

Інноваційні чинники економічного зростання

УДК: 338.24; JEL classification: L83; Z32
DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2024-4-17>

КАЛИНА Тетяна Євгенівна¹, доктор економічних наук, професор кафедри геодезії та землеустрою,
<https://orcid.org/0000-0002-2705-9382>

АРЗУМАНЯН Тетяна Юрївна¹, кандидат сільськогосподарських наук, доцент кафедри геодезії
та землеустрою, <https://orcid.org/0000-0003-1470-1310>

УСТІК Тетяна Володимирівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу
та логістики, Сумський національний аграрний університет, <https://orcid.org/0000-0001-9967-0669>

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

Калина Т.Є., Арзуманян Т.Ю., Устік Т.В. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій в умовах сучасних викликів.

Сучасні туристичні дестинації у світі є драйвером соціально-економічного розвитку територій, здійснюють позитивний вплив на темпи зростання валового регіонального продукту, збільшення прибутку, розвитку суміжних галузей національного господарства, які тісно пов'язані з туризмом. Потреби у прискореному розвитку туристичної індустрії зумовлюють необхідність вирішення проблем підвищення конкурентоспроможності національного туристичного продукту як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках. Така задача особливо актуальна нині, оскільки більшість туристичних дестинацій залучені в гостру конкурентну боротьбу. Метою публікації є оцінка конкурентоспроможності туристичних дестинацій, визначення чинників, які впливають на формування конкурентних переваг та напрямів їх підвищення задля розвитку туристичних дестинацій. В статті досліджуються сутність і природа популярності туризму. Визначено, що розвиток туризму впливає на успішність функціонування підприємств туристичної індустрії та суміжних галузей. Досліджено індекс розвитку туристичної галузі та визначено глобальні тренди, які впливають на індустрію туризму. Обґрунтована сутність туристичної дестинації та зазначено, що конкурентоспроможність туристичної дестинації є необхідною умовою її стабільного та успішного розвитку. За оцінками різних наукових досліджень визначені чинники формування конкурентних переваг та напрямів їх створення. Обґрунтовано, що конкурентоспроможність дестинації передбачає безпеку, ефективність, якість, високу продуктивність, адаптивність, успіх, сучасний менеджмент, якісні продукти, низькі витрати. Підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій залежить від підтримки, ефективного та раціонального використання, екологічних, соціальних та культурних ресурсів. Управлінські рішення у такому контексті розглядаються як конкурентні стратегії, що дозволяють підвищити конкурентоспроможність території у сфері гостинності.

Ключові слова: туризм, туристична дестинація, конкурентні переваги, конкурентоспроможність, соціально-економічний розвиток.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Туристична індустрія займає важливу роль у світовій економіці: на її частку припадає близько 10% світового ВВП, 7% сукупного експорту і 30% експорту послуг у світі. Туристична діяльність впливає на розвиток суміжних галузей і сфер економіки (за різними оцінками експертів – до 80 галузей) та входить в топ-3 галузей за доданою вартістю і мультиплікативним ефектом. Туристична сфера є основою економіки багатьох країн, які розвиваються. Так, за даними Всесвітньої ради з подорожей і туризму, в 2019 році загальний вклад від туристичної діяльності у ВВП Макао складає 91%, Мальдів – 57%, Багамських островів – 43%. Тож, туристичні дестинації у сучасному світі є драйвером соціально-економічного розвитку територій, здійснюють позитивний вплив на темпи зростання валового регіонального продукту, збільшення прибутку, розвитку суміжних галузей національного господарства, які тісно пов'язані з туризмом. Території, які спеціалізуються на туризмі змушені приймати дії щодо підвищення ефективності їх діяльності, самостійно визначати власні конкурентні переваги і способи їх підвищення, укріплювати ринкові позиції, які сприяють комплексному розвитку регіону.

