

Олексій Л. Пластун¹, Федір О. Журавка²,
Наталія О. Небаба³, Інесса Є. Ярова⁴

ОЦІНКА КОНЦЕНТРАЦІЇ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

У статті доведено, що екстремальна концентрація на будь-якому ринку – це зосередження ринкової влади в руках окремих учасників ринку. І це, в свою чергу, є ознакою деградації ринку. Проведений аналіз показав, що ринок туристичних послуг України перейшов у стан квазіконкурентного. Перш за все, це вимагає перегляду державної політики та стратегії розвитку туристичної галузі як в цілому, так і з позиції регіонів.

Ключові слова: ринок туристичних послуг, конкуренція, концентрація, туризм, Україна.

Рис. 3. Табл. 3. Літ. 13.

DOI: 10.32752/1993-6788-2021-1-243-244-29-36

Алексей Л. Пластун, Федор А. Журавка,
Наталья А. Небаба, Инесса Е. Яровая

ОЦЕНКА КОНЦЕНТРАЦИИ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ УКРАИНЫ

В статье доказано, что экстремальная концентрация на любом рынке - это сосредоточение рыночной власти в руках отдельных участников рынка. И это, в свою очередь, является признаком деградации рынка. Анализ, проведенный в работе, показал, что рынок туристических услуг Украины перешел в состояние квазиконкурентного, что требует пересмотра государственной политики и стратегии развития туристической отрасли как в целом, так и с позиции регионов.

Ключевые слова: рынок туристических услуг, конкуренция, концентрация, туризм, Украина.

Oleksii L. Plastun, Fedir O. Zhuravka, Natalia A. Nebaba, Inessa Ye. Yarova

ASSESSMENT OF THE TOURIST SERVICES MARKET CONCENTRATION IN UKRAINE

The article proves that any extreme market concentration implies focusing the market power in the hands of individual market participants. Which in turn is a sign of market degradation. The analysis of the Ukrainian tourist market has shown that the national tourist services market has become quasi-competitive. Therefore, it requires a state policy and development strategy revision for the tourism industry as a whole and in the regional context.

Keywords: tourist services market, competition, concentration, tourism, Ukraine.

Peer-reviewed, approved and placed: 21.10.2021.

Постановка проблеми. Ринок туристичних послуг України до пандемії розвивався вибухово. Якщо у 2018 році загальний дохід українських туроператорів становив 16,9 млрд грн, а їхніми послугами скористалися 3,3 млн осіб, то в 2019 році (за даними Державної служби статистики) послугами українських туроператорів і турагентів скористалися 6,1 млн осіб, що дало

¹ Sumy State University, Sumy, Ukraine.

² Sumy State University, Sumy, Ukraine.

³ University of Customs and Finance, Dnipro, Ukraine.

⁴ Sumy State University, Sumy, Ukraine.

змогу туроператорам отримати дохід в сумі 32,6 млрд грн. Фактично мова йдеться про подвоєння обсягів діяльності [13].

Запорукою успішного розвитку будь-якого ринку є наявність високої конкуренції на ньому та адекватного рівня концентрації.

Поверхневий аналіз ринку туристичних послуг України в регіональному розрізі за критерієм «Кількість суб'єктів туристичної діяльності» показав, що ринок розподілений дуже нерівномірно (рис. 1).



Рис. 1. Дохід від надання туристичних послуг у 2017 р., тис грн, побудовано авторами на основі [13]

Аналіз в грошовому вимірнику за показником «Дохід від надання туристичних послуг» засвідчив тотальний рівень регіональної концентрації на ринку (рис. 2).

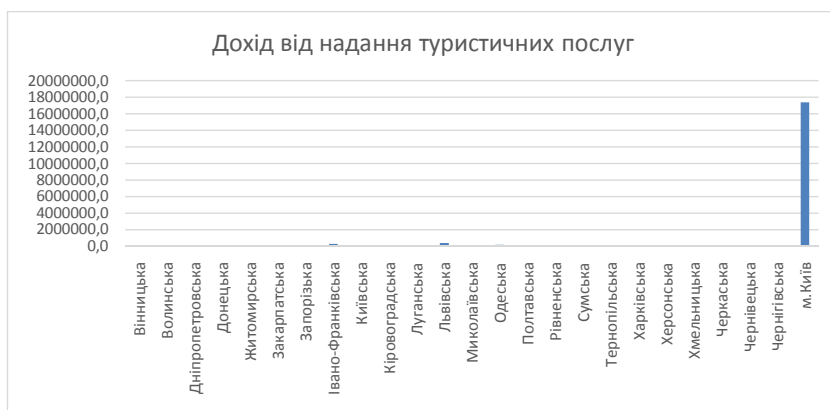


Рис. 2. Дохід від надання туристичних послуг у 2017 р., тис грн, побудовано авторами на основі [13]

