

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Криворізький національний університет
Навчально-науковий інститут економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Навчально-науковий інститут ресторанно-готельного бізнесу та туризму
(назва навчально-наукового інституту)

Кафедра технологій в ресторанному господарстві, готельно-ресторанної справи
та туризму
(назва кафедри)

ДОПУСКАЮ ДО ЗАХИСТУ
Гарант освітньої програми

_____ Ніколайчук О.А.
(підпис) (прізвище та ініціали)

« ____ » _____ 2025 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти _____ магістр _____
(назва освітнього ступеню)

зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
(шифр і назва)

освітньої програми «Готельно-ресторанний бізнес»
(назва)

на тему:

«Конкурентоспроможність України на світовому ринку готельних послуг»

Виконав:

здобувач вищої освіти Голобородько Максим Віталійович _____
(прізвище, ім'я, по-батькові) (підпис)

Керівник:

Доцент, к.е.н., доцент Ніколайчук О.А. _____
(посада, науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали) (підпис)

Засвідчую, що у кваліфікаційній
роботі немає запозичень з праць
інших авторів без відповідних
посилань

Здобувач вищої освіти _____
(підпис)

Кривий Ріг
2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Криворізький національний університет
Навчально-науковий інститут економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Навчально-науковий інститут ресторанно-готельного бізнесу та туризму
Кафедра технологій в ресторанному господарстві, готельно-ресторанної
справи та туризму

Форма здобуття вищої освіти денна

Ступінь магістр

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Освітня програма Готельно-ресторанний бізнес

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Гарант освітньої програми

_____ Ніколайчук О.А.
підпис

« _____ » _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ
Голобородько Максим Віталійович

_____ прізвище, ім'я, по батькові

1. Тема роботи: Конкурентоспроможність України на світовому ринку готельних послуг

Керівник роботи Доцент, к.е.н., доцент Ніколайчук О.А.
науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ініціали

Затверджені наказом КНУ ННІЕТ імені Михайла Туган-Барановського
від “ _____ ” листопада 2025 р. № _____

2. Строк подання здобувачем ВО роботи “ _____ ” _____ 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи: навчальна та наукова література, періодичні видання, статистичні дані, звітність про роботу підприємств, інформація мережі Інтернет

4. Зміст (перелік питань, які потрібно розробити):

1. Теоретико-методичні основи формування конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг

2. Аналіз стану конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг

3. Пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

8 рисунків, 12 таблиць.

6. Дата видачі завдання: «__» листопада 2025 р.

7. Календарний план

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір напрямку дослідження, аналіз бази та літературних джерел, визначення об'єкту, предмету та завдань дослідження. Формулювання, обґрунтування та затвердження теми кваліфікаційної роботи	3.11.2025	
2	Аналіз та узагальнення теоретичних розробок теми кваліфікаційної роботи	до 06.11.2025	
3	Опис методики дослідження предмету кваліфікаційної роботи	до 08.11.2025	
4	Аналітична частина по предмету кваліфікаційної роботи	до 11.11.2025	
5	Формування висновків та рекомендацій щодо розв'язання проблеми, встановлених в результаті аналізу	до 17.11.2025	
6	Попередній захист	до 17.11.2025	
7	Оформлення та представлення роботи на кафедрі	до 24.11.2025	
8	Перевірка кваліфікаційної роботи на унікальність тексту	до 26.11.2025	
9	Оформлення презентаційних матеріалів, проходження нормоконтролю	до 29.11.2025	
10	Захист дипломної роботи	до 07.12.2025	

Здобувач ВО _____ **Голобородько М.В.**
(підпис)

Керівник роботи _____ **Ніколайчук О.А.**
(підпис)

РЕФЕРАТ

Загальна кількість в роботі: сторінок 49, рисунків 8, таблиць 12, використаних джерел 26

Об'єкт дослідження: конкурентоспроможність готельних послуг України на світовому ринку.

Предмет дослідження: напрями підвищення конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг.

Мета дослідження: оцінка конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг та розробка заходів щодо її підвищення.

Методи дослідження: спостереження, систематизація, групування, методи системного, економічного та порівняльного аналізу, SWOT-аналіз, графічний метод.

Основні результати дослідження: узагальнено теоретико-методичних засади конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг, надана організаційно-економічна характеристики готельної індустрії України та факторів, що її визначають, проведено порівняльний аналіз конкурентоспроможності готельних послуг України та світу за динамікою показників: прибуття туристів, виїзний туристичний потік, кількість готельних закладів, кількість номерного фонду. Наведено порівняння основних показників готельної індустрії України довоєнного та воєнного періоду. Надані пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг на рівні держави та готельних підприємств.

Ключові слова: готельні послуги, конкурентоспроможність, оцінка конкурентоспроможності, конкурентоспроможність готельних послуг, світовий ринок.

ЗМІСТ

Вступ.....	6
1 Теоретико-методичні основи формування конкурентоспроможності країни на світовому ринку готельних послуг.....	8
1.1. Сутність та особливості формування конкурентоспроможності країни на світовому ринку готельних послуг.....	8
1.2. Методика оцінювання конкурентоспроможності країни на світовому ринку готельних послуг та напрями її забезпечення.....	17
2 Аналіз стану конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг.....	23
2.1. Організаційно-економічна характеристика готельної індустрії України, факторів, що її визначають.....	23
2.2. Аналіз конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг.....	30
3 Пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг.....	40
Висновки та рекомендації.....	43
Список використаних джерел.....	47

ВСТУП

У період економічних глобалізаційних змін конкурентоспроможність стає обов'язковим критерієм ефективного розвитку ринку готельних послуг. Туристичний бізнес, зокрема готельна індустрія, є важливим сектором української економіки, яка зараз переживає значні трансформації, набувають актуальності питання оцінки конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг та її забезпечення. У процесі конкурентної боротьби індустрії готельної галузі шукають шляхи задоволення запитів споживачів готельних послуг з урахуванням оптимального використання ресурсів. Ринок готельних послуг відрізняється високим рівнем конкуренції поряд з ринком туристичних послуг.

Питання конкурентоспроможності готельних послуг досліджували ряд таких науковців, як: О.Є. Кузьмін, Н.І. Горбаль, Т.О. Загорна, І.З. Должанський, І. Ансоф, Ж-Ж. Ламбен, М. Портер, Ними було розглянуто теоретичні аспекти дослідження сутності та оцінки конкурентоспроможності. Проте, залишаються актуальними і потребують теоретичного та практичного вирішення питання щодо конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг.

Мета роботи: оцінка конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг та розробка заходів щодо її підвищення.

Об'єкт дослідження: конкурентоспроможність готельних послуг України на світовому ринку.

Предмет дослідження: напрями підвищення конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг.

Завданнями роботи є:

проаналізувати теоретичні основи конкурентоспроможності країни на світовому ринку готельних послуг;

дослідити методику оцінювання конкурентоспроможності країни на світовому ринку готельних послуг;

надати організаційно-економічну характеристику готельної індустрії України;

проаналізувати конкурентоспроможність України на світовому ринку готельних послуг;

надати пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг.

Для розв'язання поставлених завдань використовувались такі методи дослідження: спостереження, систематизація, групування, методи системного, економічного та порівняльного аналізу, SWOT-аналіз, графічний метод.

Наукова новизна дипломної роботи полягає в у проведенні оцінки конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг та розробці заходів щодо її підвищення.

Структура роботи: дипломна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Дипломна робота розміщена на 49 сторінках та налічує 26 посилань на бібліографічні джерела.

І ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

1.1 Сутність та особливості формування конкурентоспроможності країни на світовому ринку готельних послуг

Поліпшення конкурентних позицій на сучасному ринку можливе лише при реалістичній оцінці власного становища у конкурентному середовищі та прогнозуванні потенційних дій конкурентів. Кожна країна діє у специфічному конкурентному середовищі, чинники якої на неї істотно впливають.

Сучасна готельна індустрія - це галузь економіки із зростаючою конкуренцією на ринку готельних послуг. Кожна країна діє у специфічному конкурентному середовищі, чинники якої на неї істотно впливають. Поліпшення конкурентних позицій на сучасному ринку можливе лише при реалістичній оцінці власного становища у конкурентному середовищі та прогнозуванні потенційних дій країн-конкурентів. Тому наведемо приклади термінів щодо визначення конкурентоспроможності готельної галузі.

«Конкурентоспроможність у галузі готельного та ресторанного бізнесу – це система вивчення міжнародного ринку гостинності, всебічного впливу на клієнта, його запити з метою надання максимальної якості послуг і одержання сталого прибутку мережею» [5].

«Конкурентоспроможність готельної/ресторанної мережі визначається як комплекс заходів, пов'язаних із визначенням і розробленням унікальної пропозиції послуг, а також її просуванням відповідно до психологічних та соціальних факторів, які необхідно враховувати для задоволення потреб індивідуумів і груп людей у розміщенні, харчуванні, розвагах за допомогою надання їм високоякісного сервісу, комфортного житла, різноманітного меню, організації дозвілля тощо» [5].

«Конкурентоспроможність – це складне багаторівневе поняття, аналіз і оцінку якого необхідно найтіснішим чином пов'язувати з конкретним його рівнем. Ієрархічна декомпозиція конкурентоспроможності нараховує чотири рівні» [4]. Представлено на рисунку 1.1.



Рисунок 1.1 – Ієрархічна структура конкурентоспроможності

Джерело: [4]

«Між усіма цими рівнями існує тісна внутрішня і зовнішня залежність. Конкурентоспроможність країни та галузі в остаточному підсумку залежить від здатності конкретного товаровиробника випускати конкурентоспроможний товар (послугу). Можливості підприємства конкурувати на певному ринку безпосередньо залежать від конкурентоспроможності товару, сукупності соціально-економічних та організаційних чинників, а також методів діяльності підприємства, які мають вплив на результати конкурентної боротьби» [4].

«Формування поняття конкурентоспроможність галузі повинно ґрунтуватися на наступних постулатах: по-перше потрібно визначитися, що саме розуміється під галуззю. З точки зору неокласичного підходу це сукупність організаційно однакових фірм, що виробляють схожу продукцію і конкурують на основі ціни, а з точки зору інституційного напрямку, галузь це не тільки сукупність виробників, а й зовнішня інфраструктура. Тобто потрібно враховувати, що галузева конкурентоспроможність формується з одного боку конкурентоспроможністю фірм, що входять в галузь, а з іншого боку станом зовнішнього середовища і рівнем розвитку міжгалузевих інститутів» [1].