Україна посідає одне з провідних місць на світовій арені за наявним туристичним і рекреаційним потенціалом, активно інтегрується у світовий економічний простір та світову туристичну індустрію і позиціонує себе як вагомий туристичний дестинаційний центр. Потреби у прискореному розвитку туристичної індустрії зумовлюють необхідність

вирішення проблем підвищення конкурентоспроможності національного туристичного продукту як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках. Така задача особливо актуальна нині, оскільки більшість туристичних дестинацій залучені в гостру конкурентну боротьбу. Тому питання конкуренції і конкурентоспроможності туризмі підлягають комплексному вирішенню, що потребує розкриття закономірностей і основних тенденцій підвищення конкурентоспроможності в умовах невизначеності економічного середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Туристичні дестинації нині є ключовим елементом системи туризму. Питання конкурентоспроможності туристичних дестинацій активно розглядаються та досліджуються у наукових працях, починаючи з останнього десятиліття ХХ ст. Сьогодні без вивчення і впровадження передового досвіду розвитку конкурентоспроможності дестинацій неможливий розвиток туризму, особливо в регіонах. У розв'язання зазначених питань, пов'язаних із оцінкою конкурентоспроможності туристичних дестинацій, та формування їх конкурентних переваг вагомий внесок зробили вітчизняні та зарубіжні вчені, серед яких Baker M., Buhalis D., Hall M., Leiper N., Басюк Д., Любіцева О., Семенов В., Черчик Л. та інші автори. Однак в умовах глобальної конкуренції та невизначеності економічного середовища дослідження ситуації, розкриття закономірностей і тенденцій, оцінки конкурентоспроможності туристичних дестинацій України на ринку туристичних послуг потребує подальшого

¹Одеська державна академія будівництва та архітектури

наукового обґрунтування і досліджень в інтересах території та розвитку регіонів.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою цієї публікації є оцінка конкурентоспроможності туристичних дестинацій, визначення чинників, які впливають на формування конкурентних переваг та напрямів їх підвищення задля розвитку туристичних дестинацій країни в умовах невизначеності економічного середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. Останніми роками значна увага приділяється розвитку туризму, значимість якого постійно зростає. Рівень розвитку туризму впливає на успішність функціонування підприємств туристичної індустрії та суміжних галузей, які тісно пов'язані з туристичною діяльністю, об'єм залучених коштів в територіальну економіку і, як наслідок, – на комплексний розвиток регіонів і туристичних дестинацій. Туризм – крупний сектор світової економіки: в допандемійний період внесок туризму в світовий ВВП сягав 10,3% (близько 8,8 трлн \$) та створював кожне десяте робоче місце у світі (330 млн робочих місць). Із 195 держав світу в туризм залучені більше 150 країн [5]. Експерти Всесвітнього економічного форуму The Travel and Tourism Competitiveness Report кожні два роки публікують рейтинг країн світу з розвитку туризму, згідно з індексом розвитку туристичної галузі (TTDI), який запровадили у 2021 р., що є популярним та визнаним показником щодо оцінювання рівня туристичної конкурентоспроможності країн світу (Travel & Tourism Development Index). Зазначений TTDI є удосконаленою версією методики розрахунку індексу конкурентоспроможності туристичної галузі країн (The Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI)), який розраховували ще з 2007 р. В цьому індексі враховуються показники туристичної інфраструктури, конкурентоспроможність цін, безпеку, умови для учасників туристичного бізнесу, рівень медицини, екології та ін. Верхні рядки рейтингу переважно займають Іспанія, Франція, Німеччина та Великобританія. У 2022 році оприлюднено глобальний рейтинг оновленого Індексу розвитку подорожей і туризму (Travel & Tourism

Development Index 2021 – TTDI). У рейтингу 2021 року не враховані 23 країни порівняно з 2019 роком, в тому числі і Україна [9].

Рейтинг ТОП-10 в динаміці за 2015–2021 рр. показника Travel & Tourism Development Index наведено в таблиці 1.