Втім візуальний аналіз важко назвати науковим підходом, тож в даній роботі нами за допомогою використання спеціальних методів та технік буде

доведено гіпотезу про аномально високий рівень концентрації на ринку туристичних послуг України в регіональному розрізі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Конкуренція – це змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття, завдяки власним досягненням, переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку [8].

З метою оцінки та аналізу концентраційних процесів на ринках – використовується теорія квазіконкурентних ринків. Основи даної теорії були викладені Baumol, W.J. [1]. В Україні вона отримала поширення в роботах Пластуна О. Л. [10], Макаренко І.О. [9], Петракова Я. В. [12], Огороднікової Т.В. [11] та інших. Теорія квазіконкурентних ринків визначає квазіконкурентні ринки як такі, де представлена незначна кількість крупних фірм, для яких створені умови, які змушують їх діяти конкурентно. У той же час на таких ринках може спостерігатись висока концентрація за одними критеріями та ознаки вільної конкуренції за іншими.

Оцінювання рівня квазіконкурентності ринку та концентраційних процесів на ньому може здійснюватися як за стандартними підходами, які базуються на розрахунках коефіцієнтів концентрації, індексу Херфіндала – Хіршмана, коефіцієнта рентабельності ринку, коефіцієнта Лернера чи використанні статичних і динамічних конкурентних моделей (Лоткі-Вольтерра, Панзара-Росса, Бреснахана-Лау, Барроса-Модесто, Івата та ін.).

В даній статті було використано методичний підхід, запропонований О.Л. Пластуном та І.О. Макаренко, який було апробовано на ринку аудиторських послуг та фондовому ринку України [9].

Мета дослідження. За допомогою використання спеціальних методів і технік перевірити гіпотезу про аномально високий рівень концентрації на ринку туристичних послуг України в регіональному розрізі.

Основні результати дослідження. Першим етапом аналізу є статистичне підтвердження гіпотези про нерівномірність туристичного ринку України в регіональному аспекті. Для того, щоб довести приналежність груп даних до різних генеральних сукупностей у статистиці використовуються параметричні та непараметричні методи залежно від того, чи відповідають дані нормальному розподілу чи ні.

Зважаючи на специфіку масиву даних (24 групи), у роботі використовуватиметься тест Крускала-Волліса.

Нульова гіпотеза (H_0) в даному випадку наступна: дані належать до однієї генеральної сукупності. У випадку, якщо нульова гіпотеза відкидається (не знаходить свого підтвердження), то робиться висновок про те, що дані належать до різних генеральних сукупностей.

За умови доведення, що аналізовані групи даних (кожному емітенту відповідає його масив даних) належать до різних генеральних сукупностей, отримуємо непряме підтвердження на користь того, що ринок туристичних послуг України є нерівномірним, тобто не є вільно конкурентним. Відповідно, в такому разі ми отримаємо підтвердження висунутій базовій гіпотезі.

Якщо попередні статистичні оцінки свідчать на користь гіпотези про квазіконкурентність ринку туристичних послуг України, то наступним етапом є кількісні оцінки рівня конкурентності. Для цього пропонуємо використовувати не тільки найуживаніші індикатори (індекс концентрації, індекс Херфіндаля-Хіршмана, коефіцієнт Джині, крива Лоренца), але й інші індикатори ринкової частки компаній, які не дуже часто використовуються в зарубіжних дослідженнях конкуренції на ринку (індекс Розенблюта, індекс Лернера, індекс галузевої концентрації ССІ, індекс ентропії).

Наведемо стисло характеристику цих показників та формули їх розрахунку (табл. 1).

