

УДК 338.48

Ю.Є. ДАЩУК

Луцький національний технічний університет

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ: СТАН, ПЕРСПЕКТИВИ, РІШЕННЯ

Y. DASHCHUK

Lutsk National Technical University

COMPETITIVENESS OF HOSPITALITY INDUSTRY: STATUS, PROSPECTS, SOLUTIONS

doi.org/10.36910/6775-2310-5283-2023-17-22

Мета. Метою дослідження є розробка теоретико-методологічних засад, науково-методичних, а також практичних рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності індустрії гостинності.

Методика. В рамках дослідження автором використано методологічний підхід, основу якого сформували такі методи дослідження: узагальнення та систематизації (для визначення внесок туристичної індустрії у світовий ВВП); розрахунково-аналітичні (для аналізу індексів конкурентоспроможності країн); процесний підхід (для розробки пропозицій підвищення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності в Україні); табличні методи (для наочної презентації матеріалу).

Результати. В дослідженні розкрито значення сектору індустрії гостинності для розвитку економіки, представлено загальний внесок туристичної індустрії у світовий ВВП, проведено комплексний аналіз Індексів конкурентоспроможності подорожей і туризму. У роботі обгрунтовано необхідність посилення ролі співпраці компаній та національних економік сектору індустрії гостинності для напрацювання спільних політик для забезпечення сталого туризму Виокремлено систему заходів на національному рівні, які слід реалізувати для підвищення конкурентоспроможності індустрії гостинності в Україні, серед яких: інституалізація туризму на національному рівні; поглиблення та розширення цифрових навичок; формування спільного бренду та маркетингових меседжів через цифрову співпрацю; використання аналітики даних для прийняття рішень; адаптація до нових споживчих уподобань і чутливість.

Наукова новизна. Виокремлено основні відмінності Індeksu конкурентоспроможності подорожей і туризму (TTCI) та Індeksu розвитку подорожей і туризму (TTDI), систематизовано базові показники зазначених індексів у розріз країн, окреслено потенційні шляхи підвищення конкурентних переваг України на світовому ринку туристичних послуг в післявоєнний період, представлено напрямки посилення конкурентоспроможності індустрії гостинності України.

Практична значимість. Представлені у дослідженні показники конкурентоспроможності є базою для аналізу та формування системи конкурентних переваг сектору індустрії гостинності країни чи регіону, а також, стають основою для формування політик сталого розвитку туризму, інструментом порівняльного аналізу для просування майбутнього розвитку сектору подорожей і туризму. З іншого боку посилення конкуренції між регіонами всередині держави, а також країн між собою на міжнародному туристичному ринку. дозволяє формувати комплексні туристичні продукти, активізувати економічні процеси, стає вагомим індикатором якості послуг.

Ключові слова. конкурентоспроможність, індустрія гостинності, туризм

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Незважаючи на пандемічні виклики попередніх років сектор індустрії гостинності продовжує залишатися одним із найбільш динамічних в глобальній економіці. При цьому, конкуренція між представниками індустрії, як на міжнародному рівні, так і всередині краї стає все більш гострішою. Боротьба за отримання конкурентних переваг стає ключем до успіху для окремих суб'єктів ринку, міст, регіонів, країн та навіть континентів. Незважаючи на свою складність, питання конкурентоспроможності продовжує привертати велику увагу політиків, економістів у всьому світі, які намагаються розробити найкращі індекси та показники для порівняння даних у розрізі країн, міст, регіонів. Конкурентоспроможність стає вагомим індикатором якості послуг, безпосередньо впливає на доходи від туризму та бізнес, пов'язаний з цим сектором економіки. Виходячи з цього, доцільним є провести аналіз базових показників, які визначають конкурентоспроможність окремих країн щодо ефективності діяльності в секторі індустрії гостинності, а також запропонувати напрямки та інструменти, які сприятимуть посиленню позицій України в зазначеній сфері діяльності.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. У наукових роботах питання конкурентоспроможності індустрії гостинності, спираючись на світовий досвід кращих практик ведення бізнесу, розглядали О. Лютак, Л. Чепурда. Автори пропонували для підсилення конкурентних позицій сектору застосовувати ряд фінансових інструментів. Г. Горіна провела комплексний аналіз конкурентоспроможності продукції та послуг індустрії гостинності в Україні та світі з акцентом на характеристиках ринку індустрії туризму України. Однак, для системного розуміння значення конкурентоспроможності в секторі індустрії гостинності, доцільно більш детально розглянути питання, що стосуються показників, які лягають в основу рейтингування країн з рівнем конкурентоспроможності у сфері туризму, а також сформулювати напрямки, які слід підсилити для покращення позицій України на світовому ринку послуг сектору гостинності.