Останніми роками рівень конкурентоспроможності туристичних дестинацій значно зріс, що пояснюється глобальними мега-трендами, які мають значущий вплив на індустрію туризму, серед яких слід зазначити:

1. Збільшення благополуччя населення у світі, насамперед в азіатських країнах (головним чином у Китаї), що є визначальним чинником при виборі напрямів туризму та розвитку міжнародного туризму. Зазначене може суттєво вплинути на світові туристичні потоки і, як наслідок, змінюється структура споживчих витрат туристів, результатом чого є те, що туристи готові витрачати більше коштів на відпочинок, покупки і розваги.

2. Підвищується рівень інформованості про туристичні можливості приймаючої сторони, розширюються можливості самостійного планування і здійснення подорожей. У цифровому просторі формується прототипна модель туристичних можливостей приймаючих дестинацій.

3. Підвищення мобільності населення, збільшення сукупного пасажиропотоку міжнародних рейсів.

4. Зміна формату і тривалості туристичних подорожей. Скорочується період прийняття рішень про поїздку, зростає частка швидких і спонтанних рішень. Продовжуваність подорожей знижується, при цьому їх частота збільшується, і туристи прагнуть поєднати в одній подорожі декілька цілей і форматів відпочинку, отримати унікальний досвід. Форма ділових поїздок набуває значної популярності і сегментарно можна говорити про збільшення тривалості таких поїздок.

5. Посилюється прагнення туристів не лише відвідувати нові та цікаві місця, але і поділитись унікальним досвідом та враженнями, отриманими під час поїздки за допомогою соціальних мереж «Instagram», «Facebook», «Twitter» та ін.).

Таблиця 1

Рейтинг рівня розвитку туризму

№	2015		2017		2019		2021	
	Країна	TTCI	Країна	TTCI	Країна	TTCI	Країна	TTCI
1	Іспанія	5,31	Іспанія	5,43	Іспанія	5,4	Японія	5,2
2	Франція	5,24	Франція	5,32	Франція	5,4	США	5,2
3	Німеччина	5,22	Німеччина	5,28	Німеччина	5,4	Іспанія	5,2
4	Велика Британія	5,12	Японія	5,26	Японія	5,4	Франція	5,1
5	США	5,12	Велика Британія	5,2	США	5,3	Німеччина	5,1
6	Швейцарія	4,99	США	5,12	Велика Британія	5,2	Швейцарія	5
7	Австралія	4,98	Австралія	5,1	Австралія	5,1	Австралія	5
8	Італія	4,98	Італія	4,99	Італія	5,1	Велика Британія	5
9	Японія	4,94	Канада	4,97	Канада	5,1	Сінгапур	5
10	Канада	4,92	Швейцарія	4,94	Швейцарія	5,0	Італія	4,9
...								
77					Україна	3,7		
...								
88			Україна	3,5				

Джерело: побудовано автором за даними [9]

Туризм вносить суттєвий вклад у забезпечення сталого соціально-економічного розвитку і

соціальної стабільності. Ця галузь важлива і для розвитку малих та середніх форм бізнесу,

створення робочих місць, а також сприяє самозайнятості населення. Валова додана вартість, що створюється у галузях туризму в структурі ВВП України, наведена на рис. 1.

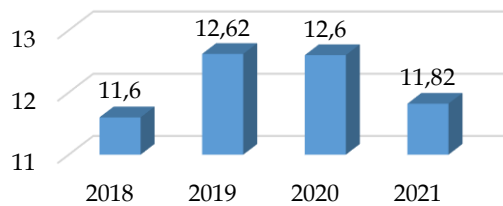


Рис. 1. Валова додана вартість, що створюється у галузях туризму, %

Джерело: побудовано автором за даними [8]

