

УДК 330.332

Гальцова О.Л.

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економічної теорії, національної
та міжнародної економіки
Класичного приватного університету

МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ПРОВІДНИХ КРАЇН СВІТУ ЯК ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

АНОТАЦІЯ

У статті проведено маркетинговий аналіз конкурентоспроможності туристичної індустрії провідних країн світу. Розглянуто сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози подальшому розвитку індустрії туризму. Запропоновано напрями щодо подальшого розвитку туристичної галузі в Україні.

Ключові слова: індекс конкурентоспроможності, індустрія туризму, маркетингові дослідження, туристична галузь, туристичний ринок, туристичні послуги.

АННОТАЦИЯ

В статье проведен маркетинговый анализ конкурентоспособности туристической индустрии ведущих стран мира. Рассмотрены сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы дальнейшему развитию индустрии туризма. Предложены направления дальнейшего развития туристической отрасли в Украине.

Ключевые слова: индекс конкурентоспособности, индустрия туризма, маркетинговые исследования, туристическая отрасль, туристический рынок, туристические услуги.

ANNOTATION

The article provides marketing analysis of the competitiveness of the tourism industry in the leading countries of the world. Considered the strengths and weaknesses, as well as the opportunities and threats of the further development of the tourism industry. The directions of further development of the tourism industry in Ukraine are proposed.

Key words: competitiveness index, tourism industry, marketing research, tourism industry, tourism market, tourism services.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Протягом останніх десятиліть подорожі та туризм і його сприятлива екосистема виявилися дуже важливими факторами щодо економічного зростання багатьох країн світу, що становило понад 10% світового ВВП.

Метою досягнення сталого і всеохоплюючого туризму та індустрії туризму не є новою, і промисловість активно реалізує свої зобов'язання щодо встановлення цих цілей. Тим не менше в світлі зростання стійкості в глобальному порядку промисловість повинна продовжувати прагнути бути лідером у вирішенні питання про стійкість. Рішення повинні бути як глобальними, так і місцевими для забезпечення повної соціальної інтеграції.

У 2017 р. індустрія подорожей та туризму продовжила реально змінювати життя мільйонів людей, стимулюючи зростання, створюючи робочі місця, зменшуючи бідність. Шостий рік поспіль зростання галузі демонструє стійкість до глобальної геополітичної невизначеності та економічної нестабільності. «Індустрія туризму – це 10,2% світового ВВП і більш ніж

292 млн. робочих місць. Для кожних 30 нових туристів до пункту призначення створюється одна нова робота. 30% експорту світових послуг і найбільша категорія експорту у багатьох країнах, що розвиваються, є величезним генератором ринку зайнятості. Проте потенціал галузі може стримуватися, і 14 млн. робочих місць можуть опинитися під загрозою, якщо уряди та приватний сектор не враховуватимуть дефіцит талантів» [1]. Якщо цей сектор буде належним чином керованим, галузь може й надалі зростати, враховуючи відносно низькі бар'єри, які необхідні для надання послуг та започаткування бізнесу, пов'язаного з туризмом.

Для досягнення конкурентоспроможності туристичного ринку України дуже важливим завданням є формування конкурентного середовища країни. В умовах ринкової економіки конкурентоспроможність – це пріоритетна умова розвитку галузі. Конкуренція – першочергова умова для існування ринку. Для формування конкурентоспроможного туристичного ринку в Україні, для поліпшення якості послуг і прибутковості туристичних підприємств конкуренція є необхідною і головною умовою для функціонування галузі. Актуальність проблеми щодо підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі в Україні зумовлена тим, що наша країна займає далеко не перше місце, але має великий потенціал для розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Питанням теорії та практики функціонування туристичного ринку, розвитком індустрії туризму, конкуренції на ринку туристичних послуг у конкурентному середовищі присвятили свої праці безліч науковців, наприклад: І. Астахова, Л. Агафонов, О. Березін, О. Шикіна, М. Безпарточний, А. Вовчак, В. Кардаш, М. Новак, Г. Тарасюк, Т. Ткаченко, З. Шершньова та ін. Незважаючи на достатню кількість публікацій, загальні зміни в окремих показниках індексу туристичної конкурентоспроможності України розглянуто не повною мірою. Не зроблено відповідного аналізу розвитку сьогодні галузі туризму інших (провідних) країн світу, що може в подальшому слугувати прикладом для України.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті – провести маркетинговий