Цілі статті. Розробка теоретичних, науково-методичних і практичних рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності індустрії гостинності регіону.

Об'єктом дослідження виступає системи показників оцінки конкурентоспроможності ринку індустрії гостинності, як інструмент порівняльного аналізу для просування майбутнього розвитку сектору подорожей і туризму.

Методи дослідження. У процесі проведення даного наукового дослідження було використано як загальнонаукові, так і спеціальні методи, серед яких: порівняння, синтез, аналіз, а також розрахунково-аналітичні, табличні методи, узагальнення та систематизації тощо.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Конкурентоспроможність залишається складним поняттям і в науковому полі ведеться доволі значна дискусія щодо показників, індексів, які слід використовувати для вимірювання конкурентоспроможності індустрії гостинності на різних ієрархічних рівнях. Тим не менш, остання, очевидно, розглядається як така, що включає елементи продуктивності, ефективності та прибутковості, як засіб досягнення підвищення рівня життя та підвищення соціального добробуту учасників.

Питання конкурентоспроможності стає дедалі важливішою, особливо для країн і регіонів, які значною мірою залежать від туризму. Так, окрема туристична дестинація може вважатися конкурентоспроможною, якщо вона може залучити та задовольнити якісними послугами певне число потенційних туристів. Поряд з цим, рішення про вибір місця подорожі, які приймає турист; залежить від низки зовнішніх факторів, таких як імідж країни, доступність, привабливість, безпека тощо. З іншого боку, вибір пункту призначення також визначає конкуренцію між підприємствами між авіакомпаніями, туроператори, готелі та інші туристичні послуги. Виходячи з того, що до сектору індустрії гостинності залучено широке число галузей, в питаннях посилення конкурентоспроможності, необхідно виходити за межі суперництва між фірмами чи компаніями та досліджувати ступінь співпраці, необхідний для посилення майбутнього рівня конкурентоспроможності.

Необхідність посилення ролі співпраці, співробітництва компаній та національних економік сектору індустрії гостинності для напрацювання спільних політик щодо подолання надзвичайних ситуацій, особливо гостро стало відчутно в період пандемії коронавірусу (COVID-19), коли падіння прибутковості даної галузі спостерігалось у всьому світі. Безпрецедентне закриття кордонів між країнами, скорочення транспортних сполучень, обмеження щодо перебування людей в публічних просторах мали руйнівні наслідки для туристичної галузі через. Експерти свідчать, що такої кризи в туризмі не спостерігалось з часів Другої світової війни. Зміну загального внеску подорожей та туризму у світовий валовий внутрішній продукт представлена на рис.1

