

УДК 338.48

Дугієнко Н.О.¹, Кришталь Т.Ю.²

¹ канд. екон. наук, доцент, Запорізький національний університет, м. Запоріжжя

² магістр 2 курсу спеціальності 051 «Економіка», Запорізький національний університет, м. Запоріжжя

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖІНСТЬ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Туристична сфера є однією з найперспективніших галузей економіки, яка постійно розвивається і сприяє підвищенню економічного добробуту країни. Важливу роль в економічному зростанні країни відіграє міжнародний туризм. Потік іноземних туристів має позитивний вплив на національну економіку приймаючих країн через створення нових робочих місць, а як наслідок - зменшення безробіття, зростання ВВП, поповнення державного бюджету, забезпечення стабільності валютного курсу і т.д. Популярність туристичних послуг стрімко зросла за останні 20 років, а тому зараз ми можемо спостерігати посилення конкуренції і розширення присутності різноманітних транснаціональних корпорацій у сфері туристичного бізнесу та готельної індустрії, адже із зростанням ринку розширюються можливості країн щодо реалізації наявного туристичного потенціалу та просування туристичного продукту. При цьому жорстка конкурентна боротьба змушує виробників туристичного продукту постійно шукати шляхи підвищення ефективності використання власних туристичних ресурсів, залучення іноземних туристів, зростання конкурентоспроможності надання туристичних послуг.

Незважаючи на широку поширеність поняття «конкурентоспроможність», єдиного загальноприйнятого визначення поки не винайдено. У найбільш широкому сенсі під конкурентоспроможністю розуміється потенційна можливість суб'єкта ефективно функціонувати у порівнянні з іншими суб'єктами ринку у конкурентному середовищі [1]. Конкурентоспроможність туристичних послуг є багатоплановою категорією, що залежить як від зовнішніх, так і від внутрішніх чинників, і визначається привабливістю туристичної галузі, її інфраструктурою та якістю самих послуг. Конкурентоспроможність туристичного підприємства – це узагальнююча характеристика стійкості підприємства, що зумовлюється ефективністю використання наявного ресурсного потенціалу, здатністю надавати привабливі за ціновими і неціновими характеристиками туристичні послуги, можливістю адаптуватися до змін динамічного конкурентного середовища [2, с.47].

Моніторинг позиції країн на світовому туристичному ринку здійснює World Economic Forum у співпраці з іншими міжнародними організаціями у секторі туризму. Індекс конкурентоспроможності сектора подорожей та туризму (Travel and Tourism Competitiveness Index) складається Всесвітнім економічним форумом кожні два роки і охоплює близько 140 країн. Дослідження проводиться за тісної співпраці із такими провідними міжнародними організаціями як Всесвітня туристична організація (UNWTO), Всесвітня Рада з подорожей і туризму (WTTC), Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA), Міжнародний союз охорони природи (IUCN) тощо. В оцінках UNWTO представлено географічний поділ світу на укрупнені регіони і субрегіони. Відповідно до класифікації Україна відноситься до групи країн Центральної та Східної Європи, куди також входять країни Балтії, більшість країн СНД, Болгарія, Польща, Словаччина, Чехія, Угорщина і Румунія.

Варто зазначити, що у 2021 році індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму (TTCI) експертне середовище дещо змінило до нових умов та уніфікувало у Індекс розвитку подорожей і туризму (TTDI), як головний індекс Платформи Всесвітнього економічного форуму для формування майбутнього бачення мобільності у світі.

Перехід від TTCI до TTDI був обумовлений зростанням ролі сталого туризму в суспільстві, а також необхідністю підготовки спільних стратегій розвитку індустрії туризму, які б сприяли пом'якшенню впливу пандемії, посиленню співпраці усіх зацікавлених сторін та передбачали елементи збереження природного та культурного середовища туристичних дестинацій. Крайній звіт TTDI вийшов в травні 2023 року та включає дані 2019-2021 рр.

Для комплексного дослідження конкурентоспроможності туристичної галузі слід опиратися на методологічну базу Всесвітнього економічного форуму та блоки показників, які лягли в основу розрахунку Індексу розвитку подорожей і туризму (рис.1).



Рис. 1 – Індикатори, які лягли в основу формування Індексу розвитку подорожей і туризму за 2021 рік (Travel & Tourism Development Index, 2021) [3]

Слід відзначити, що Україна та рф були вилучені із рейтингу через те, що дані для цих країн більше не відображають поточні або довгострокові тенденції та умови. У звіті зазначається, що війна в Україні має значний вплив на сферу туризму, наприклад, авіакомпанії по всьому світу були змушені змінити маршрути, що призвело до збільшення часу та вартості перельотів, виникла нестабільність та економічна дезорганізація.

Звісно, оцінювати стан та конкурентоспроможність туристичної галузі в нашій країні зараз досить складно, через широкомасштабне вторгнення, але вважаємо, що після закінчення війни Україна матиме багато шансів значно підвищити свою позицію у рейтингу, запровадивши всередині країни такі види туризму, як, наприклад, мілітарі туризм.

Проаналізувавши різні джерела ми дійшли до висновку, що підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств по всьому світі передбачає реалізацію таких аспектів: забезпечення якості та підвищення кваліфікації персоналу з метою підвищення стандартів обслуговування та створення конкурентної переваги; розвиток регіонального туризму та його просування в нерозвинені регіони; стимулювання туризму на рівні держави, через вдосконалення системи оподаткування та підтримку уряду; співробітництво

туристичних підприємств у сфері маркетингу, обміні ресурсами та створення мережі партнерів, що сприятиме залученню більшої аудиторії та підвищенню конкурентних можливостей; впровадження заходів з захисту туристів та підвищення їх безпеки; забезпечення підвищення якості туристичних послуг і розширення асортименту; будівництво нових, реконструкція та модернізація діючих туристичних об'єктів; збереження природного середовища та культурної спадщини; розвиток сталого туризму; забезпечення державного фінансування відновлення пам'яток архітектури, культури, історії; залучення інвесторів; проведення наукових, проектних та інших дослідницьких робіт з актуальних проблем туризму.

Загалом, можемо визначити, що для просування та забезпечення конкурентоспроможності туристичного підприємства необхідно активно впроваджувати інновації, забезпечувати високу якість обслуговування клієнтів, співпрацювати з партнерами, а також пам'ятати про важливість сталого розвитку та збереження культурної та природної спадщини.

Список використаних джерел:

1. Мігущенко Ю.В. Методика оцінки конкурентоспроможності туристичної сфери України. *Економіка. Управління. Інновації*. 2013. №1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_1_39
2. Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу : навч. посібник. Київ : Київ. Національний торговий економічний університет, 2006. 180 с.
3. Travel & Tourism Development Index 2021 : Rebuilding for a Sustainable and Resilient Futureю. URL: <https://www.weforum.org/publications/travel-and-tourism-development-index-2021/>