Таблиця 1

Місце України за основними показниками ТТСІ за 2007-2017 рр.

2007 р.		2017 р.		Зміна відносно 2007 р., (+, -)
місце	оцінка	місце	оцінка	
Індекс туристичної конкурентоспроможності				
90	3,89	88	3,5	-10
Пріоритезація подорожей і туризму				
90	3,25	90	4,29	0
Інфраструктура туристичних послуг				
75	2,66	71	4,0	+4
Цінова конкурентоспроможність				
37	4,89	45	5,19	-8

Джерело: узагальнено автором за [3]

аналіз конкурентоспроможності туристичної індустрії провідних країн світу та зробити відповідні висновки щодо розвитку галузі в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. За висновками експертів [1], «...кількість людей, що подорожують сьогодні, є безпрецедентною, оскільки в міжнародному масштабі ці обсяги збільшилися з 1950 р. з 25 млн. дол. до 1,2 млрд. дол. у 2016 р.». Фактично з часів глобальної фінансової кризи туристичні витрати від країн, що розвиваються, зростають швидше, ніж витрати від розвинених країн. Розвинені ринки та ринки, що розвиваються, поліпшують конкурентоспроможність галузі, щоб стати більш привабливими для туристів.

Дійсно, деякі країни значно поліпшили свої показники з 2015 р. Ці результати наслідують дослідження Світової туристичної ради та туризму (World Travel and Tourism Council WTTC), згідно з якими прогнозується, що «...в період з 2016 по 2026 р. десять найбільш швидкозростаючих напрямків витрат на відпочинок-подорожі: Індія, Ангола, Уганда, Бруней, Таїланд, Китай, М'янма, Оман, Мозамбік та В'єтнам» [1]. Ці зміни вказують на те, що розвинені країни та країни, що розвиваються, досягають поліпшення, забезпечуючи кращі умови для розвитку своєї конкурентоспроможності в галузі туризму, а отже, стають усе більш підготовленими для залучення мільйонів нових туристів.

Індустрія туризму на відміну від світової торгівлі сьогодні залишається відносно незайманою. Водночас тоді як спостерігався спад імпорту товарів, кількість людей, що подорожують, тільки продовжує зростати.

Уряди багатьох країн світу усвідомлюють, що перешкоди для подорожей здебільшого не роблять людей та країни більш безпечними, але перешкоджають економічному зростанню та створенню робочих місць та толерантності між країнами. Ця тенденція підтримується шляхом розбіжності основної політики торгівлі та туризму. Наприклад, «...у 2016 р. для подорожей по всьому світу 58% населення світу потребувало отримання візи до від'їзду. Це значне

поліпшення порівняно з 2008 р., коли 77% населення планувало подати заявку на отримання традиційної візи. Загалом більшість (приблизно 85%) країн зменшила, принаймні частково, тягар отримання туристичної візи протягом останніх двох років» [1]. Це суперечить мінімальному прогресу, досягнутому у торговельній політиці. Лише близько половини країн, які оцінюються конкурентним індексом подорожей та туризму, поліпшили нетарифні бар'єри.

Починаючи з 2007 р. Індекс конкурентоспроможності туризму (далі – ТТСІ) вимірює «сукупність факторів та стратегій щодо конкурентоспроможності країни». Цей індекс був розроблений у контексті Індустріальної програми Всесвітнього економічного форуму для авіації, подорожей та туризму та в тісному співробітництві з нашими партнерами.

