УДК 338.48:003.13
Дзяпка А.М.[1], Цвілий С.М.[2]
[1] студ. гр. ГФ-212 НУ «Запорізька політехніка»
[2] канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

А.М. Дзяпка, С.М.Цвілий

У сучасних умовах трансформації соціально-економічного середовища та зростання глобальної конкуренції туристична галузь України потребує формування ефективних механізмів забезпечення конкурентоспроможності

об'єктів туристичного бізнесу. Так, конкурентоспроможність є інтегральною характеристикою діяльності туристичних фірм, що відображає їхню здатність створювати та реалізовувати туристичний продукт, який відповідає вимогам споживачів за показниками якості, вартості, доступності, інноваційності [1].

Важливим чинником підвищення конкурентоспроможності є адаптація підприємств туристичної сфери до змін зовнішнього середовища, зокрема до коливань туристичних потоків, цифровізації економіки, зміни поведінкових моделей споживачів та посилення ролі безпекових аспектів у формуванні туристичного попиту. У цих умовах особливого значення набуває стратегічне управління розвитком туристичних об'єктів, що передбачає формування довгострокових конкурентних переваг на основі раціонального використання природно-рекреаційного, культурно-історичного та інфраструктурного потенціалу регіонів України. Одним із ключових напрямів забезпечення конкурентоспроможності є підвищення якості туристичних послуг і створення комплексного туристичного продукту. Це потребує інтеграції діяльності різних суб'єктів туристичного бізнесу – засобів розміщення, транспортних компаній, закладів харчування, екскурсійних організацій, культурно-розважальних установ. Формування туристичних кластерів і партнерських мереж сприяє синергії ресурсів, оптимізації витрат, зростанню рівня сервісу. У результаті турист отримує більш цілісний і привабливий туристичний досвід, що позитивно впливає на конкурентні позиції компаній.

Суттєву роль у зміцненні конкурентоспроможності відіграє впровадження інноваційних технологій у діяльність туристичних об'єктів. Використання цифрових платформ бронювання, систем управління взаємовідносинами з клієнтами, інструментів аналітики даних і сучасних маркетингових комунікацій дозволяє підвищити ефективність управлінських рішень, покращити якість обслуговування та розширити канали взаємодії зі споживачами. Інноваційність також проявляється у розробленні нових туристичних продуктів, зокрема тематичних турів, подієвого, екологічного, гастрономічного та активного туризму.

Важливим фактором забезпечення конкурентоспроможності є ефективне маркетингове управління. Проведення маркетингових досліджень, сегментація ринку, позиціонування туристичних об'єктів і формування позитивного бренду територій сприяють залученню нових цільових аудиторій. Особливої актуальності набуває розвиток внутрішнього туризму як стабілізуючого чинника функціонування галузі в умовах нестабільності міжнародних туристичних потоків [2].

Значний вплив на конкурентоспроможність туристичного бізнесу має інфраструктурний розвиток. Модернізація транспортної доступності, оновлення матеріально-технічної бази засобів розміщення, розвиток туристично-інформаційних центрів і покращення благоустрою туристичних

територій створюють умови для підвищення привабливості туристичних об'єктів. У цьому контексті важливою є державна підтримка галузі через реалізацію інвестиційних програм, стимулювання підприємницької активності та формування сприятливого нормативно-правового середовища.

Окрему увагу слід приділяти підготовці та розвитку людського капіталу в туризмі. Підвищення кваліфікації персоналу, формування професійних компетентностей у сфері сервісу, комунікацій і цифрових технологій є важливою умовою зростання якості обслуговування, формування лояльності споживачів. У сучасних умовах забезпечення конкурентоспроможності туристичних об'єктів в Україні також пов'язане з необхідністю дотримання принципів сталого розвитку. Раціональне використання природних ресурсів, збереження культурної спадщини, розвиток соціально відповідального туризму сприяють формуванню позитивного іміджу туристичних територій і підвищують їхню довгострокову привабливість.

Взагалі, забезпечення конкурентоспроможності об'єктів туристичного бізнесу в Україні є багатокомпонентним процесом, що охоплює стратегічне управління, інноваційний розвиток, ефективний маркетинг, інфраструктурне вдосконалення та розвиток людського капіталу. Комплексна реалізація зазначених напрямів створює передумови для зміцнення позицій українських туристичних підприємств на національному та міжнародному ринках і сприяє сталому розвитку туристичної галузі в довгостроковій перспективі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Tsviliy S., Gurova D., Zhuravlova S. Marketing of the domestic hotel and restaurant enterprise in the international digital space. *Науковий вісник Ужгородського національного університету.* 2021. №35. С. 74–79.

2. Безхлібна А. П., Бєлікова М. В. Організаційно-економічні засади підвищення конкурентоспроможності Причорноморського регіону в умовах діджиталізації та розвитку туризму. *Причорноморські економічні студії.* 2025. Вип. 93. С. 179–190.