Аналіз підходів науковців до визначення поняття конкурентоспроможність галузі надана у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Аналіз підходів до трактування поняття «конкурентоспроможність галузі»

Автор	Підхід до трактування поняття «конкурентоспроможність галузі»
І.З. Должанський, Т.О. Загорна	конкурентоспроможність галузі визначається здатністю фірм входити до її складу, швидко реагуючи на зміну в її структурі, відновлювати соціально-економічні механізми регулювання системи і зберігати досягнутий рівень виробництва, а також наявністю в ній технічних, економічних та організаційних умов для створення, виробництва й збуту (з витратами не вищими, ніж інтернаціональні) продукції високої якості, що задовольняє вимогам конкретних груп споживачів
О.Є. Кузьмін, Н.І. Горбаль	Чинники конкурентоспроможності галузі: 1) зовнішні: високий рівень конкурентоспроможності країни; активна державна підтримка малого і середнього бізнесу; якісне правове регулювання економіки країни; відкритість суспільства і ринків; високий науковий рівень управління економікою країни; гармонізація національної системи стандартизації і сертифікації з міжнародною системою; відповідна державна підтримка науки й інноваційної діяльності; висока якість інформаційного забезпечення; високий рівень інтеграції всередині країни й у межах світового товариства; низькі податкові ставки, відсоткові ставки у країні; наявність доступних і дешевих ресурсів; якісна система підготовки і перепідготовки управлінських кадрів; сприятливі кліматичні умови і географічне положення країни; високий рівень конкуренції у всіх сферах діяльності у країні; 2) внутрішні: значна потреба в товарі галузі; оптимальний рівень концентрації, спеціалізації й кооперування галузі; оптимальний рівень уніфікації і стандартизації товарів галузі; висока відносна вага конкурентоспроможного персоналу в галузі; якісна інформаційна і нормативнометодична база управління в галузі; конкурентоспроможні постачальники; наявність доступу до якісних дешевих ресурсів; виконання робіт з оптимізації ефективності використання ресурсів; значний рівень інновацій; функціонування в організаціях галузі системи забезпечення конкурентоспроможності; сертифікація продукції й систем; ексклюзивність товару галузі; висока ефективність організації галузі; значна частка експорту наукомістких товарів; значна питома вага конкурентоспроможних організацій і товарів галузі тощо.
Ковалець Б.М.	основними індикаторами конкурентоспроможності галузі є показники, що характеризують стан складових її конкурентного становища. Зокрема до них він відносить забезпеченість підприємств галузі ресурсами (трудовими, сировинними), інвестиційну привабливість (здатність залучити капітал на внутрішніх та світових ринках), вдало обрану стратегію розвитку (система менеджменту та конкурентна політика), попит на продуктовані товари та послуги (здатність задовольнити очікування споживачів). Відповідно, детермінантами конкурентоспроможності галузі виступатимуть чинники, що впливають на значення цих індикаторів.
Побережець Н.Б.	особливості галузевої конкуренції: а) галузь втрачає свою конкурентоспроможність, якщо її частка знижується в загальному обсязі національного експорту або зростає загальний обсяг імпорту, дефльований на частку даного товару в загальному обсязі національного виробництва або споживання; б) галузь втрачає конкурентоспроможність, якщо її частка знижується в загальному обсязі світового експорту або зростає частка світового імпорту, скоригована на частку країни у світовій торгівлі.
Спиридонов І.А.	конкурентоспроможності галузі - наявність у неї конкурентних переваг, що дозволяють: по-перше, виробляти (з витратами не вище інтернаціональних)

Автор	Підхід до трактування поняття «конкурентоспроможність галузі»
	продукцію високої якості, що задовольняє вимогам конкретних груп покупців (споживачів) до споживчої цінності товарів, їх ринкової новизни та вартості (ціни) , і, по-друге, поставляти її на ринок в оптимальні терміни, які диктуються ринковою ситуацією.
Шевченко М.М.	здатність національної галузі промисловості забезпечувати високий рівень задоволення власними товарами певної суспільної потреби порівняно з конкурентами, утримувати та зміцнювати стійкі позиції на певних сегментах світового ринку та забезпечувати прибутковість на основі раціонального використання ресурсів в умовах інтернаціоналізації.

Джерело: [1]

«На основі аналізу підходів до трактування поняття конкурентоспроможність галузі, визначивши позитивні і негативні сторони підходів, пропонуємо наступне трактування даної економічної категорії.

Конкурентоспроможність галузі – характеристика, що визначає, стійке становище галузі на внутрішньому та зовнішньому ринку, спроможність створювати умови для нарощування свого конкурентного потенціалу, обумовлене політичними, економічними, соціально-демографічними, екологічними чинниками, технологічною готовністю, та наявністю достатньої кількості підприємств, що здатні виробляти товари і послуги відповідні попиту внутрішнього та зовнішнього ринків» [1].

Щодо чинників впливу конкурентоспроможності галузі, то аналіз наукової літератури свідчить, що до найбільш значущих чинників відносяться:

- «- позиціонування на світовому ринку, тобто ступінь експортної орієнтованості виробництва (частка експорту у випуску та її динаміка);
- позиціонування на внутрішньому ринку в порівнянні з іноземними конкурентами (частка імпорту готової продукції на ринку, її динаміка);
- досягнутий технологічний рівень галузі, що виражається в обсязі накопичених інвестицій і якісних характеристиках потужностей, а також прогрес в цій області (інтенсивність інвестиційної активності);
- рівень концентрації на ринках (наявність великих ефективних вітчизняних компаній), достатній для конкуренції зі світовими компаніями – лідерами у відповідних галузях;
- забезпеченість сировинною базою, розвиненість коопераційних зв'язків (кластери конкурентоспроможності), історична «прихильність» споживачів до виробників;
- масштаби тіньового сектора і рівень правозастосування» [1].

Аналіз наукових досліджень свідчить, що «в наукових колах відсутність єдиного підходу і єдиного критерію визначення конкурентоспроможності країни дає надалі викривлене розуміння базових мінімальних умов, щоб країна

вважалась конкурентоспроможною на світовому ринку, факторів впливу на конкурентоспроможність країни, наслідків, які потенційно можуть проходити в країні завдяки її статусу конкурентоспроможності на світовому ринку, а також рівнів конкурентоспроможності країни. На рисунку 1.1 окремо виділені компоненти конкурентоспроможності країни» [2].



Рисунок 1.1 – Конкурентоспроможність країн на світовому ринку

Джерело: [2]

«Перший базовий рівень, що робить країну конкурентоспроможною на світовому ринку – наявність експорту певного товару (послуги), що свідчить про те, що в певний період часу цей товар (послуга), що експортується з країни, має конкурентні переваги на світовому ринку.

Зростання економіки – це лише один з факторів або наслідків конкурентоспроможності, проте ніяк не передумова.

Наявність зовнішніх і внутрішніх факторів впливу на конкурентоспроможність країни призводить до її термінового характеру з

наявним постійним ризиком втрати конкурентоспроможності» [2].

В таблицях 1.2 та 1.3 надано перелік зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на конкурентоспроможність країн.

Таблиця 1.2 - Зовнішні фактори впливу на конкурентоспроможність (КС) країн

Фактори втрати КС	Фактори розширення КС	Фактори звуження КС	Фактори отримання КС
<p>ПОЛІТИЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Міжнародні санкції • Ембарго • Впровадження нових стандартів <p>ЕКОНОМІЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Зниження світової ціни <p>ТЕХНОЛОГІЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Розробка радикальних інновацій 	<p>ПОЛІТИЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Підписання міжнародних торговельних угод <p>ЕКОНОМІЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Зростання попиту на світовому ринку • Зменшення пропозиції на світовому ринку • Зростання ціни на світовому ринку 	<p>ПОЛІТИЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Введення квот • Анулювання міжнародних торговельних угод <p>ЕКОНОМІЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Зменшення попиту на світовому ринку • Зниження ціни на світовому ринку • Зростання пропозиції на світовому ринку <p>ТЕХНОЛОГІЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Впровадження нових технологій, інновацій 	<p>ПОЛІТИЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Підписання міжнародних торговельних угод <p>ЕКОНОМІЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Зростання попиту на світовому ринку • Зростання світової ціни <p>ТЕХНОЛОГІЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Приплив прямих іноземних інвестицій (ПІІ)

Джерело: [2]

Зовнішні фактори формують конкурентоспроможність країн і часто впливають на неї непередбачуваним чином. У глобалізованому світі успішними є ті країни, які не лише ефективно управляють своїми внутрішніми ресурсами (табл.1.3), а й мають гнучку зовнішню політику, що мінімізує ризики та використовує можливості у світовому середовищі.

Таблиця 1.3 - Внутрішні фактори впливу на конкурентоспроможність (КС) країн

Фактори втрати КС	Фактори розширення КС	Фактори звуження КС	Фактори отримання КС
<p>ПОЛІТИЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Заборона вивозу • Військовий стан <p>ЕКОНОМІЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Інфляція, що призводить до підвищення собівартості продукції • Затяжні економічні кризи 	<p>ПОЛІТИЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Заходи до залученню ПІІ • Заходи по стимулюванню конкурентоспроможності • Державна підтримка експортоорієнтованих галузей • Підписання міжнародних торгових угод <p>ЕКОНОМІЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Девальвація національної валюти • Економічний підйом • Розробка нових ресурсів <p>ТЕХНОЛОГІЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Впровадження нових технологій 	<p>ПОЛІТИЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Політична нестабільність <p>ЕКОНОМІЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ревальвація національної валюти • Економічний спад 	<p>ПОЛІТИЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Макроекономічна і політична стабільність • Наявність виваженої стратегії • конкурентоспроможного розвитку країни <p>СОЦІАЛЬНОДЕМОГРАФІЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Охорона здоров'я • Розвиток освіти • Рівень заробітних плат • Кількість населення <p>ЕКОНОМІЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Інституційний розвиток • Розвиток інфраструктури • Ефективність ринку праці • Розвиненість ринку товарів і послуг • Розвиненість фінансового ринку • Розмір ринку <p>ТЕХНОЛОГІЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Рівень розвитку інновацій і технологій <p>ЕКОЛОГІЧНІ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Природні надра, їх кількість і ефективність використання

Джерело: [2]

«Всі фактори впливу на конкурентоспроможність країн можна об'єднати в політичні, економічні, технологічні. Кожен з цих груп факторів має різний час впливу на конкурентоспроможність країн. Дія політичних факторів вступає в силу найбільш швидко, проте продовжується до тих пір доки вони здійснюють тиск, при їх відміні ситуація адаптується знову до ринкових умов. Технологічні фактори, до яких належать у тому числі інновації, здійснюють найповільніший вплив проте безповоротній. Повільність пов'язана з тим, що на світовому ринку технології продовжують свій життєвий цикл переходячи від попиту високотехнологічних країн до попиту низькотехнологічних країн до тих пір, поки повністю не заміняться новими технологіями в усіх країнах. Особливість технологій полягає в тому, що їх розвиток в межах зовнішнього середовища

впливає лише негативно на конкурентоспроможність країн, і відсутній їх позитивний вплив на розширення конкурентоспроможності країни або становлення країни конкурентоспроможною на світовому ринку, в той час, коли їх розвиток в межах національної економіки призводить лише до позитивних ефектів становлення і розширення конкурентоспроможності країн. Економічні фактори є основними і найбільш різноманітними в формуванні та зміні характеристик конкурентоспроможності країн» [2].

Готельні послуги являються не тільки об'єктом а і інструментом конкуренції, тоді як готельний сервіс - це процес та якість надання цих послуг, що у сукупності формує конкурентоспроможність.

«Для того щоб створити стабільні конкурентні переваги або повною мірою використовувати вже наявні, готельним підприємствам необхідно застосовувати різні конкурентні стратегії.

Але слід пам'ятати, що при формуванні певних рекомендацій (пропозицій) щодо управління конкурентоспроможності готельних послуг для всіх підприємств бути стандартними не можуть. Вони повинні бути сформовані для кожного підприємства свої, які оптимально будуть працювати з урахуванням усіх специфічних характеристик та особливостей даного підприємства» [6].

«Уже стало закономірно, що готельна послуга повинна бути конкурентоспроможна, інакше на неї не буде попиту або він буде дуже низький. Але не слід забувати, що обов'язковою умовою конкурентоспроможності послуги є відповідність ціни та якості обслуговування.

Резерви зростання конкурентоспроможності готельних послуг, необхідно шукати у внутрішніх чинниках самого підприємства: виробничо-господарська діяльність готелю; особливості, та специфіка готельних послуг; маркетингова діяльність готелю» [6]. (рис. 1.2).



Рисунок 1.2 - Групи внутрішніх чинників, які визначають конкурентоспроможність готелю

Джерело: [6]

«Шляхи підвищення конкурентоспроможності засобів розміщення по першій групі чинників формуються: на основі розвитку організаційної культури, мотивування співробітників, фірмового стилю, просуванні іміджу готелю на готельному ринку; вдосконалення використання кадрового потенціалу готелю шляхом розробки переліку вимог до співробітників на кожному робочому місці, визначення можливостей працівників, вивчення ступеня використання кадрів готелю; ефективне використання наявних фінансових коштів готелю з урахуванням перспективних напрямків діяльності; оптимізація організаційної структури управління готелів, чітке розмежування функцій управління та відповідальності між службами готелю; підвищення кваліфікації персоналу готелю на всіх рівнях управління» [6].

«Прагнення готельної індустрії досягти комерційного успіху зумовлює необхідність підвищення конкурентоспроможності послуг, що надаються, за рахунок комплексного розв'язання проблеми через удосконалення діяльності всіх ієрархічних ланок та підрозділів готелів» [7].

«Ринок послуг гостинності відкритий і конкурентний, здійснює значний тиск на готельну індустрію, змушуючи її постійно підвищувати якість своїх

послуг. Зважаючи на це, одним з найважливіших напрямів управлінської діяльності готелю є пошук дієвих стратегічних рішень для забезпечення конкурентоспроможності послуг» [7].