ТТСІ вимірює чотири широкі фактори конкурентоспроможності, які поділені на підіндекси й які ще розділені на 14 основних напрямів:

1. Підіндекс, що включає загальні параметри, необхідні для роботи в країні:

- бізнес-середовище;
- безпека та небезпека;
- здоров'я та гігієна;
- людські ресурси;
- готовність до розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (далі – ІКЕ).

2. Підіндекс індексу політики та сприятливі умови, який містить специфічні політики або стратегічні аспекти, які впливають на галузь промисловості та технології більш безпосередньо:

- пріоритетність подорожей та туризму;
- міжнародна відкритість;
- конкурентоспроможність цін;
- екологічна стабільність.

3. Підіндекс інфраструктури, що відображає наявність та якість фізичної інфраструктури кожної економіки:

- інфраструктура повітряного транспорту;
- інфраструктура портів;
- сервісна інфраструктура.

4. Підіндекс природних і культурних ресурсів, який відображає основні причини подорожей:

- природні ресурси;
- культурні ресурси та діловий туризм.

Україна, згідно з ТТСІ, у 2017 р. посіла 88-е місце. За висновками автора [2, с. 276], «до найнижчих позицій країни можна віднести показники «Безпека і захист» (127-е місце), «Бізнес-середовище» (124-е місце), «Природні ресурси» (115-е місце), «Екологічна стійкість» (97-е місце) та «Пріоритезація подорожей і туризму» (90-е місце). До високих позицій України можна віднести показники «Здоров'я і гігієна» (8-е місце), «Людські ресурси і ринок праці» (41-е місце) та «Цінова конкурентоспроможність» (45-е місце), що за умови грамотної стратегії розвитку позитивного інформаційного фону туристичного спрямування можна оформити в ключові конкурентні переваги країни» (табл. 1).

Якщо низькі позиції можна віднести до зовнішніх факторів (низький вплив) та обґрунтувати (нестабільна політична ситуація) та віднести до зовнішніх факторів, то показник «Природні ресурси» можна віднести до внутрішніх факторів, які корегуються завдяки плідній роботі відповідних органів сфери туризму.

Проаналізуємо ТТСІ, який у 2017 р. охопив 136 країн, на які припадає понад 98% світового ВВП. Для визначення подальших шляхів, наприклад розвитку туристичної галузі в Україні, необхідно проаналізувати розвиток туристичної індустрії провідних країн світу, які за останні роки показали найкращі результати (табл. 2).

Для розроблення подальшої стратегії розвитку туристичної галузі в Україні та підвищення

її конкурентоспроможності необхідно визначити сильні та слабкі сторони провідних країн світу, а також їх можливості та загрози щодо подальшого розвитку індустрії туризму.

Європа – регіон із найбільш економічно розвиненими країнами, який має найвищий рівень середньої конкурентоспроможності регіону в галузі туризму. У 2017 р. *Іспанія* стала лідером за рейтингом ТТСІ, а успіх країни можна пояснити унікальною пропозицією як культурних, так і природних ресурсів у поєднанні з інфраструктурою та потужною політичною підтримкою. Тому сьогоденним завданням для розвитку туристичної галузі Іспанії є продовження вдосконалення та розвитку, а саме поліпшення підприємницького середовища в питаннях видачі дозволів на будівництво, що в майбутньому підвищить міжнародну відкритість.

Ще одна країна, яка входить до десятки найкращих країн за рейтингом ТТСІ – це *Франція*, незважаючи на наслідки терористичних атак у 2015 та 2016 рр., що призвело до втрати позицій щодо безпеки. Культурні ресурси, наземне транспортування та повітряне сполучення продовжують стимулювати конкурентоспроможність галузі. Країна поліпшила свою екологічну стійкість, зменшивши прямий вплив від секторальної діяльності на навколишнє середовище та підписавши більше природоохоронних договорів. Сприятливе бізнес-середовище сприяло припливу інвестицій у сектор із нижчими витратами на будівництво.