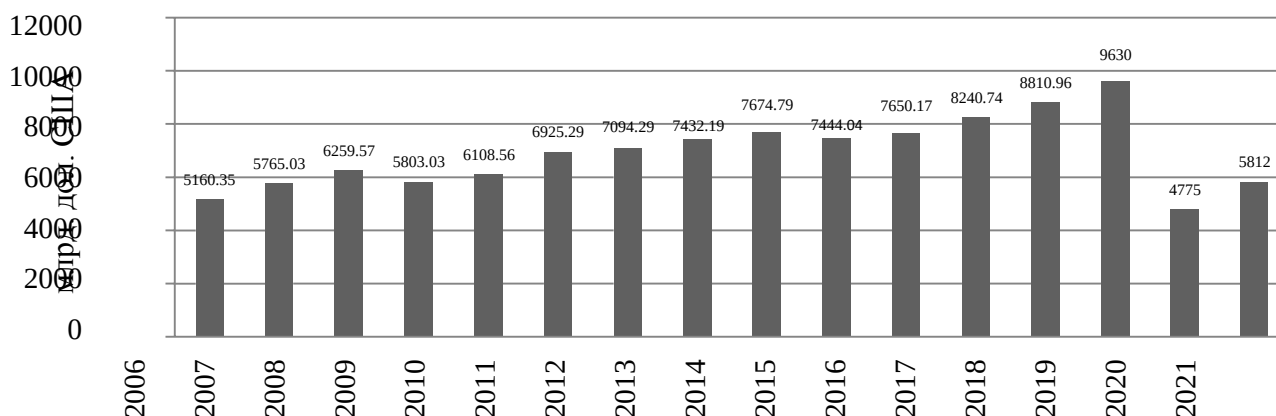


Рис.1. Загальний внесок туристичної індустрії у світовий валовий внутрішній продукт, млрд. дол. США [3]

У 2021 році загальний внесок туристичної індустрії у світовий ВВП зріс на 21,7 % порівняно з 2020 роком. Загалом внесок подорожей та туризму у світовий ВВП у 2021 році склав 5,81 трильйона доларів США, що означає збільшення приблизно на один трильйон доларів США порівняно з 2020 роком, але залишається нижчим за аналогічні показники до пандемії.

З цих позицій в експертному середовищі виникає запитання, які фактор сприяли швидкому нарощенню втрачених позицій у секторі туризму в одних країнах та стримували цей процес в інших? Які конкурентні переваги туристичних дестинацій чи окремих націоналах економік допомогли сектору індустрії гостинності вистояти в умовах пандемічних випробувань? Чи впливала інституційна сталість організацій туристичної галузі на ці процеси? Для пошуку відповідей на ці та інші запитання розглянемо існуючі в науковій літературі матеріали щодо оцінки конкурентоспроможності сектору індустрії гостинності.

Так, одним із найбільш вагомих показників оцінки конкурентоспроможності на світовому ринку індустрії гостинності є Індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму (ТТСІ), який публікується щодва роки протягом останніх 15 років. Детальний аналіз позицій України за основними показниками індексу конкурентоспроможності за останні п'ять років наведено в табл. 1.

Варто зазначити, що у 2019 році сфера індустрії гостинності характеризується середнім рівнем конкурентоспроможності, поряд з цим спостерігається чітка тенденція до погіршення глобального індексу конкурентоспроможності зазначеного сектору в Україні за останні п'ять років (з 77 місця у 2009 р. країна посіла на 103 місце у 2019 році).

Таблиця 1. Динаміка індексу ТТСІ для України за 2009-2019 рр., місце в рейтингу

Складові ТТСІ	Рік					Динаміка змін у 2019 р. до базового року
	2009	2011	2013	2017	2019	
Кількість країн в рейтингу	138	144	140	136	140	X
Бізнес середовище	100	76	114	124	103	-3
Безпека	93	82	77	127	107	-14
Здоров'я та гігієна	17	17	8	8	11	+6
Людські ресурси	80	68	65	41	48	32
Інформаційно-комп'ютерна інфраструктура	52	68	70	81	78	-26
Пріоритетність туризму	96	101	84	90	92	+4
Сприйняття туризму в країні	62	107	101	78	55	+7
Цінова конкурентоспроможність	115	119	110	45	19	+96
Сталість навколишнього середовища	83	88	92	97	114	-31
Інфраструктура повітряного транспорту	98	93	78	79	71	+27
Інфраструктура наземного транспорту	84	74	73	81	77	+7
Туристична інфраструктура	62	53	50	71	65	-3
Природні ресурси	104	119	102	115	116	-12
Культурні ресурси	84	86	80	51	55	+29
Загальний ТТСІ	77	76	114	124	103	-26

*Джерело: складено за [1]

Найвищі показники спостерігаються у секторах: здоров'я та гігієна (11 місце), людські, культурні ресурси (55 місце) та сприяння розвитку туризму в країні (11 місце). Найнижчі показники виокремлені за індексами: бізнес-середовища (103 місце), безпека (107 місце), сталість навколишнього середовища (114 місце), стан природних ресурсів (116 місце), причому вони погіршилися порівняно з 2009 р. Такі показники є індикаторами напрямів зниження конкурентної привабливості туристичного сектору України.

Для визначення потенційних шляхів підвищення конкурентних переваг України на світовому ринку туристичних послуг в післявоєнний період доцільно опиратись на позиції в яких Україні має найкращі рейтинги, серед них:

- цінова конкурентоспроможність туристичної індустрії;
- наявність культурних пам'яток та привабливих місць для туристів.