Таблиця 1. Основні показники для оцінки концентрації ринку [3, 4, 6, 7]

Назва показника	Розрахунок	Характеристика
Індекс концентрації	$CRn = \frac{R_1 + R_2 + \dots + R_n}{R}$ <p>де CRn – частковий коефіцієнт концентрації; n – кількість найбільших учасників ринку; R_i – частка ринку, що контролюється i-им учасником; R – обсяг ринку</p>	Характеризує нерівність на ринку, відображаючи позицію найбільших фірм. Залежно від значень чотиричасткового ($CR4$) коефіцієнта концентрації, ринки можна поділити на чотири групи: 1. Чиста монополія ($CR4 \approx 100\%$). 2. Домінуючі фірми ($40\% < CR4 < 60\%$). 3. Обмежена олігополія ($CR4 > 60\%$). 4. Ефективна конкуренція ($CR4 < 40\%$)
Індекс Херфіндаля-Хіршмана (ННІ)	$HHI = \sum_{i=1}^n \left(\frac{R_i}{R}\right)^2$	Використовується для оцінки рівня монополізації галузі. Набуває значення в діапазоні $[0; 1]$: 1) 0 – мінімальна концентрація; 2) від 0 до 0.1 – низький рівень концентрації; 3) від 0.10 до 0.18 – середній рівень концентрації; 4) понад 0.18 – високий рівень концентрації
Індекс Лернера	$L = \frac{P - MC}{P}$ <p>де P – ціна одиниці продукції; MC – граничні витрати, пов'язані з виробництвом додаткової одиниці продукції</p>	Розрахунок величини, на яку ціна перевищує граничні витрати, свідчить про рівень монополізації ринку. Чим більший розрив між P і MC , тим більше ступінь монополізації ринку. Індекс Лернера набуває значення в діапазоні $[0; 1]$. Чим ближче значення індексу Лернера до 1, тим вищим є рівень монополізації ринку. Відповідно в разі досконалої конкуренції індекс Лернера дорівнює 0.
Індекс Розенблюта	$I_R = \frac{1}{2 \times \sum_{i=1}^n (i \times R_i) - 1}$	Дає змогу врахувати ранг учасників ринку під час оцінки його концентрації. Значення індексу Розенблюта набуває значення в діапазоні $[1/n; 1]$. Чим вищим є значення, тим монополізованішим є ринок

Закінчення табл. 1

Назва показника	Розрахунок	Характеристика
Індекс галузевої концентрації (CCI)	$CCI = R_1 + \sum_{i=2}^n R_i^2 \times (1 + (1 - R_i))$	Дає змогу оцінити співвідношення між коливаннями ринкових часток та абсолютною значущістю частки найбільшого суб'єкта ринку. Значення індексу галузевої концентрації набуває значення в діапазоні [0; 1]. Чим вищим є значення, тим монополізованішим є ринок
Індекс ентропії	$E = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n R_i \times \ln \frac{1}{R_i}$	Використання цього індексу дає змогу, зменшуючи значущість ринкових часток великих суб'єктів ринку, підсилити значущість малих. Чим вище значення індексу ентропії, тим вище рівень економічної невизначеності та нижче ймовірність формування монополії чи олігополії
Коефіцієнт Джині	$G = \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n R_i - R_j }{2n^2 \bar{R}}$	Коефіцієнт Джині є кількісною інтерпретацією кривої Лоренца. Набуває значення в інтервалі від 0 до 1. Чим більше коефіцієнт Джині, тим більшою є нерівномірність розподілу ринкових часток між учасниками ринку і, отже, вищим є рівень концентрації на ринку

Крім того, для візуальної (графічної) інтерпретації рівня нерівності на ринку використовується крива Лоренца – графік кумулятивних часток компаній на ринку (вісь X) і кумулятивний обсяг ринку (вісь Y).

Теоретично, абсолютно рівний розподіл ринку характеризується бісектрисою, що виходить з точки початку системи координат. Чим більшим є відхилення емпіричного розподілу від теоретичного, тим більший ступінь нерівності є на ринку.

Оскільки базовим вимірником економічної активності в Україні є гривня, для аналізу використовувався показник «Дохід від надання туристичних послуг» в тис грн. Дані аналізувались за період 2011-2017 р.

Першим етапом аналізу стало підтвердження попередніх висновків про надвисокий рівень концентрації, отриманий за результатами аналізу рис. 2. Для цього було використано Тест Крускала-Волліса. Результати статистичного тесту Крускала-Волліса наведено в табл. 2.