Проаналізувавши наукові праці на тему конкурентоспроможності галузі, проведено дослідження змістового поняття «конкурентоспроможність галузі». Під конкурентоспроможністю галузі розуміється характеристика, що визначає стійке становище галузі на внутрішньому та зовнішньому ринках, здатність створювати умови для підвищення її конкурентного потенціалу, що визначається політичними, економічними, соціально-демографічними та екологічними факторами, технологічною готовністю та наявністю достатньої кількості підприємств, здатних виробляти товари та послуги, що задовольняють попит внутрішнього і зовнішнього ринку.

1.2. Методика оцінювання конкурентоспроможності країни на світовому ринку готельних послуг та напрями її забезпечення

«Для формування глибокої уяви щодо формування конкурентоспроможності та повного розуміння процесів конкуренції на рівні галузі економіки, необхідно не тільки визначити інструменти, внутрішні та зовнішні сили, які обумовлюють об'єктивний та суб'єктивний вплив на формування конкурентного середовища, а й дослідити методи оцінки та діагностики галузевої конкурентоспроможності» [1].

«Оцінка конкурентоспроможності національного туристичного продукту на світовому ринку – це складний процес, що враховує широкий спектр чинників, серед них: унікальність природних та культурних ресурсів, рівень безпеки, якість сервісу, розвиток інфраструктури, ефективність обслуговування, а також грамотна маркетингова стратегія та просування. Конкурентоспроможність туристичних продуктів визначається не лише їх якісними характеристиками, а й здатністю швидко реагувати на зміни ринку та всезростаючі потреби туристів. Успішність у цій сфері залежить від уміння країни гармонійно поєднувати природні та культурні ресурси із сучасними технологіями, високими стандартами обслуговування та ефективною маркетинговою кампанією на міжнародному рівні» [23].

«За М.Е. Портером, стан конкуренції в галузі залежить від п'яти основних чинників: потенційних конкурентів (загрози нових фірм), постачальників, конкурентів галузі (суперництво існуючих фірм), покупців та загрози виробництва замінників товарів чи послуг. Сукупний вплив цих чинників визначає потенціал граничного прибутку в галузі, де потенціал прибутковості вимірюється показниками довгострокової віддачі інвестованого капіталу. Не всі

галузі мають однаковий потенціал. Вони істотно відрізняються за своєю граничною прибутковістю, оскільки різний сукупний вплив чинників конкуренції. Ці чинники коливаються від інтенсивних у таких галузях, як виробництво автомашин, паперу та сталі (де жодна фірма не отримує великих прибутків), до відносно несуворих у таких сферах, як нафтовидобувне устаткування та послуги, виробництво косметики і предметів туалету (де високі прибутки одержує багато фірм)» [1].

«Крім М.Е. Портера, дане питання досліджувало багато вчених. Узагальнений аналіз методів та підходів до оцінки та діагностики конкурентоспроможності галузі подані в таблиці 1.2.» [1].

Таблиця 1.2 – Методи оцінки та діагностики конкурентоспроможності галузі

№ з/п	Автори	Характеристика діагностики конкурентоспроможності галузі
1	О.Є. Кузьмін, Н.І. Горбаль, Фатхутдинов Р. А.	<p>Конкурентоспроможність галузі варто визначати за найбільш крупними організаціями, відносна вага яких становить не менше 60% від обсягу продажу галузі. Відповідно рівень конкурентоспроможності знаходять таким чином:</p> $K_{гал} = \frac{\sum_{i=1}^n V_i * K_i}{\sum_{i=1}^n V_i}$ <p>де $K_{гал}$ – рівень конкурентоспроможності галузі, що випускає однорідну групу товарів; n – кількість назв товару, що входять у певну групу; V_i – частка ринку i-го товару; K_i – конкурентоспроможність i-го товару на певному (місцевому, регіональному, національному, міжнародному) ринку» [1].</p>
2	Шевченко М.М.	<p>«Запропоновано методіку комплексної оцінки конкурентоспроможності галузей промисловості України в умовах економічної інтернаціоналізації, яка ґрунтується на результатах опитування експертів та аналізі даних відкритих джерел інформації. На першому етапі оцінки конкурентоспроможності галузей використовується матриця “Зростання експорту – частка експорту” для визначення портфеля галузей, що демонструють високий експортний потенціал відповідно до етапів життєвого циклу галузі промисловості. На другому етапі оцінки запропоновано визначати поточний рівень конкурентоспроможності галузей шляхом опитування експертів. Отримані дані використовуються для визначення показника індексу поточної конкурентоспроможності галузей за формулою:</p> $IC = 100\% * (1 + (C_k - C_m) / n)$ <p>де IC – індекс поточної конкурентоспроможності галузі промисловості, бали; C_k – кількість респондентів, які вважають свою галузь конкурентоспроможною на світовому ринку; C_m – кількість респондентів, які не вважають свою галузь конкурентоспроможною на світовому ринку; n – загальна кількість опитаних експертів. Перевагою пропонованого методу є те, що він є досить гнучким, оскільки його використання дає можливість розраховувати та співставляти показники для різних регіонів країни, забезпечувати порівнянність даних у часі, швидко реагувати на зміни кон’юнктури міжнародних ринків. Проте, він не позбавлений недоліків через суб’єктивний характер відповідей респондентів» [1].</p>

Продовження таблиці 1.2

3	М. Портер	<p>«Запропонував розрахувати конкурентні переваги на галузевому рівні, враховуючи такі показники, як частка промисловості в світовому експорті; частка певної галузі чи кластера в загальному обсягу експорту; частка кластера в світовому експорті. Показник конкурентних переваг для країни і в класі продуктів j він визначив за формулою:</p> $КП_{ij} = \frac{\text{Експорт продукту } i \text{ країною } j * \text{Світовий експорт КП}}{\text{Світовий експорт продукту } i * \text{Загальний експорт країни } j}$ <p>Використовуючи формулу для визначення конкурентних переваг галузей промисловості України досить проблематично, оскільки статистичні дані, що пропонуються Держкомстатом України, не відображають обсяги експорту галузі, а подаються в розрізі видів продукції. Тобто при диверсифікації виробництва показник, що визначатиметься за такою формулою, не буде об'єктивно відображати конкурентні переваги галузі, а відображатиме конкурентні переваги конкретного виду товару на міжнародному ринку» [1].</p>
---	-----------	--

Джерело: [1]

«Аналіз методів діагностики конкурентоспроможності галузі показав, що певні методи, базуються на середній арифметичній чи зваженій рівнів конкурентоспроможності підприємств, які формують галузь, або стосовно певних аспектів діяльності кластерів. Перевага цих методів – простота розрахунків, недоліки - високий рівень суб'єктивності оцінок, отриманих в результаті експертного опитування, через трудомісткість отримання об'єктивних оцінок конкурентоспроможності підприємств галузі. Метод розрахунку інтегрального показника, перевагами якого є можливість вибору досліджуваних чинників конкурентоспроможності на розсуд дослідника, а недоліки - суб'єктивний фактор при виборі показників. Метод М. Портера, що враховує чинник міжнародної конкуренції, на основі порівняння експортних можливостей галузі національної економіки з світовим експортом. Він є відносно простим з розрахунків, базується на об'єктивних оцінках. Втім в процесі оцінювання не можна виявити причини (основні детермінанти) конкурентоспроможності певної галузі. Отже метою подальших досліджень повинно стати побудова методу оцінки конкурентоспроможності галузі, який би враховував позитивні риси, та, по можливості, уникав зазначених недоліків» [1].

«Стратегія підвищення конкурентоспроможності галузі готельного господарства обов'язково повинна враховувати як загальний рівень конкурентоспроможності країни в цілому, так і у відповідних областях зокрема.

Конкурентоспроможність готельної індустрії знаходиться в залежності від сезонності, природних, загальнополітичних та інших зовнішніх факторів. В цілому, конкурентоспроможність галузі готельного господарства може бути

описана наступною формулою:

$$\text{Конкурентоспроможність галузі} = \text{конкурентоспроможність готельних послуг} + \text{імідж (бренд)},$$

де Конкурентоспроможність готельних послуг = якість + ціна + обслуговування» [7].

«Наведені залежності, дозволяють стверджувати, що саме якість послуг сьогодні виступає головним пріоритетом в діяльності готельної галузі. Відповідно, можна стверджувати, що управляти конкурентоспроможністю означає забезпечувати оптимальне співвідношення названих складових, а також спрямовувати основні зусилля на підвищення якості продукції, зниження витрат виробництва, підвищення економічності й рівня обслуговування. Можливість забезпечення необхідного рівня розвитку складових елементів конкурентоспроможності визначається такими базовими виробничими факторами, як технічний рівень готелю, рівень організації виробництва послуг і управління» [7].

«Основу оцінювання конкурентоспроможності повинно становити вивчення ринкових умов, що впливають на формування попиту в певному сегменті ринку» [15]. (рис. 1.3).

«Вихідним елементом у трактуванні терміна «конкурентоспроможність готельної галузі» можна вважати вподобання та вибір споживачів готельних послуг» [15].

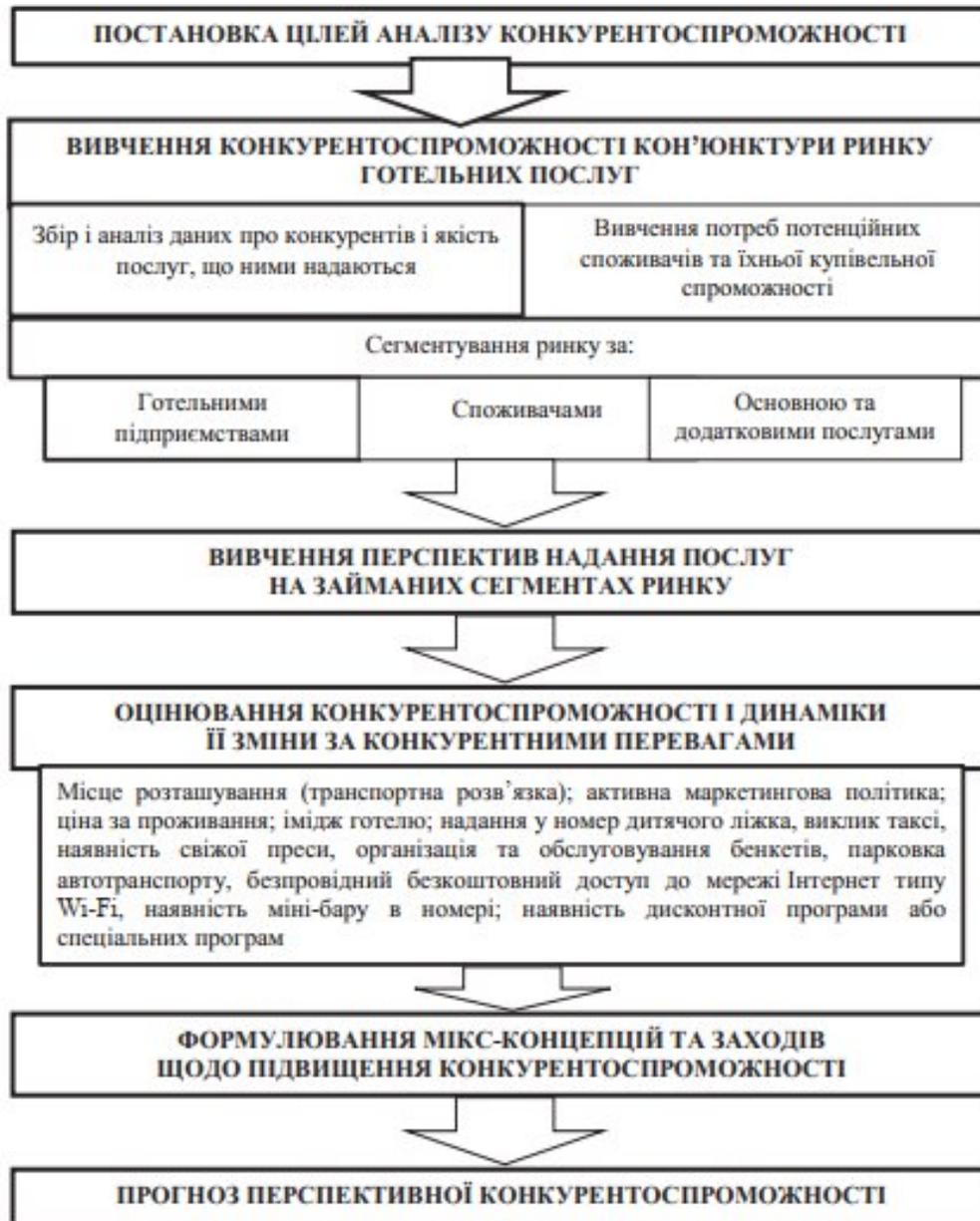


Рисунок 1.3 - Оцінка конкурентоспроможності готельних послуг
Джерело: сформовано автором на основі використаних джерел [15]

«У такому разі конкурентоспроможність готельних послуг може бути описана такою формулою:

$$\text{Конкурентоздатність готельних послуг} = \text{КГП} + \text{Б} + \text{М} \quad (1)$$

$$\text{КГП} = \text{Ціна послуги} + \text{Якість послуги} + \text{Культура обслуговування}, \quad (2)$$

де КГП – конкурентоздатність готельних послуг;

Б – бренд готелю;

М – місцезнаходження готелю» [15].