Тож зазначимо, що до 2019 року спостерігалась тенденція щодо зростання валової доданої вартості в основних цінах за кожним видом економічної діяльності в галузях туризму у ВВП України (у 2019 році показник ВДВ становив 12,62%, або 502202848 тис. грн) [6]. Економічна нестабільність, пандемія Covid-19 у 2020 р. спричинили зниження загальних надходжень галузей туризму у ВВП країни. Водночас 2021р. та початок 2022 року дав сектору туризму можливість відновитися після пандемії та карантинних обмежень. Зокрема, в Україні у 2021 році спостерігалось підвищення потоку іноземних громадян і осіб без громадянства, у тому числі з туристичною метою, та спостерігалась загальна тенденція кількості виїздів громадян України за кордон з туристичною метою (рис. 2). Всі галузі сектору туризму почали свої відновлення, регіони країн наростили обсяги туристичного збору, зросли загальні податкові надходження від туристичної діяльності, місцеві територіальні громади та регіони України включили туризм як пріоритет власного стратегічного розвитку.

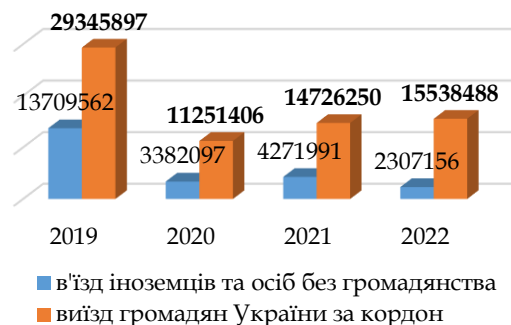


Рис. 2. Кількість фактів перетину державного кордону України

Джерело: побудовано автором за даними [8]

Війна, яка розгорнулась в Україні у лютому 2022 року, суттєво вплинула на всі сфери життя, включаючи й туризм. З одного боку, суттєво обмежились можливості для виїзду та подорожей за кордон, а з іншого, це дало поштовх для розвитку внутрішнього туризму в безпечні регіони країни з метою відпочинку, відновлення сил та здоров'я людей. Слід зазначити, що подорожі країни розкривають можливості підтримки місцевого бізнесу, сприяють зайнятості населення, стимулюють розвиток місцевої економіки та сприяють розвитку

регіону і сільських територій, в яких наявний туристично-рекреаційний потенціал.

Крім того, в Україні є чимало локацій з мальовничими місцями, історичними пам'ятками, унікальними туристично-рекреаційними ресурсами, доступними для більшості людей, що є важливим в умовах економічної нестабільності. З урахуванням регіональних особливостей в Україні присутні різні види туризму: екологічний, агротуризм, зелений, спортивний, подієвий, рекреаційний, діловий, культурно-пізнавальний, а також інші види туризму. Фахівці акцентують увагу, що певні тенденції до відновлення внутрішнього туризму вже помітні. Зокрема, туристи найчастіше цікавляться оздоровчим відпочинком у санаторіях та іншими схожими опціями, де можна відновити своє здоров'я; зріс запит на подорожі для однієї людини або родини, групові тури стали менш популярними; українці бронюють тури переважно в останній момент, адже планувати на час повномасштабної війни не вдається [7].

Результативність активного розвитку туризму полягає у збільшенні кількості доступних для туристів дестинацій та зростання конкуренції між туристичними центрами. Тож ключовим чинником туристичної системи при сучасних особливостях її організації є туристична дестинація. У 1979 році Лейпер Нейл вперше ввів у науковий обіг поняття «туристична дестинація», що означає конкретну територію, яку турист обирає для відвідування і де проводить визначений час. На цій території проходять усі процеси отримання туристичного продукту, а також взаємодія туриста з туристичною інфраструктурою і місцевим населенням. Лейпер Н. виділяє не лише регіон прибуття туристів (суто «туристичну дестинацію»), але й особливо підкреслює значимість взаємозв'язку «регіону, що формує потік туристів» та «транзитного регіону», через який переміщуються потоки туристів [3]. Пізніше в рамках територіального підходу Котлер Ф. пропонує розглядати макродестинацію – країна і мікродестинацію – регіон, місце. Котлер Ф., Боуен Дж. і Мейкенз Дж. визначають дестинацію як туристичний продукт, який складається із матеріальних і нематеріальних елементів, що мають багаторівневу структуру [2]. В моделі 6 «А» дестинацій Бухаліс Д. розкрив комплекс продуктів і послуг, притаманних туристичним дестинаціям, які включають – атракції (attractions), доступність (accessibility), зручність туристів (amenities), доступні турпакети (available packages), види туристичної діяльності (activities), допоміжні послуги (ancillary services) [1].

