid) / O. V. Bartoshuk // Derzhava i rehiony. Serii: Ekonomika ta pidpriemnytstvo. – 2011. – № 2. – S. 62-68.

4. Браймер К. Основы управления предприятиями и организациями индустрии гостеприимства / К. Браймер // Alma mater: Вестник высшей школы. – 2013. – № 6. – С. 40-47 ; Braimer K. Osnovy upravleniya predpriyatiyami i organizatsiyami industrii gostepriimstva /K. Braimer // Alma mater: Vestnik vysshei shkoly. – 2013. – №6. – S. 40-47.

5. Волошенко В. Механізми державного управління конкурентоспроможністю туристичної галузі в сучасній Україні [Електронний ресурс] / В. Волошенко // Публічне адміністрування: теорія та практика. - 2014. Вип.1. - Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp\\_2014\\_1\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp_2014_1_6) ; Voloshenko V. Mekhanizmy derzhavnoho upravlinnia konkurentospromozhnosti turystychnoi haluzi v suchasni Ukraini [Elektronnyi resurs] / V. Voloshenko // Publichne administruvannia: teoriia ta praktyka. - 2014. Vyp.1. - Rezhym dostupu : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp\\_2014\\_1\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp_2014_1_6)

6. Дубик В. Я. Маркетинговий підхід до аналізу конкурентоспроможності вітчизняних підприємств туристичного бізнесу в умовах євроінтеграції / В. Я. Дубик, О. Б. Осідач // Науковий вісник НЛТУ України. - 2016. - Вип. 26.2. - С. 64-69 ; Dubyk V. Ya. Marketynhovyi pidkhid do analizu konkurentospromozhnosti vit-chyznianskykh pidpriemstv turystychnoho biznesu v umovakh yevrointehratsii / V. Ya. Dubyk, O. B. Osidach // Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy. - 2016. - Vyp. 26.2. - S. 64-69.

7. Капустина Л. М. Конкурентоспособность стран на мировом рынке туристских услуг : моногр. / Л. М. Капустина, В. В. Вязовская. - Екатеринбург : Уральский гос. экономический ун-т, 2017. - 166 с. ; Kapustina L. M. Konkurentosposobnost stran na mirovom rynke turist-skikh uslug : monogr. / L. M. Kapustina, V. V. Vyazovskaya. - Yekaterinburg : Uralskiy gos. ekonomicheskii un-t, 2017. - 166 s.

8. Колосінська М. І. Дослідження конкурентоспроможності туристичного ринку України [Електронний ресурс] / М. І. Колосінська // Регіональна економіка. - 2012. - № 2. - С. 185-193. - Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/regek\\_2012\\_2\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/regek_2012_2_23) ; Kolosinska M. I. Doslidzhennia konkurentospromozhnosti turystychnoho rynku Ukrainy [Elektronnyi resurs] / M. I. Kolosinska // Rehionalna ekonomika. - 2012. - № 2. - S. 185-193. - Rezhym dostupu : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/regek\\_2012\\_2\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/regek_2012_2_23)

9. Мігущенко Ю. В. Методика оцінки конкурентоспроможності туристичної сфери України [Електронний ресурс] / Ю. В. Мігущенко // Економіка. Управління. Інновації. - 2013. - № 1. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2013\\_1\\_39](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_1_39) ; Mihushchenko Yu. V. Metodyka otsinky konkurentospromozhnosti turystychnoi sfery Ukrainy [Elektronnyi resurs] / Yu. V. Mihushenko // Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. - 2013. - № 1. – Rezhym dostupu : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2013\\_1\\_39](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_1_39)

10. Смирнов Є. В. Стратегічні імперативи розвитку туристичної галузі України / Є. В. Смирнов, О. П. Смирнова // Економіка та держава. - 2016. - № 8. - С. 28-34 ; Smyrnov Ye. V. Stratehichni imperatyvy rozvytku turystychnoi haluzi Ukrainy / Ye. V. Smyrnov, O. P. Smyrnova // Ekonomika ta derzhava. - 2016. - № 8. - S. 28-34.

11. Смирнов І. Г. Визначення рівня конкурентоспроможності країн світу в туризмі: сучасні підходи / І. Г. Смирнов // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси,

право. - 2015. - № 5-6. - С. 37–49 ; Smyrnov I. H. Vyznachennia rivnia konkurentospromozhnosti krain svitu v tury-zmi: suchasni pidkhody / I. H. Smyrnov // Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo. - 2015. - № 5-6. - S. 37–49.