«На основі вищезазначеного можна стверджувати, що управляти конкурентоспроможністю означає забезпечувати оптимальне співвідношення названих складників, спрямовувати основні зусилля на вирішення таких завдань: підвищення якості продукції, зниження витрат виробництва, підвищення економічності та рівня обслуговування. Можливість забезпечення необхідного рівня розвитку складових елементів конкурентоспроможності визначається такими базовими чинниками, як технічний рівень готелю, рівень організації виробництва послуг і управління» [15].

«Необхідно зазначити, що підвищення конкурентоспроможності готельних послуг пов'язано, насамперед, із можливістю їх оцінки. Оцінка конкурентоспроможності готельних послуг є складним та багатогранним завданням, що дає змогу сформулювати управлінські завдання, прийняти зважене рішення, розробити заходи, що спрямовані на розвиток і підтримку конкурентних переваг, та адаптувати галузь до ринкових умов господарювання, здатних забезпечити перемогу в конкурентній боротьбі за споживача та ринки збуту» [15]. «Різноманітність методів ставить перед суб'єктом господарювання вибір оптимального варіанту, який би не тільки об'єктивно показав реальний стан речей, а й дав змогу спланувати подальшу діяльність, вибрати найбільш впливові чинники та сформулювати правильну стратегію конкурентоспроможності» [15].

Таким чином, що конкурентні переваги готельної галузі формуються на основі ефективного використання підприємствами усіх його наявних ресурсів, які потребують постійної роботи по удосконаленню своєї діяльності.

Проаналізувавши методи оцінювання конкурентоспроможності готельних послуг та методи діагностики конкурентоспроможності готельної галузі доходимо до висновку, що методика аналізу конкурентоспроможності країни на світовому ринку готельних послуг буде включати: аналіз ринку готельних послуг, показники готельних послуг, туризм. Відомі загальні підходи до оцінки конкурентоспроможності, такі як: SWOT-аналіз, матричний метод, порівняльний аналіз, рейтингове оцінювання. Завдяки цим методикам можна побачити загальний стан конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг.

II АНАЛІЗ СТАНУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

2.1. Організаційно-економічна характеристика готельної індустрії України, факторів, що її визначають

Готельна індустрія України має унікальні особливості і схильна до впливу різних факторів, у тому числі геополітичних. До них відносяться:

- ~ фактори функціонування готельного господарства у країні;
- ~ екологічні та географічні фактори (сезонність та ін);
- ~ спеціалізація готелів країни (курортні, бізнес, спортивні та ін);
- ~ соціальна спрямованість готелів;
- ~ якість готельних послуг та безпека у країні;
- ~ наявність та розвиненість туристичної інфраструктури;
- ~ кваліфікація персоналу готелів;
- ~ спектр готельних послуг у країні;
- ~ різноманітність регіонального туристичного продукту та ін.

Проблема ефективного організаційно-економічного розвитку підприємств готельної індустрії стоїть сьогодні надзвичайно гостро. Перешкодами є різні фактори негативного впливу: військовий стан, низький рівень сервісу, необґрунтовано високі ціни на деякі готельні послуги; низька поінформованість споживачів про асортимент послуг готелів; низький рівень якості послуг в інфраструктурних об'єктах підприємств-суміжників; різке коливання національної валюти та інші.

Аналіз економічних відносин в діяльності готельної галузі показав, що вони формуються завдяки трьом самостійним системам, таким як: техніко-економічній, організаційно-економічній та соціально-економічній.

«Ribas Hotels Group опублікувала комплексне аналітичне дослідження "Hotel Market Report Ukraine 2025". У дослідженні узагальнено актуальні дані про зміни на готельному ринку в умовах війни. У ньому розглядаються ключові тенденції ринку, динаміка туристичних потоків, нові інвестиційні напрями та перспективи розвитку готельної інфраструктури» [8].

«На готельному ринку спостерігаються ознаки стабілізації. Український туризм продовжує поступово відновлюватись із початку війни. За даними Державного агентства з розвитку туризму (ДАРТ), абсолютна кількість платників

податків у туристичному секторі до кінця 2024 року збільшилася на 7%, але все ще нижча за показник 2021 року (-20%)» [8].

«Щодо кількісної складової українського ринку гостинності, розвиток готельної нерухомості у безпечніших та спокійніших західних регіонах України, а також відкриття/відновлення роботи деяких об'єктів призвели до збільшення загальної кількості об'єктів розміщення на 96 об'єктів до кінця 2024 року» [8]. Представлено на рис. 2.1.

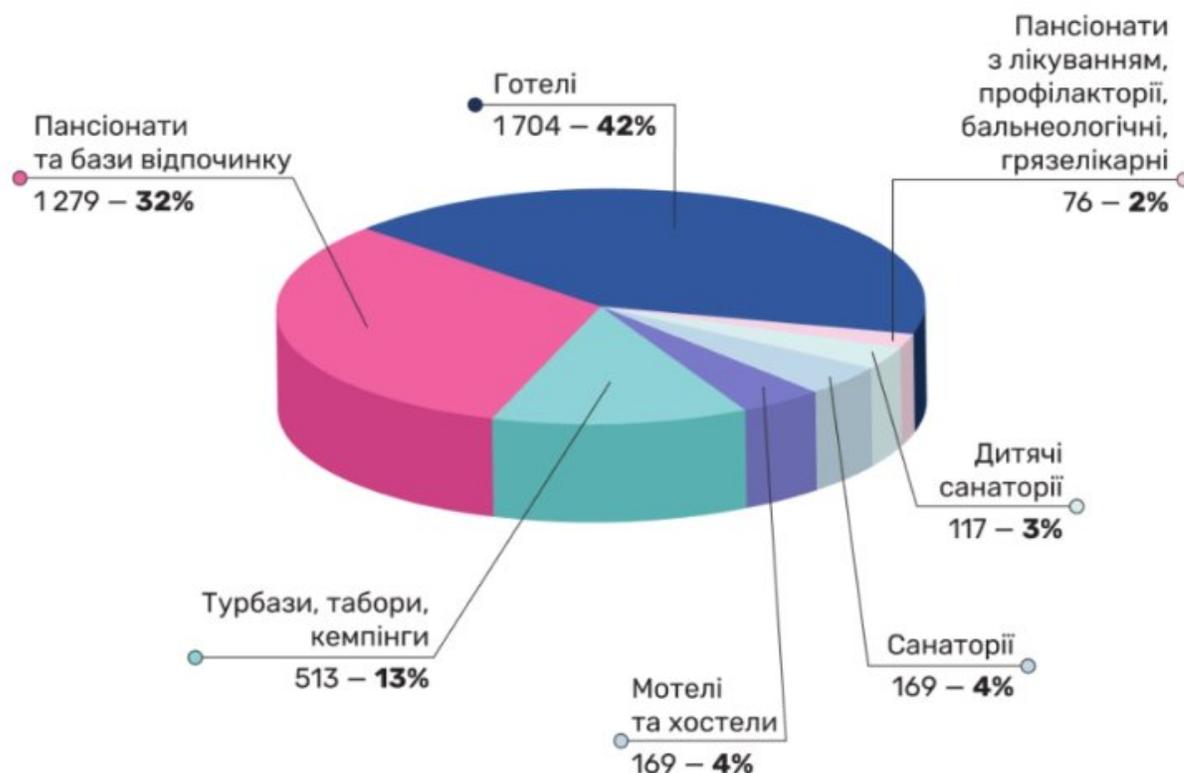


Рисунок 2.1 – Структура колективних засобів розміщення в Україні (на початок 2024 року)

Джерело: [8]

«Згідно рисунку 2.1 найбільшу долю готельної галузі в Україні займають готелі – 42% та пансіонати/бази відпочинку – 32%. Не дивлячись на зростання кількості об'єктів розміщення пансіонати з лікуванням, профілакторії, бальнеологічні, грязелікарні та дитячі санаторії займають найнижчі показники у відсотковому відношенні серед структури колективних засобів розміщення в Україні. Проте попит на апарт-готелі та курорти зростає. Перспективними форматами є самостійні сектори: апарт-готелі, кондомініуми та курорти. Ці формати вважаються прибутковими для приватних інвесторів» [8].

«Взагалом готельний фонд України зазнав збитків. Як мінімум 22 великі готелі в Україні були зруйновані або пошкоджені (у Києві, Одесі та прилеглих районах, Харкові, Запоріжжі, Кривому Розі, Херсоні, Миколаєві, Чернігові, Львові та Краматорську). Невеликі готелі у більшості регіонів також були частково зруйновані. Все це суттєво вплинуло на туристичні збори України за 2024 рік» [8], представлено на рис. 2.2.

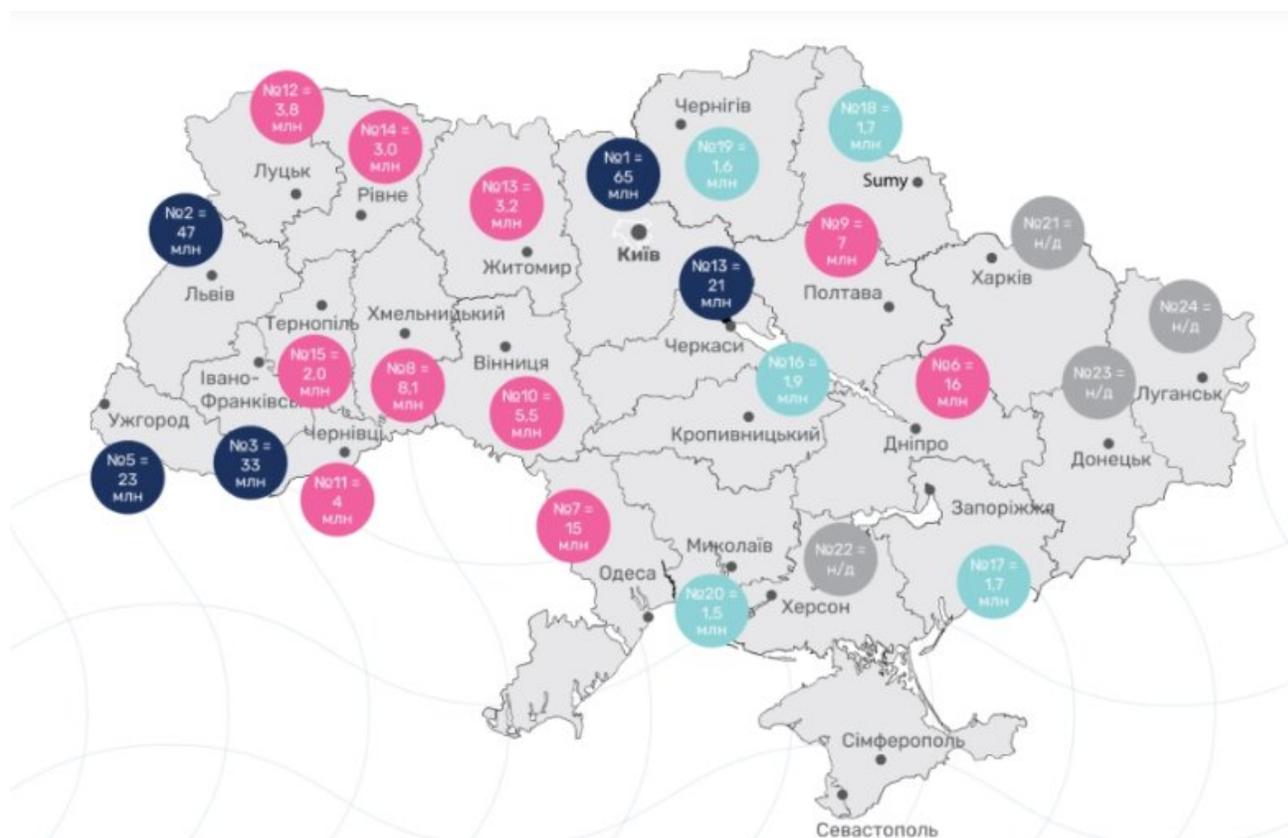


Рисунок 2.2 – Розподіл областей України за обсягами туристичного збору в 2024 році, млн. грн.