Загалом можна зазначити, що туристична дестинація – це складна соціально-економічна система, в рамках якої реалізується економічний і соціальний механізм формування і функціонування дестинацій у вигляді комплексу туристичних послуг і об'єктів рекреаційного обслуговування, які базуються на наявності туристичного ресурсу і являються основою формування стратегії розвитку і просування дестинації в умовах конкурентного ринку.

Конкурентоспроможність туристичної дестинації є необхідною умовою її стабільного та успішного розвитку. Туристична дестинація, яка володіє більш високим рівнем конкурентоспроможності, сервісом і послугами, є значно привабливішою для туристів. Як суб'єкт конкуренції дестинація може володіти вираженими конкурентними перевагами і характеризуватись конкурентоспроможністю. Слід зазначити, що конкурентоспроможність туристичної дестинації визначається здатністю створювати конкурентоспроможні туристичні продукти, забезпечувати при цьому рентабельність у визначений період часу і стабільне економічне зростання дестинації.

Нині питання конкурентних переваг у туристичній дестинації недостатньо досліджені як вітчизняними так і зарубіжними вченими. Портер М. визначив традиційні конкурентні переваги як «унікальний товар, власні технології, відмінні способи виконання видів діяльності, неперевершене знання товару, зразкове індивідуальне обслуговування і хороша взаємодія з клієнтами». Якщо розглядати конкурентні переваги по відношенню до району чи іншого географічного утворення, то це вигідніші позиції регіону у конкурентній взаємодії з іншими регіонами [4]. Водночас слід враховувати специфіку туристичного продукту, його нематеріальну складову і, отже, невлучність більшості конкурентних переваг туристичної дестинації, тому що основу пропозиції дестинації, як правило, створює туристичний продукт. Д.Н. Ван Хоува і Р. де Кейзер сформуливали такі чинники, які визначають конкурентоспроможність туристичних дестинацій: макроекономічні фактори, пропозиції у сфері туризму, транспорт, попит на туризм, політика у сфері туризму. Дуайер Л., Ливаик З., Меллор Р. зазначають, що конкурентоспроможність туристичної дестинації дозволяє зацікавленим сторонам виявляти слабкі і сильні сторони туристичної дестинації, аналізувати їх з точки зору відвідувачів. Це необхідно для визначення нових перспектив розвитку туристичних послуг і розробки стратегій протидії можливим загрозам [5]. Визначені такі фактори конкурентоспроможності туристичних дестинацій:

- ресурси і туристичні послуги: природні ресурси (рослинність, фауна, гідросфера) і культурні ресурси (культура, традиції, гастрономія);
- фактори і види діяльності: загальна інфраструктура, якість послуг, доступність для туристів, гостинність;
- умови попиту, які враховують обізнаність туристів, переваги по відношенню до вибраного туристичного напрямку;
- зовнішнє середовище (економічне, соціальне, політичне, законодавче, культурне, технічне, екологічне);
- соціальна й економічна якість життя.

Формування конкурентних переваг для туристичних дестинацій можна умовно розділити на

чотири взаємопов'язані напрями (рис. 3), на які значущий вплив мають фактори виробництва, інвестиції, інновації, забезпеченість туристично-рекреаційними ресурсами. Крім того, ефективна система управління, комплексний підхід і реалізація стратегічних пріоритетів дозволяють нарощувати конкурентоспроможність туристичних дестинацій.