Варто зазначити, що у 2021 році індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму (ТТСІ) експертне середовище дещо модернізувало та уніфікувало у Індекс розвитку подорожей і туризму (ТТДІ), як головний індекс Платформи Всесвітнього економічного форуму для формування майбутнього бачення мобільності у світі. Цей переглянутий індекс служить стратегічним інструментом порівняльного аналізу для політиків, компаній і додаткових

секторів для просування напрямків розвитку сектору подорожей і туризму (T&T), надаючи унікальне розуміння сильних сторін і сфер розвитку кожної країни/економіки. Крім того, він служить платформою для діалогу із усіма зацікавленими сторонами для обговорення та розуміння нових тенденцій і ризиків у глобальному секторі індустрії гостинності. Поряд з цим Індекс виступає інструментом формування політик, практик, інвестиційних рішень та розробки нових моделей, які зможуть забезпечувати сталий розвиток туризму.

Перехід від TTCI до TTDI також зумовлений зростанням ролі сталого туризму в суспільстві, а також направлений на посилення співпраці усіх зацікавлених сторін у підготовці спільних стратегій розвитку індустрії, які б сприяли пом'якшенню впливу пандемії та передбачали елементи збереження природного та культурного середовища територій.

Такі зміни векторів у напрямку сталого розвитку туризму, як важливого індикатора конкурентоспроможності окремих країн, також обумовлені результатами звіту Travel & Tourism Competitiveness Report 2019: Travel and Tourism at Tipping Point [6]. Основний акцент документу присвячено розгляду викликів, що пов'язані із зростанням темпів розвитку туризму, і, як наслідок, збільшенням негативних його впливів на екосистеми.

Так, незбалансованість туристичного навантаження та територію, неефективний розподіл економічних вигод від туризму та подорожей, у підсумку, зменшують зручність життя для місцевих мешканців, завдають шкоди природним та культурним активам території, створюють негативну реакцію на місцевому рівні щодо розвитку сектору індустрії гостинності. Виходячи з цього, пошук рішень, які, з одного боку, зможуть забезпечити доступ до природного та культурного середовища потенційним туристам, але з іншого боку сприятимуть мінімізації руйнівної шкоди цьому середовищу, виходять на перші позиції у наукових дискусіях сьогодення.

Щоб забезпечити продуктивне та ефективне відновлення сектору індустрії гостинності необхідно, по-перше врахувати уроки періоду пандемії Covid-19, по-друге загрози військових конфліктів та їх вплив на глобальні показники конкурентоспроможності країн у секторі туризму.

На момент написання статті сектор туризму і світ загалом починають оцінювати вплив війни в Україні. Подібні глобальні потрясіння призводять до додаткової нестабільності та економічних зривів у туристичній галузі та можуть мати довгостроковий вплив на розвиток індустрії гостинності, як це сталося з пандемією. Оскільки туристична галузь повільно відновлюється, існує велика ймовірність погіршення розвитку не лише підприємств індустрії гостинності, але й добробут десятків мільйонів працівників, місцевих громад і

цілих економік у всьому світі. Виходячи з цього оцінка напрямків посилення конкурентоспроможності та формування системи конкурентних переваг стає питанням номер один в сучасному світі.

Як зазначалося вище, у 2021 році було опубліковано Індекс розвитку подорожей і туризму, що охоплює 117 країн, вимірює набір факторів і політики, які забезпечують сталий розвиток сектору подорожей і туризму та характеризують конкурентоспроможність цих країн на світовому ринку. Загальний рейтинг країн згідно Індeksu розвитку подорожей і туризму за 2021 рік представлено на рис. 2.