Джерело: [8]

«За даними Державного агентства розвитку туризму України найбільші туристичні збори були у таких областях, як: Київська, Львівська, Івано-Франківська, Черкаська та Ужгородська. Саме в цих областях сконцентрувався туризм України під час воєнного стану, через відсутність бойових дій та прямої загрози з ліній фронту. Найменші туристичні збори були у таких областей, як: Кіровоградська, Запорізька, Сумська, Чернігівська та Миколаївська. Ці області

всієї країни. Ці показники пов'язані із залученням західних фахівців та волонтерів.

За даними Державного агентства розвитку туризму України туристичний збір склав 234,4 млн. грн.– саме стільки заплатили підприємства за перші дев'ять місяців 2025 року. Це на 36% більше, ніж у 2024 році, і в півтора рази більше ніж до початку війни» [9].

«Літній сезон традиційно є найприбутковішим часом для туристичної галузі – до міських бюджетів надійшло 91,7 млн грн. Понад половину податку – 53%, або 125,2 млн грн – надійшло від великих підприємств, таких як готелі, санаторії та будинки відпочинку. Малий бізнес, такий як будинки відпочинку, заміські садиби та невеликі готелі, вніс 47%, або 109,2 млн. грн. Це на 39% більше, ніж у великих підприємств, які зробили 6,5%» [9].

Туристичний збір областей України за 9 місяців 2025 року представлено на рис. 2.4.

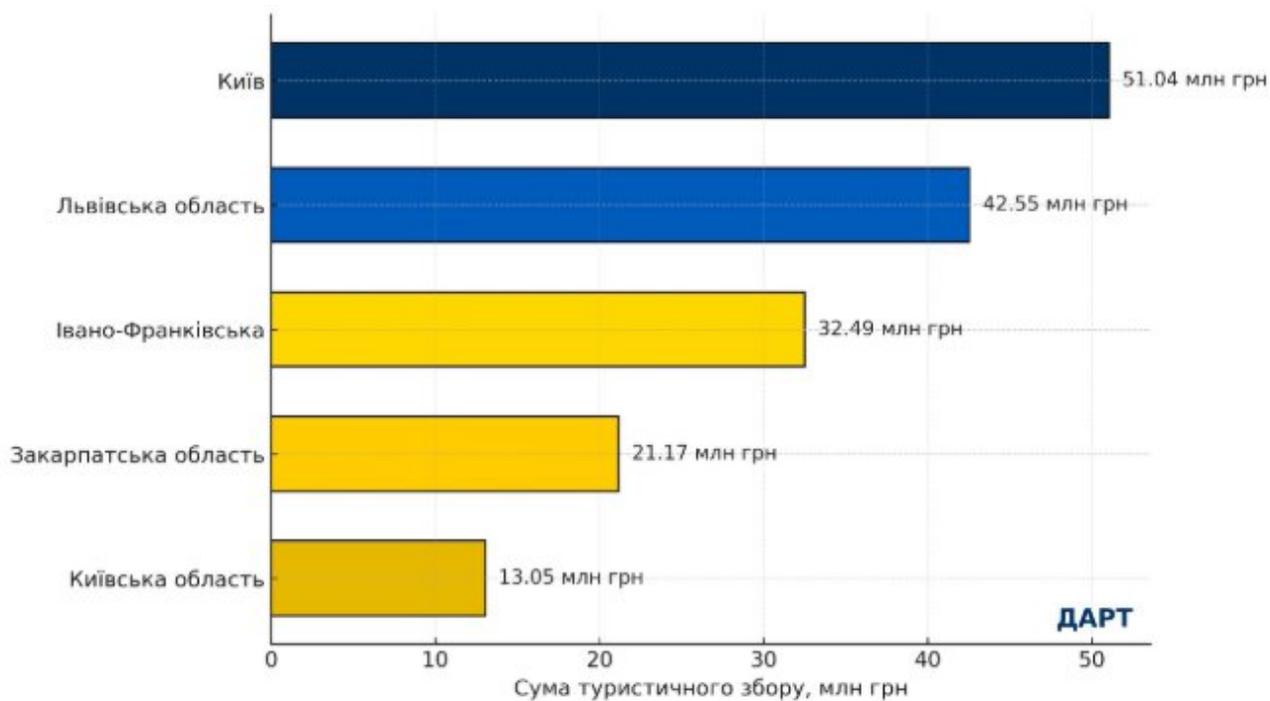


Рисунок 2.4 – Найбільший туристичний збір областей України за 9 місяців 2025 року

Джерело: [9]

«Лідерами стали Київ, Львівська та Івано-Франківська області. П'яту частину всіх прибутків – 51 мільйон гривень – забезпечила столиця. 81% із них надійшло від великих компаній» [9].

«За даними рис. 2.4 Львівська область отримала доходи у розмірі 42,5 млн грн, більше половини яких надійшли від великих готелів та санаторіїв. Івано-Франківська область також лідирує з 32,5 млн. грн., з яких 23,3 млн. грн. – це внесок Поляницької міської адміністрації. Закарпаття внесло 21,1 млн. грн., а Київська область – 13 млн. грн» [9].

«Одеса входить до регіонів, які демонструють швидке відновлення порівняно з попередніми роками. Станом на 1 жовтня 2025 року доходи міста від туризму досягли 9,12 млн. грн., що на 25% більше, ніж у попередньому році. Одеса залишається єдиним морським курортом України. Цього літа тут офіційно відкрилося понад 20 пляжів, а 90% туристів склали українці» [9].

«Дніпропетровська область внесла 11,7 млн грн, з яких 6,5 млн грн – обласний центр. Харківська область – 2,8 млн. грн. Надходження від туристичного податку у Запоріжжі сягнули 1,3 млн грн.

За перші дев'ять місяців 2025 року місцеві бюджети отримали рекордну суму туристичного податку – один із найвищих показників з початку війни» [9].

«Порівняно з попереднім роком доходи збільшилися майже на 36% (зі 172,7 млн грн у 2024 році) та на 55% порівняно з довоєнним рівнем 2021 року. Ця динаміка свідчить про поступове відновлення внутрішнього туризму та адаптацію ринку до нових умов безпеки та логістики, а також до мінливих потреб мандрівників» [9].

«Крім того, підвищення туристичного збору стимулює розвиток та розширення бізнесу для залучення більшої кількості туристів, тим самим створюючи нові робочі місця, залучаючи інвестиції та підвищуючи рівень обслуговування. Це, у свою чергу, зміцнює імідж країни як напрямки для відпочинку та ділових поїздок.

Основною причиною зростання є зростання внутрішнього туризму. Це призвело до збільшення попиту на розміщення та, як наслідок, надходжень від туристичного збору» [9].

За словами керівника Державного агентства розвитку туризму, зростання також може бути зумовлене скороченням тіньового ринку. Чим більше підприємств працює легально і сплачує туристичний збір, тим краща реальна ситуація на ринку. Ці дані необхідні для планування майбутнього галузі, її подальшого розвитку для українців та гостей, а також для того, щоб отримані від

податків кошти використовувалися ефективно на розвиток туризму, інфраструктури та підтримку регіонів.

За даними Travel & Tourism Development Index (TTDI) «у 2020-2021 рр. на туристичну сферу України теж впливали карантинні обмеження: зменшилися туристичні потоки, більшість подорожей були обмежені внутрішніми маршрутами, а доходи від міжнародних туристів суттєво скоротилися, причому державна підтримка туристичної галузі була мінімальною. За даними 2021 р., Україна входила до другої половини списку TTDI, перебуваючи приблизно між 70 і 100 місцями зі 117 країн» [23].

«У 2022 та 2024 рр. Україна не була включена до рейтингу Travel & Tourism Development Index (TTDI) через низку причин, серед яких найголовнішою є війна та її наслідки, а також нестабільна і необ'єктивна ситуація для збору даних, ризики для безпеки туристів, зосередження не на розвитку, а на виживанні та відновленні. А TTDI найбільше уваги приділяє сталому розвитку, цифровізації та відновленню після світової кризи пов'язаної з Covid-19» [23].

«Починаючи з 2022 р. через повномасштабну війну туристична галузь зазнала значного скорочення, а об'єкти туристичної інфраструктури були пошкоджені або повністю зруйновані. В'їзний туризм суттєво скоротився через ризики для безпеки мандрівників. В цей час набуває поширення волонтерський і військовий туризм, що супроводжується зростанням інтересу до культурної ідентичності України, а також спостерігається розвиток внутрішнього туризму у відносно безпечних регіонах країни» [23].

«Всесвітній економічний форум не надав офіційних пояснень щодо причин пропуску оцінювання у 2022-2023 рр. Проте відомо, що створення індексів такого масштабу потребує значної аналітичної роботи, а глобальні зміни могли стати причиною тимчасової паузи» [23].

«Отже, туристична галузь України має значний потенціал, але її рівень конкурентоспроможності обмежується інфраструктурними проблемами, недостатнім маркетингом і негативним іміджем через політичні виклики» [23].

2.2. Аналіз конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг

Аналіз конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг потребує розгляду статистики туризму, як складової готельної індустрії.

Для аналізу туристичних потоків за допомогою Інформаційної панелі ООН по туризму (UN Tourism) були обрані країни з різних континентів світу та окремо наведені країни Євросоюзу, у зв'язку з Євроінтеграцією України до ЄС. Зауважимо, що були обрані лише ті країни, у яких в повному обсязі були надані дані.

У табл. 2.1 надані дані щодо прибуття відвідувачів за 2020-2024 роками в Україні, різних країнах світу та Євросоюзу. Для порівняння темпів приросту були обрані такі періоди, як 2020 та 2024 рік для того, щоб бачити тенденції довоєнного та воєнного стану.

Таблиця 2.1 – Прибуття туристів за країнами світу та Євросоюзу

№	Країна	2020 тис. ос.	2021 тис. ос.	2022 тис. ос.	2023 тис. ос.	2024 тис. ос.	Темп приросту 2024/2020, %
Досліджувана країна							
1	Україна	3382,0	4272,0	2307,0	2447,0	2552,0	-24,54
Країни світу							
1	Канада	5068,0	4282,0	17924,0	27209,0	29818,0	488,36
2	Грузія	1513,0	1721,0	4704,0	6171,0	6456,0	326,7
3	Італія	38419,0	40186,0	74317,0	85328,0	88264,0	129,74
4	Індія	6337,0	7010,0	14329,0	18899,0	20570,0	224,6
5	Аргентина	3097,0	460,0	7503,0	13979,0	11358,0	266,74
Країни Євросоюзу							
1	Польща	51076,0	51026,0	71815,0	77665,0	76905,0	50,57
2	Угорщина	31641,0	36687,0	46343,0	49402,0	51175,0	61,74
3	Латвія	2284,0	2095,0	4725,0	5530,0	5034,0	120,4
4	Італія	38419,0	40186,0	74317,0	85328,0	88264,0	129,74
5	Іспанія	36410,0	51631,0	104968,0	125750,0	137640,0	278,03

Джерело: розраховано автором на основі даних [16]

На підставі аналізу показників прибуття туристів за країнами світу та Євросоюзу, взятих з Інформаційної панелі ООН по туризму (UN Tourism)

Всесвітньої туристичної організації, можна зробити висновки щодо темпу росту туристичних потоків.

Показники України, 2,5 млн туристів у 2024 році, значно нижчі порівняно з показниками великих туристичних країн. Темпи зростання у порівнянні з 2020 та 2024 роками дали негативні результати (-24,54%) через воєнний стан та відток населення з України до більш безпечних країн світу.