Рис. 3. Основні напрями створення конкурентних переваг

Конкурентоспроможна туристична дестинація – та, яка може зацікавити як на зовнішньому, так і внутрішньому ринку, самостійно відтворює туристичні продукти, що сприяє збільшенню добробуту місцевого населення та економічного зростання загалом. Успіх туристичної дестинації, ефект від її конкурентоспроможності визначаються задоволенням потреб клієнтів, особливо за рахунок отримання їхньої лояльності, що можна досягти лише пропонуючи якісні послуги та продукти. Конкурентоспроможність дестинації передбачає безпеку, ефективність, якість, високу продуктивність, адаптивність, успіх, сучасний менеджмент, якісні продукти, низькі витрати. Найважливіше завдання туристичної дестинації полягає в ефективному та максимально можливо наданні лише тих туристичних продуктів, які повністю задовольняють вимогам туриста, відповідають вимогам суспільства, стандартам і технічним умовам, враховують усі аспекти споживчого характеру та охорони навколишнього середовища, пропонуються туристам та погодні з ними.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій залежить від підтримки, ефективного та раціонального використання, екологічних, соціальних та культурних ресурсів. Управлінські рішення у такому контексті розглядаються як конкурентні стратегії, що дозволяють підвищити конкурентоспроможність території у сфері гостинності. Зокрема, конкурентоспроможність середовища може бути підвищена за рахунок відповідних управлінських зусиль, природоохоронної діяльності; концепції та масштабів управлінської діяльності, які можуть бути використані як основа для розробки стратегії конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Ефективні управлінські зусилля, маркетингові заходи, відповідна якість послуг та екологічна відповідність в управлінні ними сприяє формуванню затребуваних туристичних послуг та досягнення найкращих конкурентних позицій на ринку.

Література.

1. *Buhalis D.* Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*. 2000. № 21. P. 1-120.
2. *Kotler Ph.* Marketing Essentials. Hoboken: Prentice-Hall, 1984. 556 p.
3. *Leiper N.* Tourism Management. Sidney: Pearson Education Australia, 2004. 326 p.

4. Michael E. Porter. The Five Competitive Forces that Shape Strategy. Harvard Business Review, 2008, 86 p.
5. Смирнов І.Г., Любіцева О.О. Маркетинг сталого туризму: навчальний посібник. Київ: Ліра-К, 2019. 256 с.
6. Стратегічна Дорожня карта «Відновлення малого та середнього бізнесу у секторі туризму та гостинності в 2023–2033 роках». 2024. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-library-small-and-medium-sized-businesses-recovery.pdf>.
7. Туризм під час війни. 2023. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaye-ta-gotyetsya-do-vidnovlennya>.
8. Туристичний барометр України 2021-2022. 2022. URL: https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html.
9. Travel & Tourism Economic Impact, 2021. 2022. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf.

References.

1. Buhalis, D. (2000). «Marketing the Competitive Destination of the Future». *Tourism Management*. № 21. pp. 1-120.
2. Kotler, Ph. (1984). *Marketing Essentials*. Prentice-Hall. Hoboken. USA.
3. Leiper, N. (2004). *Tourism Management*. Pearson Education Australia. Sidney. Australia.
4. Michael, E. Porter. (2008). The Five Competitive Forces that Shape Strategy. Harvard Business Review.
5. Smyrnov, I.H., Liubitseva, O.O. (2019). *Marketing of the current tourism*. [Marketing of the current tourism]. Lira-K. Kyiv. Ukraine.
6. Stratehichna Dorozhnia karta «Vidnovlennia maloho ta seredn'oho biznesu u sektori turyzmu ta hostynnosti v 2023–2033 rokakh». (2024). [Strategic Roadmap “Renovation of small and medium-sized businesses in the tourism and hospitality sector in 2023–2033”]. Available at: <https://nto.ua/assets/files/ntou-library-small-and-medium-sized-businesses-recovery.pdf>.
7. Turyzm pid chas vijny. (2023). [Tourism during the war]. Available at: <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaye-ta-gotyetsya-do-vidnovlennya>.
8. Turystychnyj barometr Ukrainy 2021-2022. (2022). [Tourist barometer of Ukraine 2021-2022]. Available at: https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html.
9. Travel & Tourism Economic Impact, 2021. (2022). Available at: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf.