Rank	Economy	Score ²	Change since 2019 ³		Diff. from TTDI Avg. (%)	Rank	Economy	Score ²	Change since 2019 ³		Diff. from TTDI Avg. (%)	Rank	Economy	Score ²	Change since 2019 ³		Diff. from TTDI Avg. (%)
			Rank	Score					Rank	Score					Rank	Score	
1	Japan	5.2	1	0.7%	31.8%	40	Mexico	4.3	-6	-1.2%	7.4%	79	Cambodia	3.6	3	1.1%	-9.2%
2	United States	5.2	-1	-1.0%	30.7%	41	Bulgaria	4.3	-2	-0.4%	7.3%	80	Tunisia	3.6	-3	-0.5%	-9.2%
3	Spain	5.2	2	0.0%	29.5%	42	Lithuania	4.3	3	0.6%	7.2%	81	Tanzania	3.6	5	2.6%	-10.2%
4	France	5.1	2	-0.2%	28.8%	43	Qatar	4.3	-2	-0.2%	7.0%	82	Cape Verde	3.6	1	1.4%	-10.2%
5	Germany	5.1	-1	-1.8%	27.3%	44	Georgia	4.3	3	1.4%	6.8%	83	Pakistan	3.6	6	2.9%	-10.2%
6	Switzerland	5.0	1	-2.1%	26.0%	45	Turkey	4.2	4	1.3%	6.4%	84	Mongolia	3.6	-8	-2.1%	-10.6%
7	Australia	5.0	1	-1.3%	25.6%	46	Croatia	4.2	-4	-0.6%	6.4%	85	Trinidad and Tobago	3.6	0	1.5%	-10.7%
8	United Kingdom	5.0	-5	-4.5%	24.8%	47	Israel	4.2	-7	-1.0%	6.2%	86	Kuwait	3.5	-7	-1.8%	-11.0%
9	Singapore	5.0	0	-1.4%	24.6%	48	Latvia	4.2	0	0.6%	5.9%	87	North Macedonia	3.5	-3	-0.3%	-12.1%
10	Italy	4.9	2	0.8%	23.9%	49	Brazil	4.2	3	2.3%	5.2%	88	Namibia	3.5	0	0.0%	-12.6%
11	Austria	4.9	0	0.4%	23.6%	50	Costa Rica	4.2	1	1.2%	4.5%	89	Rwanda	3.5	1	0.7%	-12.7%
12	China	4.9	3	2.3%	23.5%	51	Egypt	4.2	6	4.3%	4.4%	90	Kyrgyz Republic	3.4	3	1.9%	-13.9%
13	Canada	4.9	-3	-2.1%	22.9%	52	Vietnam	4.1	8	4.7%	4.1%	91	Bolivia	3.4	5	1.6%	-14.5%
14	Netherlands	4.9	0	0.2%	22.3%	53	Romania	4.1	-3	-0.7%	3.6%	92	Tajikistan	3.4	-1	-0.3%	-14.6%
15	Korea, Rep.	4.8	4	1.9%	21.4%	54	India	4.1	-8	-2.6%	3.6%	93	Lao PDR	3.4	1	0.7%	-15.0%
16	Portugal	4.8	-3	-2.1%	19.8%	55	Uruguay	4.1	6	3.6%	3.0%	94	Lebanon	3.4	-7	-3.1%	-15.1%
17	Denmark	4.7	-1	-1.5%	18.9%	56	Slovak Republic	4.1	-3	0.2%	2.9%	95	Bosnia and Herzegovina	3.4	-3	-0.7%	-15.2%
18	Finland	4.7	-1	-2.2%	17.3%	57	Bahrain	4.1	-2	1.0%	2.1%	96	El Salvador	3.3	2	1.7%	-16.1%
19	Hong Kong SAR	4.6	-1	-3.0%	16.3%	58	Colombia	4.0	4	2.3%	1.6%	97	Guatemala	3.3	-2	-0.6%	-16.1%
20	Sweden	4.6	1	-1.9%	16.0%	59	Argentina	4.0	-5	-1.2%	0.6%	98	Zambia	3.3	1	1.7%	-16.3%
21	Luxembourg	4.6	2	-0.5%	15.4%	60	Panama	4.0	-2	0.5%	0.3%	99	Paraguay	3.3	2	2.1%	-17.1%
22	Belgium	4.6	3	-0.6%	14.4%	61	Armenia	4.0	4	1.9%	-0.2%	100	Bangladesh	3.3	3	2.0%	-17.6%
23	Iceland	4.5	-1	-1.8%	14.2%	62	Mauritius	4.0	-6	-0.9%	-0.5%	101	Ghana	3.3	-1	0.9%	-17.6%
24	Ireland	4.5	-4	-3.9%	13.9%	63	Azerbaijan	4.0	-4	-0.3%	-0.6%	102	Nepal	3.3	0	1.8%	-17.8%
25	United Arab Emirates	4.5	1	0.7%	13.9%	64	Jordan	3.9	-1	-0.6%	-1.8%	103	Benin	3.2	3	4.0%	-18.7%
26	Czech Republic	4.5	1	0.3%	13.3%	65	Peru	3.9	4	2.1%	-2.1%	104	Nicaragua	3.2	-7	-2.0%	-19.1%
27	New Zealand	4.5	-3	-2.5%	12.6%	66	Kazakhstan	3.9	0	0.3%	-2.3%	105	Senegal	3.2	0	0.4%	-20.2%
28	Greece	4.5	0	0.2%	12.1%	67	Montenegro	3.9	-3	-0.7%	-2.6%	106	Honduras	3.1	-2	-2.1%	-21.5%
29	Estonia	4.4	2	-0.6%	10.7%	68	South Africa	3.8	0	-0.3%	-3.8%	107	Côte d'Ivoire	3.1	3	2.6%	-22.6%
30	Poland	4.4	3	0.8%	10.6%	69	Dominican Republic	3.8	3	2.6%	-3.9%	108	Venezuela	3.1	-1	-0.5%	-23.1%
31	Cyprus	4.4	-1	-0.8%	10.5%	70	Serbia	3.8	0	1.3%	-3.9%	109	Malawi	3.0	-1	0.2%	-24.0%
32	Indonesia	4.4	12	3.4%	10.3%	71	Morocco	3.8	-4	-2.1%	-4.8%	110	Nigeria	3.0	1	0.6%	-24.1%
33	Saudi Arabia	4.3	10	2.3%	9.3%	72	Albania	3.8	-1	1.0%	-5.0%	111	Lesotho	3.0	-2	-1.5%	-25.6%
34	Chile	4.3	4	0.9%	9.1%	73	Ecuador	3.8	1	1.0%	-5.7%	112	Cameroon	2.9	0	1.6%	-26.2%
35	Malta	4.3	-3	-1.9%	9.0%	74	Sri Lanka	3.7	1	1.4%	-6.0%	113	Angola	2.9	0	2.8%	-26.5%
36	Thailand	4.3	-1	0.2%	8.8%	75	Philippines	3.7	-2	0.1%	-6.3%	114	Sierra Leone	2.8	1	1.5%	-30.6%
37	Hungary	4.3	0	0.3%	8.7%	76	Botswana	3.7	2	3.0%	-6.6%	115	Mali	2.7	-1	-0.5%	-31.0%
38	Malaysia	4.3	-9	-3.0%	8.4%	77	Moldova	3.6	4	1.2%	-8.6%	116	Yemen	2.6	0	2.7%	-34.2%
39	Slovenia	4.3	-3	-0.7%	7.8%	78	Kenya	3.6	2	0.5%	-9.1%	117	Chad	2.5	0	1.3%	-37.5%