У більшості країн зафіксовано значне зростання кількості туристів у період з 2020 по 2024 рік, це пов'язано із початком воєнних дій на Україні та масовою еміграцією українців по всьому світу. Також на такий значний приріст вплинула відміна карантинних мір пов'язаних з COVID-19. Особливо помітний приріст туристичного потоку спостерігається у країнах Європи (наприклад, Іспанія, Італія).

Найбільші туристичні потоки спостерігаються саме у Європи, згідно даних за 2024 рік: Іспанія - 137,6 млн, Італія - 88,3 млн та Польща - 76,9 млн.

Найвищий темп зростання у періоді з 2020 до 2024 років, з досліджуваних країн, був у Аргентини (+266,74%), Іспанії (+278,03%), Індії (+224,6%), Грузії (+326,7%) та Канади (+488,36%) що свідчить про стрімкий зріст при абсолютно низьких показниках на початку 2021 року.

Щодо обраних країн світу, то у Канади найбільш стрімке зростання кількості туристів у період з 2021 по 2022 рік з 4,2 млн до 17,9 млн. Ця тенденція спостерігається і у 2023 та 2024 році. В Італії також спостерігалось стрімке зростання у 2022 році, але у період з 2023 та 2024 рік іде поступове зростання. У Грузії зафіксовано достатньо високий показник приросту (+326,7%) у період з 2020 по 2024 роки. Аргентина є і єдиною країною з мінімальним прогнозом приросту у 2023 та 2024 роках, але на протязі 2023 та 2024 рока іде стабілізація туризму.

При аналізі країн Євросоюзу лідером по кількості туристів у 2024 році є Іспанія (240,3 млн) і демонструє стабільне зростання. Польща стала єдиною країною ЄС з мінімальним відсотком зростання у 2023 та 2024 роках, що свідчить про стабілізацію ринка на досить високому рівні. У Латвії невеликі показники серед країн ЄС, по зростанню показників станом на 2024 рік (22,8 млн). В Угорщині виявлено стабільне та помірне зростання туристичного потоку на протязі всіх досліджуваних років.

Динаміка виїзних туристичних потоків за країнами світу та Євросоюзу представлена у табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Динаміка виїзних туристичних потоків за країнами світу та Євросоюзу

№	Країна	2020 тис. ос.	2021 тис. ос.	2022 тис. ос.	2023 тис. ос.	2024 тис. ос.	Темп приросту 2024/2020, %
Досліджувана країна							
1	Україна	11251,0	14726,0	15539,0	15317,0	15277,0	35,78
Країни світу							
1	Канада	14605,0	7905,0	31936,0	47277,0	52002,0	256,06
2	Грузія	616,0	532,0	1693,0	2247,0	2249,0	265,1
3	Італія	21448,0	17588,0	46695,0	51284,0	56586,0	163,83
4	Індія	7295,0	8551,0	21603,0	27878,0	30885,0	323,37
5	Аргентина	4087,0	1074,0	7891,0	11092,0	13593,0	232,59
Країни Євросоюзу							
1	Польща	26893,0	24220,0	33748,0	38451,0	43312,0	61,05
2	Угорщина	12727,0	13259,0	18013,0	21048,0	22011,0	72,95
3	Латвія	690,0	629,0	1729,0	2106,0	2283,0	230,87
4	Італія	21448,0	17588,0	46695,0	51284,0	56586,0	163,83
5	Іспанія	6236,0	8538,0	18253,0	21986,0	24035,0	285,42

Джерело: складено автором на основі [16]

Аналізуючи динаміку туристичних потоків у 2020 та 2021 роками, видно, що виїзний туризм значно скоротився через COVID-19, починаючи з 2022 року відновився. До 2024 року багато країн повернулися до допандемічного рівня, а деякі значно перевищили його.

Україна, як і багато інших країн світу, зазнала різкого спаду виїзного туризму у 2020 році через пандемію COVID-19. Кількість поїздок за кордон становила 11,2 мільйона у 2020 році. Незначний приріст туризму спостерігався у 2021 році, коли кількість виїзних поїздок досягла 14,7 мільйона.

На початку 2022 року статистика іноземного туризму зазнала серйозних змін та спаду, у зв'язку з початком воєнних дій та введенням військового стану. Але приріст у 2022 році пов'язаний не з туризмом, а з міграційним аспектом українців. Порівнюючи 2024 рік з показниками 2020 року темпи приросту становили (35,78%), що вказує на поступово відновлення виїзного туризму не тільки з боку міграції.

Динаміка виїзного туризму з України демонструє парадоксальну ситуацію. Фіксується значне скорочення загального ринку через обмеження та війну, але

водночас значне зростання туристичної активності серед тієї частини населення, яка має можливість подорожувати за кордон.

При аналізі країн світу можна відзначити, що канадці продовжують активно подорожувати, здійснивши 52,0 мільйона виїзних поїздок у 2024 році, що перевищує показники 2023 року на (+0,09%). Індія є однією із країн, яка найшвидше розвивається у виїзних туристичних потоках. Станом на 2022 рік було здійснено рекордні 21,6 мільйона поїздок, що на 1,52% більше, ніж у 2021 році. Позитивна динаміка зберігається на протязі 2023 та 2024 років, про що свідчить стабілізація відсоток приросту (+0,1%). Виїзний туризм з Аргентини серйозно постраждав від обмежень на подорожі під час пандемії, скоротившись більш ніж на 90% у 2021 році. Але у 2024 році показники виїзного туризму знову наблизилися до допандемічного рівня, і перевищили його станом на 2024 рік.

Аналізуючи країни Євросоюзу виявлено, що Польщі після значного спаду у 2021 році вже у 2022 році почав зростати виїзний туризм (+0,39%). Станом на 2024 рік спостерігається позитивна динаміка виїзного туризму, що складає (+0,12%) у порівнянні з 2023 роком. Згідно даних виїзного туризму італійські туристи активно подорожують, про що свідчить відсоткове співвідношення приросту у 2022 році (+1,65%) у порівнянні з 2021 роком. Витрати італійських туристів за кордоном продовжували зростати станом на 2024 році (+0,1%). Іспанія також є країною з високим відсотком виїзного туризму починаючи з 2022 року. Близько 24,0 мільйона іспанців подорожували за кордон у 2024 році, що у відсотках складає (+0,09%) порівняно з 2023 роком. У Латвії міжнародні подорожі є популярним явищем. Позитивна динаміка спостерігається, як і у більшості країн, з 2022 року (+1,74%). Приріст подорожей відбувається і сьогодні (+0,08% у 2024 році).

Кількість готельних закладів по рокам у різних країнах світу та Євросоюзу наведена у табл. 2.3.

Таблиця 2.3 – Кількість готельних закладів по рокам у різних країнах світу та Євросоюзу

№	Країна	2020 тис. од.	2021 тис. од.	2022 тис. од.	2023 тис.од.	2024 тис. од.	Темп приросту 2024/2020, %
Досліджувана країна							
1	Україна	4523,0	4580,0	-	≈7613,0	2017,0	-55,41

№	Країна	2020 тис. од.	2021 тис. од.	2022 тис. од.	2023 тис.од.	2024 тис. од.	Темп приросту 2024/2020, %
Країни світу							
1	Індонезія	3644,0	3521,0	4104,0	4129,0	4584,0	25,8
2	Німеччина	30315,0	29533,0	29332,0	28890,0	28392,0	-6,34
3	Кітай (Макао)	127,0	131,0	133,0	145,0	148,0	16,54
4	Швейцарія	4646,0	4574,0	4498,0	4494,0	4456,0	-4,09
5	Аргентина	15787,0	15894,0	15713,0	15637,0	15899,0	0,71
Країни Євросоюзу							
1	Франція	17416,0	17056,0	17527,0	17270,0	17199,0	-1,25
2	Португалія	5183,0	6271,0	7095,0	7681,0	8173,0	57,69
3	Бельгія	3925,0	3652,0	3711,0	1406,0	1375,0	-64,97
4	Німеччина	30315,0	29533,0	29332,0	28890,0	28392,0	-6,34
5	Іспанія	35053,0	35165,0	36807,0	55516,0	56471,0	61,10

Джерело: складено автором на основі [12,13,16,17]

Аналіз темпу приросту у відсотках кількості готельних закладів по рокам у різних країнах світу та Євросоюзу представлений за 2020 та 2024 роки.

Зауважимо, що надати точну кількість готельних закладів в Україні за 2022 рік неможливо. Державна служба статистики України не публікувала повних та актуальних даних щодо кількості готелів у 2022 році у зв'язку з початком воєнних дій та введенням воєнного стану.

«За даними Державного агентства розвитку туризму в Україні у 2023 р. функціонували 7613 суб'єкти господарювання в сфері готельного бізнесу, які сплачували податки. Майже подібні дані вказано й на порталі YouControl – кількість діючих суб'єктів бізнесу за розділом КВЕД «55.10 Діяльність готелів» у 2023 р. – 7340 одиниць, зокрема 2887 юридичних та 4453 фізичних осіб» [24].

Станом на середину 2024 року в Україні функціонувало 2017 готельних закладів (включаючи готелі, мотелі та хостели), згідно з даними дослідження, проведеного агентством цифрового маркетингу Inweb.

Отже, в Україні, за період з 2020 по 2024 роки показник приросту вказує на суттєве зниження (-55,41%), у зв'язку із значними руйнуваннями готельної інфраструктури на сході та центрі України, частковою окупацією, зміною економічних умов для власників готельних підприємств і неможливістю підтримувати бізнес в умовах воєнного стану. В цілому спостерігається негативна динаміка та зниження готельних підприємств.

Щодо обраних країнах світу, то спостерігається стабільний приріст готельних підприємств, таких як Індонезія, Китай (Макао). У Швейцарії та Аргентині триває невелике, але поступове зниження.

У Євросоюзі спостерігаються різноспрямовані тенденції. В Іспанії та Португалії все ще спостерігається приріст, але він стає повільнішим. У Німеччини, Бельгії та Франції невеликий приріст поступово змінився зниженням через економічну кризу яка сталась у Євросоюзі.

У багатьох країнах, де спостерігається позитивний темп приросту готельних закладів, за період 2023 – 2024 роки ці темпи сповільнюються.

Дані по Україні суттєво відрізняються від інших країн прискореним зниженням, що відображає вплив зовнішніх факторів на готельний сектор в цілому.

Динаміка номерного фонду за роками у різних країнах світу та Євросоюзу представлена у табл. 2.4.

Таблиця 2.4 – Кількість номерного фонду за роками у різних країнах світу та Євросоюзу

№	Країна	2020 тис.	2021 тис.	2022 тис.	2023 тис.	2024 тис.	Темп приросту 2024/2020, %
Досліджувана країна							
1	Україна	78955,0	-	-	-	≈110000,0	39,32
Країни світу							
1	Індонезія	870783,0	718898,0	743276,0	747066,0	929737,0	6,77
2	Німеччина	945973,0	953152,0	986164,0	994764,0	99767,0	-89,45
3	Китай (Макао)	35132,0	38737,0	37698,0	46664,0	43044,0	22,52
4	Швейцарія	142565,0	142743,0	143312,0	145308,0	146162,0	2,52
5	Аргентина	270709,0	270374,0	267778,0	266882,0	270392,0	-0,12
Країни Євросоюзу							
1	Франція	652197,0	652953,0	672513,0	675143,0	680256,0	4,3
2	Португалія	151751,0	179501,0	200748,0	209669,0	215490,0	42,0
3	Бельгія	78555,0	77031,0	79524,0	63882,0	64007,0	-18,52
4	Німеччина	945973,0	953152,0	986164,0	994764,0	997697,0	5,47
5	Іспанія	934373,0	941030,0	942271,0	1253500,0	1264353,0	35,32

Джерело: складено автором на основі [8,16]

Аналітичні дані у попередній табл.2.3 вказують на зростання ринку в 2021 після спаду, викликаного пандемією в 2020 році. Проте, точних даних про кількість готельних номерів у відкритих джерелах не опубліковано.

Якщо використовувати дані дослідження Ribas Hotels Group, 2017 діючих готелів на середину 2024 року, то загальна кількість номерів 110 тисяч, середня кількість номерів становить близько 54 для одного готельного закладу.