Таблиця 2. Результати тесту Крускала-Волліса, розраховано авторами на основі [7]

Показник	Значення
Скоригована H	42
Ступені свободи	23
P значення	0.001
Критичне значення	36.41
Нульова гіпотеза	Відхилена

Як свідчать результати розрахунків (табл. 2), аналізовані дані належать до різних генеральних сукупностей, що є непрямим свідченням на користь гіпотези про квазіконкурентність ринку туристичних послуг України.

Для підтвердження цих висновків, відповідно до використовуваного в роботі науково-методичного підходу, нами було розраховано базові індикатори для оцінки концентрації ринку.

Результати аналізу індексів концентрації (Індекс концентрації (CR1), Індекс концентрації (CR4), Індекс Херфіндаля-Хіршмана (HHI), Індекс Розенблюта, Індекс галузевої концентрації (CCI), Індекс ентропії, коефіцієнт Джині, індекс Лернера) наведено в табл. 3.

Таблиця 3. Індекси концентрації за період 2011-2017 років, проаналізовано авторами на основі [13]

Показник	2011	2017
Індекс концентрації (CR1)	92,04%	97,76%
Індекс концентрації (CR4)	80,39%	93,98%
Індекс Херфіндаля-Хіршмана (HHI)	0.65	0.88
Індекс Розенблюта	0.60	2.26
Індекс галузевої концентрації (CCI)	0.79	0.94
Індекс ентропії	3.63%	1.35%
Коефіцієнт Джині	0.73	0.85

Графічне відображення ступеня нерівності ринку туристичних послуг України шляхом побудови кривої Лоренца за обраним показником наведено на рис. 3.

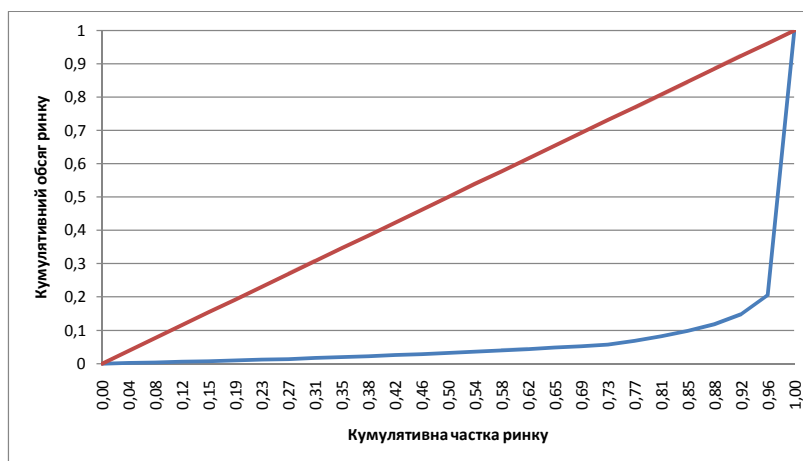


Рис. 3. Крива Лоренца для даних 2017 року, побудовано авторами на основі [13]

Як бачимо, для ринку туристичних послуг України характерна тотальна нерівність за географічною ознакою. Як свідчать результати проведеного

аналізу рівень конкуренції на ринку туристичних послуг України в географічному розрізі за аналізований період радикально знизився. Його і раніше важко було назвати вільно конкурентним, втім за період 2010-2017 роки він перетворився майже на монополію. Тобто, по суті, можна ставити знак рівності між поняттями туристичний ринок України та туристичний ринок міста Київ.

Висновки. Отже, вибуховий розвиток ринку туристичних послуг України з позиції географічної концентрації є явищем кількісним, а не якісним. Бо якісно – ринок деградує, а не розвивається. Проведене дослідження показало, що в регіональному розрізі, а саме в грошовому вимірі, ринок України, по суті, є ринком міста Київ. Що характерно, з часом ситуація лише погіршується. Таким чином, екстремальна концентрація на будь-якому ринку – це зосередження ринкової влади в руках окремих учасників ринку, що призводить до його поступової деградації. Наразі, ринок туристичних послуг України перейшов у стан квазіконкурентного, що вимагає перегляду державної політики та стратегії розвитку туристичної галузі в цілому та в регіональному контексті.

1. Baumol, W.J., J.C. Panzar and R.D. Willing (1982). *Contestable markets and the theory of industry structure*, New York: Harcourt Brace Jovanovich.

2. Gini, C. (1909). Concentration and dependency ratios (in Italian). English translation in *Rivista di Politica Economica*, 87(1997), 769-789.