● The Americas
 ● Asia-Pacific
 ● Europe and Eurasia
 ● Middle East and North Africa
 ● Sub-Saharan Africa

Рис. 2. Загальний рейтинг країн згідно Індeksu розвитку подорожей і туризму за 2021 рік

У середньому показники Індексу зросли лише на 0,1% між 2019 і 2021 роками, причому лише 39 із 117 економік покращилися більш ніж на 1,0%, 51 зросли або знизилася в межах діапазону 1,0%, а 27 знизилася більш ніж на 1,0%. Японія очолює рейтинг за індексом у 2021.

Окрім Сполучених Штатів (2 місце), 10 країн із найкращим рейтингом – це країни з високим рівнем доходу в Європі та Євразії чи Азіатсько-Тихоокеанському регіоні. Японія очолює рейтинг, а Австралія та Сінгапур займають 7 та 9 місця відповідно. Тим часом Італія увійшла до топ-10 (з 12-го місця у 2019 році) у 2021 році, а Канада знизилася (з 10-го на 13-те). Решта 10 найкращих виконавців: Іспанія (3 місце), Франція (4 місце), Німеччина (5 місце), Швейцарія (6 місце) та Велика Британія (8 місце). Найбільше покращився показник у В'єтнамі (+4,7%, з 60-го до 52-го) за загальним індексом, тоді як Індонезія (+3,4%, з 44-го до 32-го) і Саудівська Аравія (+2,3%, з 43-го до 33-го) мали найбільше покращення в ранг. Водночас Малайзія (-3,0%, 29-38 місце), Індія (-2,6%, 46-54 місце) і Монголія (-2,1%, 76-84 місце) зазнали найбільших падінь у рейтингу.