Порівнявши дані України у 2020 та 2024 роках то темп приросту виходить (+39,32%), що говорить про позитивну динаміку росту номерного фонду та поступового відновлення, але у західних регіонах країни.

В цілому обрані країни демонструють різні тенденції. Наприклад, Португалія та Іспанія показують значне зростання номерного фонду, тоді як Німеччина та Кітай (Макао) поступове зниження.

Уповільнюються темпи навіть у країнах із зростаючими темпами приросту. Наприклад у Португалії та Іспанії, якщо брати 2023 та 2024 рік часто нижчі, ніж у 2021 та 2022 році.

Проведений аналіз свідчить, що готельна індустрія України адаптується до сучасних умов, демонструючи поступове зростання по туристичним потокам, кількості закладів, номерного фонду, тоді як світовий ринок продовжує функціонувати відповідно до усталених високих стандартів та фокусується на інноваціях та стійкості. Позитивна тенденція зростання України за наведеними показниками сприяє конкурентоспроможності на світовому ринку готельних послуг.

У табл. 2.5 представлено порівняння основних показників готельної індустрії України довоєнного та воєнного періоду.

Таблиця 2.5 - Порівняння основних показників готельної індустрії України довоєнного та воєнного періоду

Показник	Період до 2022 р.	Період 2022-2024 рр.	Динаміка
1	2	3	4
Динаміка прибуття туристів	Значний, з тенденцією до зростання	Негативна, з поступовим зростанням	Різне падіння через військовий стан
Динаміка виїзних туристичних потоків	Задовільний	Високий	Зростання, переважно через міграційний аспект

Продовження табл. 2.5

1	2	3	4
Динаміка готельних закладів	Відновлення після пандемії	Різкий спад з повільним відновленням	Переорієнтація до заходу України
Динаміка номерного фонду	Відсутні достовірні данні	Орієнтоване зростання	Нестабільна
Безпека	Високий рівень	Низький рівень	Військові дії, головний бар'єр для світового ринку

Джерело: складено автором

До війни індустрія готельних послуг в Україні характеризувалась помірним зростанням після пандемії COVID-19.

Під час війни і до теперішнього часу ключовою зміною стало масове переміщення населення та бізнесу зі східних та центральних областей на захід країни. У безпечних регіонах спостерігалось значне зростання готельних підприємств, що іноді перевищує довоєнний рівень. У той же час у східних та південних областях, де ведуться активні бойові дії, показники впали майже до нуля.

Незважаючи на руйнування великих готелів, загальна кількість готельних підприємств в Україні збільшилася за рахунок відкриття нових закладів, в основному хостелів, що свідчить про адаптацію ринку готельних послуг до нових умов та потреб.

SWOT-аналіз конкурентоспроможності готельної індустрії необхідний для комплексної оцінки та аналізу поточного становища галузі і формування обґрунтованої стратегії розвитку, що представлено у табл. 2.6.

Таблиця 2.6 – SWOT-аналіз конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг

Сильні сторони	Можливості
<p>Багата культурна та природна спадщина (унікальні локації, історичні пам'ятки, Карпати, узбережжя Чорного моря); Відносно низькі операційні витрати та вартість послуг; Конкурентне ціноутворення порівняно з європейськими країнами; Розвиток національних готельних мереж (поява сильних внутрішніх операторів, таких як Ribas Hotels Group, Optima Hotels)</p>	<p>Зростання внутрішнього туризму (через обмеження на поїздки за кордон внутрішній ринок показав значне зростання); Повоєнне відновлення (величезний потенціал для інвестицій та розвитку нової, сучасної інфраструктури після закінчення конфлікту); Євроінтеграція (приведення стандартів до норм ЄС та підвищення привабливості для європейських туристів); Розвиток медичного та ділового туризму у відносно безпечних регіонах.</p>
Слабкі сторони	Загрози
<p>Невідповідність міжнародним стандартам якості (не всі об'єкти відповідають світовим нормам сервісу); Зношена інфраструктура (транспортна доступність та стан доріг/аеропортів (до війни) були значними проблемами); Недостатня кількість міжнародних готельних операторів (обмежена присутність світових брендів знижує довіру іноземних туристів); Залежність від політичної та економічної ситуації.</p>	<p>Воєнний конфлікт (головний фактор, який відлякує іноземних туристів та інвесторів); Економічна нестабільність та інфляція. Проблеми безпеки (ризики, пов'язані з обстрілами та мінною небезпекою).</p>

Джерело: складено автором

Таким чином SWOT - аналіз конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг визначив обґрунтовані критерії по сильним і слабким сторонам готельної індустрії, а також позначив можливості і загрози.

Основними проблемами, які були виявлені, є:

- ~ воєнний конфлікт (головний фактор, який відлякує іноземних туристів та інвесторів);
- ~ економічна нестабільність та інфляція;
- ~ проблеми безпеки (ризики, пов'язані з обстрілами та мінною небезпекою);
- ~ невідповідність міжнародним стандартам якості (не всі об'єкти відповідають світовим нормам сервісу);

- ~ зношена інфраструктура (транспортна доступність та стан доріг/аеропортів (до війни) були значними проблемами);
- ~ недостатня кількість міжнародних готельних операторів (обмежена присутність світових брендів знижує довіру іноземних туристів);
- ~ залежність від політичної та економічної ситуації.

Проаналізувавши показники конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг, можна зробити такий висновок:

- на готельному ринку спостерігаються ознаки стабілізації в області туристичних потоків, інноваційних напрямків та перспективи розвитку готельної інфраструктури. Українська індустрія продовжує поступово відновлюватись із початку війни, про що свідчать показники структури колективних засобів розміщення, обсяги туристичних зборів, заповнюваність готелів України по областях.

- для аналізу туристичних потоків, як складової готельної індустрії, за допомогою Інформаційної панелі ООН по туризму (UN Tourism) були обрані країни з різних континентів світу та окремо наведені країни Євросоюзу, у зв'язку з Євроінтеграцією України до ЕС. Аналіз динаміки відбувався за такими показниками як: прибуття туристів, виїзний туристичний потік, кількість готельних закладів, кількість номерного фонду. Наведено порівняння основних показників готельної індустрії України довоєнного та воєнного періоду. Все це дало змогу побачити реальні обставини тенденцій на ринку готельних послуг, а також визначити проблемні аспекти та проаналізувати конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг.

- в умовах конкурентоспроможності був проведений SWOT-аналіз конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг, який визначив обґрунтовані критерії по сильним і слабким сторонам, а також позначив можливості та загрози. Такий аналіз дає зрозуміти, над якими аспектами необхідно працювати надалі, щоб досягти відповідної конкурентоспроможності на світовому ринку готельних послуг.

III ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Для підвищення конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг потрібна реалізація комплексних заходів, що охоплюють як державний рівень, так і рівень окремих готельних підприємств. Пропозиції надані у табл. 3.1. та 3.2.

Таблиця 3.1 – Пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг на рівні держави

Напрямок	Заходи, що пропонуються	Очікуваний результат
Інфраструктура	Залучення інвестицій у модернізацію транспортної системи (аеропорти, залізниця, дороги) та туристичних об'єктів	Поліпшення транспортної доступності областей; підвищення якості номерного фонду
Безпека та імідж	Активне міжнародне співробітництво для забезпечення безпеки туристів та проведення заходів щодо формування позитивного іміджу України як безпечного та привабливого туристичного спрямування	Відновлення довіри міжнародних туристів, зростання в'їзного туристичного потоку
Нормативно-правова база	Відповідність українського законодавства у сфері готельних послуг з міжнародними стандартами та нормами Євросоюзу	Спрощення ведення бізнесу для міжнародних компаній, а також підвищення прозорості ринку
Просування	Розробка та реалізація національних маркетингових стратегій просування туристичних брендів України на світовому ринку	Підвищення впізнаваності країни як туристичного спрямування
Кадровий потенціал	Підтримка освітніх програм та сертифікації персоналу відповідно до міжнародних стандартів готельної індустрії	Підвищення рівня сервісу та кваліфікації співробітників

Джерело: складено автором

Ці заходи спрямовані на створення сприятливого довкілля та інфраструктури для розвитку туризму та готельного бізнесу.

Таблиця 3.2 - Пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг на рівні готельних підприємств

Напрямок	Заходи, що пропонуються	Очікуваний результат
Цифровізація	Впровадження сучасних ІТ-технологій (системи автоматизації готелів, онлайн-бронювання, мобільні програми, управління прибутковістю)	Оптимізація витрат, покращення якості обслуговування, розширення каналів продажу
Якість та стандарти	Впровадження міжнародних стандартів якості (ISO 9001) та постійний моніторинг задоволеності гостей	Підвищення лояльності клієнтів, зміцнення бренду, відповідність світовим очікуванням
Послуги	Розробка унікальних пропозицій (наприклад, інклюзивний туризм, медичний, коворкінг-простор)	Залучення нових сегментів ринку, виділення серед конкурентів
Управління затратами	Впровадження ефективних бізнес-моделей та суворого фінансового контролю для оптимізації витрат	Підвищення рентабельності та фінансової стійкості

Джерело: складено автором

Ці заходи спрямовані на внутрішні стратегії готельної індустрії для отримання конкурентних переваг.

Державна підтримка та міжнародне співробітництво створюють основу (інфраструктура, безпека), у якій можуть ефективно працювати підприємства.

Підприємства через інновації та підвищення якості послуг безпосередньо впливають на привабливість для туристів та інвесторів.

Кінцевий результат — підвищення міжнародної конкурентоспроможності України на ринку готельних послуг.

Також «варто зазначити, що для забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу на сьогодні необхідно: проведення досліджень щодо формування принципів управління готельним бізнесом; застосування в процесі розробки та прийняття управлінських рішень наукових підходів; орієнтація розвитку готельного бізнесу на інновації; формування рівня ціни та якості послуг.

Основними рекомендаціями при вирішенні проблем у сфері конкурентоспроможності готельних послуг є наступні:

1) розробка організаційно-економічного механізму територіального управління якістю готельних послуг;

- 2) формування єдиної системи державного контролю якості цих послуг;
- 3) впровадження міжнародних стандартів та інших нормативних документів у практику готельного господарства;
- 4) організація системи навчання і підвищення кваліфікації кадрів з питань управління діяльністю підприємств готельного господарства» [7].

Для підвищення конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг потрібна реалізація комплексних заходів, що охоплюють як державний рівень, так і рівень окремих готельних підприємств.

Ці заходи спрямовані на внутрішні стратегії готельної індустрії для отримання конкурентних переваг на світовому рівні.

Державна підтримка та міжнародне співробітництво створюють основу (інфраструктура, безпека), у якій можуть ефективно працювати підприємства.

Підприємства через інновації та підвищення якості послуг безпосередньо впливають на привабливість для туристів та інвесторів. Приватний бізнес є основним двигуном зростання та конкурентоспроможності на мікрорівні.

Працюючи в умовах, створених державою підприємства впроваджують нові бізнес-моделі, цифрові іновачії, створюють унікальні туристичні продукти (наприклад, тематичні тури, гастрономічний туризм). Це підвищує унікальність пропозиції та конкурентоспроможність країни на світовому рівні.

Конкуренція на ринку стимулює бізнес постійно покращувати сервіс, кваліфікацію персоналу, модернізувати номерний фонд, що впливає на задоволеність і лояльність туристів. Тому що інноваційні та якісні послуги це те, що бачить кінцевий споживач або турист. Позитивний досвід туристів, своєю чергою, формує позитивний імідж країни.

Кінцевий результат — підвищення міжнародної конкурентоспроможності України на ринку готельних послуг.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження кваліфікаційної роботи були розкриті поняття «конкурентоспроможність», «конкурентоспроможність у галузі готельного та ресторанного бізнесу», досліджено основні чинники впливу, що визначають конкурентоспроможність України на світовому ринку готельних послуг.

Проаналізована сутність конкурентоспроможності готельних послуг. Наведена ієрархічна структура конкурентоспроможності, яка налічує чотири рівні: національна конкурентоспроможність, галузева конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємств, конкурентоспроможність товарів (послуг). Представлена система методів оцінки конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг.