3. Hirschman, A.O. (1964). The Paternity of an Index. 1964. *American Economic Review*, Vol. 54, 761-762.

4. Lerner, A. P. (1934). The Concept of Monopoly and the Measurement of Monopoly Power. *The Review of Economic Studies*, Vol. 1 (3), 157-175.

5. Lorenz, M. O. (1905). Methods of measuring the concentration of wealth. *Publications of the American Statistical Association (Publications of the American Statistical Association, Vol. 9, No. 70, 209-219.*

6. Mynhardt, R.H., Plastun, A. and Makarenko, I. (2017). Competitiveness Of The Ukrainian Audit Market. *Risk governance & control: financial markets & institutions*, 7(2, 1), 177-193.

7. Rosenbluth, G. (1955). Measures of Concentration, In *Business Concentration and Price Policy* by National Bureau of Economic Research. Princeton: Princeton University Press.

8. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 р. № 2210-III. Редакція від 11.08.2013 р. / Верховна Рада України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>.

9. Макаренко І. О., Пластун О. Л. Концентрація на ринку аудиторських послуг України та конвергенція систем обліку і аудиту. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2016. № 1 (67). С. 121-125.

10. Макаренко І.О., Пластун О.Л. Квазіконкурентність ринку аудиторських послуг України: євроінтеграційний аспект. *Вісник Національного банку України*. 2016. С.27–42.

11. Огородникова Т.В., Сергеева С.В. (2013). Теория квазиконкурентных рынков. *Экономика 2.0*. URL: <http://econ2.ru/blogs/problemu-obrazovaniya/teoriya-kvazikonkurentnyh-rynkov.html>.

12. Петраков Я.В. Теория квазиконкурентных рынков и аудиторский бизнес: проблемы идентификации. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2013. № 3. С. 248-258.

13. Туристична діяльність в Україні у 2017 році. Статистичний зб. Київ, 2018. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publtur_u.htm

1. Baumol, W.J., J.C. Panzar and R.D. Willing (1982). *Contestable markets and the theory of industry structure*, New York: Harcourt Brace Jovanovich.

2. Gini, C. (1909). «Concentration and dependency ratios» (in Italian). English translation in *Rivista di Politica Economica*, 87(1997), 769-789.

3. Hirschman, A.O. (1964). «The Paternity of an Index». American Economic Review, Vol. 54, 761-762.
4. Lerner, A. P. (1934). “The Concept of Monopoly and the Measurement of Monopoly Power”. The Review of Economic Studies, Vol. 1 (3), 157–175.
5. Lorenz, M. O. (1905). “Methods of measuring the concentration of wealth”. Publications of the American Statistical Association, Vol. 9, No. 70, 209–219.
6. Mynhardt, R.H., Plastun, A. and Makarenko, I. (2017). Competitiveness Of The Ukrainian Audit Market. Risk governance & control: financial markets & institutions, 7(2,1), 177–193.
7. Rosenbluth, G. (1955). Measures of Concentration, In Business Concentration and Price Policy by National Bureau of Economic Research. Princeton: Princeton University Press.
8. Закон України «Про захист економічної конкуренції», 11.01.2001 № 2210-III. Редакція від 11.08.2013 / Верховна Рада України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>. [in Ukrainian].
9. Makarenko I. O., Plastun O. L. Концентрація на ринку аудиторських послуг України та конвергентність систем обліку і аудиту. Вісник Сумського національного аграрного університету. 2016. № 1 (67). С. 121-125 [in Ukrainian].
10. Makarenko I.O., Plastun O.L. Квазіконкуренція ринку аудиторських послуг України: еволюційно-теоретичний аспект. Вісник Національного банку України. 2016. С. 27-42 [in Ukrainian].
11. Ohorodnykova T.V., Serheeva S.V. (2013). Теорія квазіконкуренційних ринків. Економіка 2.0. URL: <http://econ2.ru/blogs/problemy-obrazovaniya/teoriya-kvazikonkurentnyh-rynkov.html>. [in Russian].
12. Petrakov Ya.V. Теорія квазіконкуренційних ринків у аудиторському бізнесі: проблеми ідентифікації. Вісник Чернігівського державного технологічного університету. 2013. № 3. С. 248-258 [in Russian].
13. Турстична діяльність в Україні у 2017 році. Статистичні збірники. Київ, 2018. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publtur_u.htm [in Ukrainian].