У результаті аналізу показників конкурентоспроможності Індексу розвитку подорожей і туризму за 2021 рік можна виокремити декілька ключових тез:

- сфера туризму відіграє вирішальну роль у глобальному економічному відновленні, особливо щодо країн, які мають низький рівень доходів та найбільше постраждали від пандемії

- потреба в розвитку туристичного сектора ніколи не була такою великою, оскільки інвестуючи у індустрію гостинності ряд світових економік можуть досягти потужного подальшого загального розвитку.

- виклики, серед яких скорочення потужностей, брак робочої сили, зміна попиту створили нові можливості та зумовили необхідність підприємств адаптуватися до нових реалій, що підкреслює їх вражаючу гнучкість.

Серед заходів на національному рівні, які дозволять посилити сектор індустрії гостинності та підвищити його конкурентоспроможність, на наш погляд, слід виокремити наступні:

1. Інституалізація туризму на національному рівні. Політична підтримка туристичної галузі в Україні виросла у 2020 році зі створенням ДАРТ, що дозволило посилити спроможність реалізації туристичної політики, сприяло розробці послідовних маркетингових кампаній. Проте, подальше утвердженні зазначеної інституції через розвиток системи взаємозв'язків з основними гравцями ринку є незмінним важелем посилення конкурентоспроможності сектору туризму в Україні.

2. *Поглиблення та розширення цифрових навичок.* Мова йде про посилення цифрової присутності туристичного бізнесу, атракцій, цікавих місць на цифровій мапі України, що в свою чергу підніме рівень усієї цифрової екосистеми туристичних пунктів призначення, завдяки чому вони стануть більш помітним для потенційних мандрівників. Зазначений аспект слід реалізовувати через заохочення партнерства та співпраці між малим і середнім бізнесом у секторі туризму, навчальними закладами та/ або цифровими організаціями. Покращення доступу туристичного бізнесу, лідерів галузі до нових знань сприятиме інтеграції цифрових технологій і покращить обізнаність про переваги цифрової трансформації.

3. *Формування спільного бренду та маркетингових меседжів через цифрову співпрацю.* Даний аспект передбачає формування комплексної маркетингової стратегії просування України на міжнародному туристичному ринку та виформовування спільного «повідомлення бренду». Державне агентство розвитку туризму України, місцеві ДМО та приватний сектор повинні узгодити свої дії з точки зору маркетингових повідомлень, які презентуються потенційним відвідувачам та спільно розробити основи стратегії контенту для обміну повідомленнями через усі канали зв'язку. Це дозволить здійснювати комплексний маркетинг і вибудувати спільне бачення та повідомлення бренду для потенційних туристів.

4. *Використання аналітики даних для прийняття рішень.* Державне агентство розвитку туризму України, місцеві ДМО та підприємства, пов'язані з туризмом, мають користуватися багатством даних, які надають цифрові платформи. Статистичні дані з мобільних пристроїв, соціальних медіа, онлайн-туристичних агентств, технологічних компаній, місцевих туристичних компаній мають стати основою для розробки політик маркетингових кампаній та ухвалення стратегічних рішень.

5. *Адаптуватися до нових споживчих уподобань і чутливість.* Індустрія подорожей і туризму повинна враховувати нову поведінку споживачів у подорожах, спричинену пандемією, військовою агресією під час розробки майбутніх маркетингових кампаній. Обмін повідомленнями має бути розроблений таким чином, щоб зміцнити довіру та переконати в безпеці туристичних дестинацій.

Висновки. Таким чином, посилення конкурентоспроможності індустрії гостинності дозволяє презентувати унікальні надбання секторів культурної спадщини, гастрономії, природного середовища широкому колу відвідувачів та дозволяє сформувати комплексний, якісний та системний туристичний продукт. Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств сектору

туризму позитивно впливає на рівень зайнятості населення, збільшення кількості туристів, розвиток туристичних дестинацій, прибутковість туристичного бізнесу, розширює шляхи інтеграції вітчизняних підприємств у світовий сектор гостинності й сприяє залученню інвестицій у вітчизняний туристичний ринок.