На сьогодні при оцінці конкурентоспроможності закладів готельної індустрії використовується цілий ряд методів. У підсумку наявних наукових досліджень з даної теми подано класифікацію методів оцінки рівня конкуренції країни на світовому ринку готельних послуг. Найбільш ґрунтовними методами оцінки країни на світовому ринку готельних послуг вітчизняні вчені називають кількісні, якісні, індексні та графічні методи, оскільки вони зосереджені на аналізі всього спектру основних параметрів роботи готельної сфери. Перевагою таких методів є отримання достовірної та найточнішої інформації про конкурентоспроможність наданих послуг, його переваги та уявлення за найширшим переліком порівняльних переваг. Крім того, деякі науковці зазначають, що оцінка конкурентоспроможності готельної індустрії базується на комплексному, багатовимірному підході та має враховувати як внутрішнє, так і зовнішнє середовище, ступінь фінансової стійкості держави та фактичний стан підприємств.

Метод кількісного та якісного оцінювання готельних послуг на державному рівні полягає в порівнюванні показників та різниці результатів, стратегічному плануванні та оцінці індивідуальних думок експертів.

Проведені дослідження показали, що рівень конкурентоспроможності готельних послуг на державному рівні формується під впливом чинників, що виникають у певний часовий проміжок. Потрібно враховувати різну природу даних чинників, невизначеність їх характеру та ступеня впливу. Для аналізу конкурентоспроможності України на ринку готельних послуг використовувались такі показники як: прибуття туристів, виїзний туристичний потік, кількість

готельних закладів, кількість номерного фонду. Наведено порівняння основних показників готельної індустрії України довоєнного та воєнного періоду.

На сьогоднішній день Україна на світовому ринку готельних послуг не може повноцінно конкурувати із країнами світу, але український ринок гостинності демонструє стійкість навіть у найважчі часи. Туристична галузь держави адаптується до сучасних умов воєнного стану та відновлюється за рахунок внутрішнього туризму.

За аналізований період у 2024 році готельна індустрія в Україні значно покращила свої показники у податкових надходженнях порівняно з 2023 роком, але ж все ще поступається довоєнному 2021 року. Основна частина наданих послуг припадає на готелі і подібні засоби тимчасового розміщення.

Також в Україні спостерігається тенденція відновлення колективних засобів розміщення, а саме: туристичні бази, пансіонати з лікуванням, оздоровчі заклади, санаторії-профілакторії тощо. Виходячи з цього, можна зробити наступний висновок:

1. На готельному ринку спостерігаються ознаки стабілізації в області туристичних потоків, інноваційних напрямків та перспективи розвитку готельної інфраструктури. Українська індустрія продовжує поступово відновлюватись із початку війни, про що свідчать показники структури колективних засобів розміщення, обсяги туристичних зборів, заповнюваність готелів України по областях.

2. Для аналізу туристичних потоків, як складової готельної індустрії, за допомогою Інформаційної панелі ООН по туризму (UN Tourism) були обрані країни з різних континентів світу та окремо наведені країни Євросоюзу, у зв'язку з Євроінтеграцією України до ЄС. Аналіз динаміки відбувався за такими показниками як: прибуття туристів, виїзний туристичний потік, кількість готельних закладів, кількість номерного фонду. Наведено порівняння основних показників готельної індустрії України довоєнного та воєнного періоду. Все це дало змогу побачити реальні обставини тенденцій на ринку готельних послуг, а також визначити проблемні аспекти та проаналізувати конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг. Щодо прибуття туристів при аналізі України показники були наступними - 2,5 млн туристів у 2024 році, що значно нижче порівняно з показниками великих туристичних країн. Темпи зростання у порівнянні з 2020 та 2024 роками дали негативні результати (-24,54%) через воєнний стан та відтік населення з України до більш безпечних країн світу.

Динаміка виїзного туризму з України демонструє парадоксальну ситуацію. Значне скорочення загального ринку через обмеження та війну, але водночас значне зростання туристичної активності серед тієї частини населення, яка має можливість подорожувати за кордон. Показники у порівнянні з 2020 по 2024 рік склали (+35,78%).

Щодо динаміки кількості готельних підприємств то в Україні, за період з 2020 по 2024 роки показник приросту вказує на суттєве зниження (-55,41%), у зв'язку із значними руйнуваннями готельної інфраструктури на сході та центрі України, зміною економічних умов для власників готельних підприємств і неможливістю підтримувати бізнес в умовах воєнного стану. В цілому спостерігається негативна динаміка та зниження готельних підприємств.

Якщо порівнювати Україну по показниках номерного фонду, то динаміка приросту є позитивною. З 2020 по 2024 роки темп приросту складає (+39,32%), що говорить про позитивну динаміку росту номерного фонду та поступового відновлення, але у західних регіонах країни.

3. Був проведений SWOT-аналіз конкурентоспроможності України на світовому ринку готельних послуг, який визначив обґрунтовані критерії по сильним і слабким сторонам, а також позначив можливості та загрози. Проблеми, які були виявлені:

- ~ воєнний конфлікт (головний фактор, який відлякує іноземних туристів та інвесторів);
- ~ економічна нестабільність та інфляція;
- ~ проблеми безпеки (ризик, пов'язані з обстрілами та мінною небезпекою);
- ~ невідповідність міжнародним стандартам якості (не всі об'єкти відповідають світовим нормам сервісу);
- ~ зношена інфраструктура (транспортна доступність та стан доріг/аеропортів (до війни) були значними проблемами);
- ~ недостатня кількість міжнародних готельних операторів (обмежена присутність світових брендів знижує довіру іноземних туристів);
- ~ залежність від політичної та економічної ситуації.

Цей аналіз дає зрозуміти, над якими аспектами необхідно працювати надалі, щоб досягти відповідної конкурентоспроможності на світовому ринку готельних послуг.

4. Проаналізовано конкурентоспроможність України на світовому ринку готельних послуг. В результаті чого, були надані пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності готельної індустрії на рівні держави:

- ~ залучення інвестицій у модернізацію транспортної системи (аеропорти, залізниці, дороги) та туристичних об'єктів;
 - ~ активне міжнародне співробітництво для забезпечення безпеки туристів та проведення заходів щодо формування позитивного іміджу України як безпечного та привабливого туристичного спрямування;
 - ~ відповідність українського законодавства у сфері готельних послуг з міжнародними стандартами та нормами Євросоюзу;
 - ~ розробка та реалізація національних маркетингових стратегій просування туристичних брендів України на світовому ринку;
- Також були надані пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності на рівні готельних підприємств:
- ~ впровадження сучасних ІТ-технологій (системи автоматизації готелів, онлайн-бронювання, мобільні програми, управління прибутковістю);
 - ~ впровадження міжнародних стандартів якості (ISO 9001) та постійний моніторинг задоволеності гостей;
 - ~ розробка унікальних пропозицій (наприклад, інклюзивний туризм, медичний, коворкінг-простір);
 - ~ впровадження ефективних бізнес-моделей та суворого фінансового контролю для оптимізації витрат.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пужай-Черета А.М. Методи діагностики конкурентоспроможності країни та галузі. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2016. Вип. 16, ч. 2, С. 85-90. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_16/2/42.pdf
2. Войнова Є.І. Глобальна конкурентоспроможність країни: обґрунтування категорії, типи, фактори та наслідки. *Економіка та суспільство*. 2018. Вип. 16, стр. 36-45. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/16_ukr/7.pdf
3. Чуєва І.О. Вплив світового ринку готельно-ресторанних послуг на міжнародний туристичний бізнес. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 48, URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2219>
4. Подлепіна П.О. Конкурентоспроможність як чинник підвищення ефективності функціонування готельних підприємств. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. 2013. Вип. 1042, стр. 128-131. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/podlepina.htm
5. Воронін М. Конкурентоспроможність готельної мережі на міжнародному ринку послуг. *Наукове видання Державного торговельно-економічного університету*. С. 10 – 15. URL: <https://ur.knute.edu.ua/server/api/core/bitstreams/0e4710c5-5147-4f73-b89e-0ff8b2538670/content>
6. Поворознюк І.М., Слатвінська Л.А., Бербец Т.М. Формування конкурентоспроможності готельних послуг регіону. *Економічні горизонти*. 2018. Вип. 3(6), С. 107-120. URL: <http://eh.udpu.edu.ua/article/view/156320/162491>
7. Давидюк Ю.В. Конкурентоспроможність підприємств готельного бізнесу: стратегічні підходи. *Тези Всеукр. наук. практ. конф. аспірантів, молодих учених та студентів, присвяченої Дню науки (травень 2017 р.)*. Житомир: ЖДТУ, 2017.. С. 23-28. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/davydjuk2.htm
8. Огляд готельного ринку України 2025. Ribas Hotels Group. URL: <https://ribashotelsgroup.ua/analytics/oglyad-gotelno-go-rynku-ukrayiny-2025>
9. Андреева Г. П. Конкурентне поле національного туристично-рекреаційного комплексу в процесі формування його конкурентних переваг. *Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління*. 2013. Вип. 1. С. 20-25. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NvChdieu_2013_1_5.
10. Бортник Л. В. Комплексна оцінка конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу. *Економічний аналіз*. 2013. Вип. 2. С. 100-110. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2013_14\(2\)_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2013_14(2)_17).
11. Добрянська Н.А., Попович В.В. «Зелений» туризм як стратегічний напрям соціально-економічного розвитку регіонів України. *Економіка: реалії часу*.

2018. № 3 (37). С. 20-28. URL: <https://economics.opu.ua/files/archive/2018/No3/20.pdf>
12. Державна служба статистики України. URL: <https://stat.gov.ua/uk>
13. Державне агентство розвитку і туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua>
14. Нагара М.Б. Науково-методологічні засади формування стратегії конкурентоспроможності готельних підприємств. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2019. Вип. № 3 (19). стр. 145-149.
15. Довбуш В.І. Особливості оцінювання конкурентоспроможності готельних підприємств. Вип. 4 (72), С.91-97 URL: http://www.psaе-jrnl.nau.in.ua/journal/4_72_1_2019_ukr/14.pdf
16. UN Tourism. Tourism Statistics. URL: <https://www.untourism.int/tourism-statistics/tourism-data-inbound-tourism>
17. Агенція Digital-маркетингу. URL: https://inweb.ua/ua/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=IW_SER_UA_Brand&utm_term=inweb&gad_source=1&gad_campaignid=17047974391&gclid=Cj0KCQiAoZDJBhC0ARIsAERPF_fOoE6DdqaagsDQ0e0NS0PdISLp-ZN1e94mCx5Z3NOTPk9MsPwzXkaAuwgEALw_wcB
18. Чередниченко А.О., Калінін М.В. Якість надання послуг підприємствами готельного господарства як ключовий фактор привабливості в туристичній галузі. *Матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. «Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами»*. Луцьк : Луцький НТУ, 2019. С. 209–211. <http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis>
19. Основи готельно-ресторанної справи : навчальний посібник / Н.І. Данько та ін. ; за заг. ред. А.Ю. Парфененка. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2021. С. 288.
20. Заремба П.О., Руденко Г.В., Визначення сутності та специфіки поняття «Готельна послуга». *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2011. Вип. 1. С. 595-600. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/20121/1/esprstp_2011_1_87.pdf
21. Фінансові результати до оподаткування підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства. Державна служба статистики України. URL: <https://www.zt.ukrstat.gov.ua/StatInfo/Fin/finrezdop.htm>
22. Кузнецова Н.М. Основи економіки готельного та ресторанного господарства. Навч. посібник. 1997. URL: <https://buklib.net/books/26893/>
23. Соловей І.С., Луговий Б.В., Герасимів З.М. Оцінка рівня конкурентоспроможності туристичної галузі України. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2025. Вип. 1 (90). С. 216-

226. URL: <https://daemmt.odessa.ua/index.php/daemmt/article/view/572/521>
24. Бондар С.В. Трансформація розвитку готельного бізнесу в Україні в умовах війни. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2024. С. 56-64. URL: <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2024/60-2024/10.pdf>
25. Добрянська Н.А., Саркісян Г.О., Ніколюк О.В., Єланська К.В. Аналіз міжнародного ринку готельних послуг: проблеми і тенденції розвитку. *Економіка харчової промисловості*. 2021. Т.13, вип. 4. С.63-68. doi 10.15673/fie.v13i4.2192
26. Посохов І.С. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу: міжнародний та національний досвід: колективна монографія / за заг. ред. А.Ю. Парфінєнка. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017. 412 с. <http://ekhnuir.univer.kharkov.ua/handle/123456789/13345>