Abstract.

Kalyna T., Arzumanyan T., Ustik T. Competitiveness of tourist destinations under modern challenges.

Modern tourist destinations in the world are a driver of the socio-economic development of territories, exerting a positive influence on the growth rate of the gross regional product, increasing profits, and the development of adjacent branches of the national economy, closely related to tourism. The need for accelerated development of the tourism industry makes it necessary to solve the problem of increasing the competitiveness of the national tourist product in both domestic and foreign markets. Such a task is especially relevant now, as most tourist destinations face fierce competition. The significance of this publication lies in its exploration of the competitiveness of tourist destinations, the identification of factors that shape their competitive advantages, and the proposal of strategies to enhance their development. This research is not just informative, but it is also crucial for understanding the dynamics of the tourism industry and for guiding future strategies in this field. The article examines the essence and nature of the popularity of tourism. Tourism development was determined to affect enterprises' successful operations in the tourism industry and related industries. The Tourism Industry Development Index was studied, and specific global trends such as digitalization, sustainability, and changing consumer preferences affecting the tourism industry were determined. The essence of the tourist destination is substantiated, and it is stated that competitiveness is necessary for its stable and prosperous development. According to the evaluations of various scientific studies, the factors that form competitive advantages and the directions of their creation have been determined. It is justified that the destination's competitiveness implies safety, efficiency, quality, high productivity, adaptability, success, modern management, excellent products, and low costs. The competitiveness of tourist destinations can be significantly enhanced through the efficient and rational use of environmental, social, and cultural resources. This research not only provides valuable insights into the competitive strategies but also equips the reader with actionable knowledge that can be adopted to elevate the status of a territory in the hospitality sector.

Keywords: tourism, tourist destination, competitive advantages, competitiveness, socio-economic development.

Стаття надійшла до редакції 01.06.2024 р.

Бібліографічний опис статті:

Калина Т.Є., Арзуманян Т.Ю., Устік Т.В. Конкуренстпроможність туристичних дестинацій в умовах сучасних викликів. *Актуальні проблеми інноваційної економіки та права*. 2024. № 4. С. 90-94.

Kalyna T., Arzumanyan T., Ustik T. Competitiveness of tourist destinations under modern challenges. *Actual problems of innovative economy and law*. 2024. No. 4, pp. 90-94.

УДК: 631.15:304.3:351.84; JEL classification: O18; R51

DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2024-4-18>

ЗБАРСЬКИЙ Василь¹, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, <https://orcid.org/0000-0001-7611-5769>

ОВАДЕНКО Вікторія¹, аспірант кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, <https://orcid.org/0000-0002-2829-4616>

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ УКРАЇНСЬКОГО СЕЛА: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

Збарський В., Оваденко В. Розвиток соціальної сфери українського села: регіональний аспект.

Висвітлено найбільш актуальні питання стану і перспектив соціально-економічного розвитку села, сільського господарства та сільських територій. Особлива увага звернута на становище селян, організацію сільських територіальних громад, використання трудового потенціалу села як умови перспективності його розвитку. За результатами дослідження обґрунтовано диференційований характер соціальної сфери села регіону, функціонування малих форм господарювання, їх роль у зміцненні продовольчої безпеки та скороченні безробіття у селах. Доведено, що у довгостроковій перспективі бачиться можливим тільки двоєдине вирішення названої проблеми: з одного боку, послідовна орієнтація на ринкові відносини для гарантії забезпечення

¹Національний університет біоресурсів і природокористування України

«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА» № 4 / 2024

Всеукраїнський науковий журнал