Список використаних джерел

1. Economic Impact Reports. Travel & Tourism Economic Impact. URL: <https://wtcc.org/research/economic-impact> (дата звернення: 03.01.2023).
2. Travel & Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. URL: <https://www.weforum.org/reports/travel-and-tourism-development-index-2021> (дата звернення: 11.01.2023).
3. Total contribution of travel and tourism to gross domestic product (GDP) worldwide from 2006 to 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/233223/travel-and-tourism-total-economic-contribution-worldwide> (дата звернення: 10.01.2023).
4. Матвійчук Л. & Дащук Ю. (2022). Європейський вектор сталого розвитку індустрії гостинності України. *Економіка та суспільство* (45). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-28>
5. Вахович І.М., Дащук Ю.Є. Особливості узгодження інтересів стейхолдерів та механізми їх співпраці у туристично-рекреаційній галузі регіону. *Економічний форум: науковий журнал*. 2021. № 2.С. 19–28. URL: http://e-forum.lntu.edu.ua/index.php/ekonomichnyy_forum/article/view/200
6. Travel & Tourism Competitiveness Report 2019: Travel and Tourism at Tipping Point URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (дата звернення: 10.01.2023).

Reference

1. Economic Impact Reports. Travel & Tourism Economic Impact. URL: <https://wtcc.org/research/economic-impact> (Last accessed: 03.01.2023).
2. Travel & Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. URL: <https://www.weforum.org/reports/travel-and-tourism-development-index-2021> (Last accessed: 11.01.2023).
3. Total contribution of travel and tourism to gross domestic product (GDP) worldwide from 2006 to 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/233223/travel-and-tourism-total-economic-contribution-worldwide> (Last accessed: 10.01.2023).
4. Matviychuk L. & Daschuk Yu. (2022). Evropeyskiy vektor stalogo rozvitku industriyi gostinnosti Ukraini. *Ekonomika ta suspilstvo*, (45). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-28> [in Ukrainian].
5. Vahovich I.M., Daschuk Yu.E. Osoblivosts uzgodzhennya interesiv steyholderiv ta mehanizmi yih spivpratsi u turistichno-rekreatsiyniy galuzi reglonu. *Ekonomichniy forum: naukoviy zhurnal*. 2021. №2.S. 19-28. URL: http://e-forum.lntu.edu.ua/index.php/ekonomichnyy_forum/article/view/200 [in Ukrainian].

Introduction. The purpose of the study is to develop theoretical and methodological principles, scientific and methodological, as well as practical recommendations for increasing the competitiveness of the hospitality industry.

Method. As part of the research, the author used a methodological approach, the basis of which was formed by the following research methods: generalization and systematization (to determine the contribution of the tourism industry to the world GDP); computational and analytical (for analysis of country competitiveness indices); process approach (for the development of proposals to increase the competitiveness of enterprises of the hospitality industry in Ukraine); tabular methods (for visual presentation of the material).

Results. The study revealed the importance of the hospitality industry sector for the development of the economy, presented the overall contribution of the tourism industry to the world GDP, carried out a comprehensive analysis of the Travel and Tourism Competitiveness Indexes, emphasized the need to strengthen the role of cooperation between companies and national economies in the hospitality industry sector to develop joint policies to ensure sustainable tourism

The scientific novelty. The main differences between the Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) and the Travel and Tourism Development Index (TTDI) are highlighted, the basic indicators of these indexes are systematized by country, directions for strengthening the competitiveness of the hospitality industry of Ukraine are presented.

The practical significance. The indicators of competitiveness presented in the study are the basis for the analysis and formation of the system of competitive advantages of the hospitality industry sector of the country or region, and also become the basis for the formation of policies for the sustainable development of tourism. On the other hand, increased competition between regions within the state, as well as between countries on the international tourist market, allows to form complex tourist products, activate economic processes, becomes a significant indicator of the quality of services

Keywords. competitiveness, hospitality industry, tourism.

*Стаття рекомендована до друку доктором економічних наук,
професором ЛНТУ Матвійчук Л.Ю.*

Стаття надійшла в редакцію 23.01.2023 р.