12. Степаненко Н. О. Розвиток туристичної діяльності України в умовах євроінтеграції [Електронний ресурс] / Н. О. Степаненко // Міжнародні відносини. Серія «Економічні науки». - 2017. - № 10. - Режим доступу : [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec\\_n/article/view/3107](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3107) ; Stepanenko N. O. Rozvytok turystychnoi diialnosti Ukrainy v umovakh yevroin-tehratsii [Elektronnyi resurs] / N. O. Stepanenko // Mizhnarodni vidnosyny. Seriiia «Ekonomichni nauky». - 2017. - № 10. - Rezhym dostupu : [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec\\_n/article/view/3107](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3107)

13. UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416226>

14. Travel & Tourism Economic Impact, 2018. Ukraine [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economicimpact-research/countries-2018/ukraine2018.pdf>

15. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourismcompetitiveness-report-2017>

16. International Tourism Highlights, 2019 Edition [http](http://www.tourlib.net/wto/WTO_highlights_2019.pdf) [Electronic resource]. – Mode of access : [https://www.tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2019.pdf](https://www.tourlib.net/wto/WTO_highlights_2019.pdf)

Стаття надійшла до редакції 05.09.2019

**A. Balabanyts**

#### **MANAGEMENT OF UKRAINE'S TOURISM INDUSTRY COMPETITIVENESS IN INTERNATIONAL MARKET OF TOURISM SERVICES**

*The study substantiates the level approach to managing the competitiveness of tourism industry in the international tourist services market in the conditions of global competition, taking into account the characteristics of domestic tourist destinations and the level of infrastructure development, which reflects the multi-purpose nature of marketing interaction and multi-vectoring synergistic management influence. Strengthening the international competitiveness of the tourism industry should be ensured by appropriate management efforts in four areas: state level, regional level, enterprise level, product level.*

*It is argued that in order to diagnose the competitive advantages of the tourist market of Ukraine, the most appropriate method is to apply the methodology for assessing the competitiveness index in the field of travel and tourism. Based on the developed competitiveness index, the competitive advantages of the country's tourism industry in the international market have been analyzed, its weaknesses have been identified, and directions for strengthening the competitive international position of the tourism sector have been developed.*

*It is established that measuring the competitiveness of the tourist region is expedient to carry out with the help of a specially developed system of balanced indicators, which will allow to strengthen the strategic direction of development of the region of tourism on the basis of constant monitoring and feedback.*

*It is proved that ensuring the sustainable competitiveness of a tourist enterprise internationally is possible on the basis of simultaneous provision of target focus and competitive differentiation.*

*A system of indicators for assessing the competitiveness of a tourist product in terms of its four-tier structure is developed: the product core (indicators that assess the degree of utility of a tourist product for consumers), quality functional (indicators that evaluate the functional characteristics of the tourism product), competitive differences (indicators that*

*determine competitive differentiation tourist product, supporting attributes (indicators that assess the supporting attribute of the tourism product).*

**Key words:** *International market of tourism services, competitiveness of a tourism industry, competitiveness of a tourism enterprise, competitiveness of a tourism product, level approach to competitiveness management.*

УДК 339.96: 336.278

**О. О. Шкурат**  
**Н. В. Балабанова**

### **АНАЛІЗ ВПЛИВУ МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ НА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ КРАЇНИ**

*У статті здійснено аналіз економічної співпраці України з Міжнародними фінансовими організаціями на різних етапах розвитку. Виявлено закономірності взаємозв'язку кредитних запозичень з динамікою економічного зростання України та країн ЄС; визначено граничні значення рівня боргового навантаження в обраній вибірці країн. А також здійснено теоретичний аналіз наслідків залучення кредитних коштів від МФО на економічну ситуацію країни та запропоновано шлях ефективного здійснення боргової політики уряду. Розкрито наслідки та проблеми використання зовнішніх запозичень; окреслено заходи щодо вдосконалення та покращення економічної співпраці з міжнародними фінансовими організаціями.*

**Ключові слова.** *Міжнародні фінансові організації, боргове навантаження, економічне зростання, країни ЄС, кредитні ресурси, державні запозичення.*

DOI 10.34079/2226-2822-2019-9-18-42-51

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі неможливо уявити економіку, яка не залучена до системи міжнародного кредитування і в повній мірі забезпечує фінансові потреби своєї країни та є прикладом стабільного економічного зростання без залучення додаткових кредитних коштів. Автаркічна модель розвитку в сьогоденних реаліях зовсім втратила свою актуальність, процеси глобалізації з кожним днем посилюють значущість міжнародних організацій у системи світового господарювання та переплетіння взаємозалежності економік світу. Міжнародні фінансові організації (МФО) відіграють дуже важливу роль у світовому русі грошових ресурсів та виступають рушійною силою у фінансовій підтримці економік світу. Кредитні ресурси, як джерело фінансування, при умовах недостатніх власних фінансів, є ефективним шляхом для реалізації певних проектів та подолання короткострокових фінансових проблем. Однак перевищення граничних розмірів зовнішніх запозичень, що є прямим наслідком співпраці країни з міжнародними кредитними установами, ставлять під загрозу економічну безпеку країни та стають тягарем для державного бюджету за рахунок зростання витрат на обслуговування боргу. Тож до сьогодні вчені-економісти не сформували єдиного погляду щодо впливу зовнішніх кредитних запозичень на динаміку економічного зростання країни.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питання ефективності співробітництва країн з міжнародними фінансовими організаціями, залучення кредитних ресурсів та визначення впливу зовнішніх запозичень на економічне зростання країни перебували та продовжують залишатися в центрі уваги наукових