Таблиця 2

ТОР-5 країн світу за рейтингом ТТСІ (деякі показники) за 2007-2017 рр.

Ранг	2007 р.		2017 р.		Зміна відносно 2007 р., (+,-)
	країна	оцінка	країна	оцінка	
Індекс туристичної конкурентоспроможності					
1	Швейцарія	5,66	Іспанія	5,43	+3
2	Австрія	5,54	Франція	5,32	+10
3	Німеччина	5,48	Німеччина	5,28	0
4	Ісландія	5,45	Японія	5,26	+21
5	США	5,43	Об. Королівство	5,2	+5
Пріоритезація подорожей і туризму					
1	Туніс	5,59	Мальта	6,18	+4
2	Сінгапур	5,57	Сінгапур	6,03	0
3	Іспанія	5,54	Ісландія	6,03	+13
4	Кіпр	5,49	Маврикій	5,96	+5
5	Мальта	5,37	Іспанія	5,91	-2
Інфраструктура туристичних послуг					
1	Австрія	6,92	Австрія	6,67	0
2	Іспанія	6,8	Іспанія	6,66	0
3	США	6,5	США	6,59	0
4	Швейцарія	6,48	Португалія	6,37	+5
5	Кіпр	6,10	Хорватія	6,26	+6
Цінова конкурентоспроможність					
1	Індонезія	6,1	Іран	6,66	дані відсутні
2	Малайзія	5,89	Єгипет	6,18	+3
3	Бахрейн	5,84	Малайзія	6,06	-1
4	Таїланд	5,71	Алжир	6,03	+5
5	Єгипет	5,68	Індонезія	6,0	-4

Джерело: узагальнено автором за [3]

Японія поліпшила свої позиції в рейтингу. Країна може пишатися найбільш розвиненими наземними інфраструктурними системами та мережами ІКТ у глобальному масштабі, що гарантує безперервні внутрішні зв'язки та доступ до інформації та послуг в Інтернеті. Незважаючи на те що країна є індустріалізованою, Японія не нехтує своєю туристичною індустрією й інвестує у галузь майже 4,5% федерального бюджету та впроваджує ефективні маркетингові кампанії. Більш конкурентоспроможною країна може стати за рахунок суттєвого зниження цін на паливо та авіаквитки, що значно зменшило б вартість подорожей. Але екологічна стійкість залишається зоною, де Японія ще не досягає найкращих результатів.

Італія зберігає провідні позиції у глобальному масштабі, що зумовлено винятковими культурними, природними ресурсами та туристичною інфраструктурою світового рівня. Погіршення показника «Безпека» зумовлене нижчим сприйняттям надійності поліції та більшим побоюванням тероризму та злочинності. У майбутньому важливо, щоб Італія продовжувала зміцнювати свою конкурентоспроможність та галузеву продуктивність, щоб забезпечити розвиток та зростання туристичного сектора.

У 2017 р. **Мексика** значно поліпшила свої позиції у світовому рейтингу ТТСІ за рахунок розподілення пріоритетів державного сектору та ефективного використання як природних, так і культурних ресурсів. Однак Мексика повинна продовжувати концентруватися на забезпеченні безпеки країни, хоча за останні два роки вона значно поліпшила безпеку в туристичних районах. Країні також потрібно збільшити свою вартісну пропозицію, оскільки її цінова конкурентоспроможність знижується, а ціни (особливо ті, що пов'язані з проживанням) збільшуються.

Греція зробила вражаючий підйом у світовому рейтингу. Це пов'язано з посиленням цифрового попиту, поліпшенням показників «Навколишнє середовище» та «Маркетингова діяльність». Водночас конкурентоспроможність ціни значно зросла завдяки зниженню вартості розміщення для міжнародних туристів, зниженню вартості палива та зниженню податків на квитки, щоб стимулювати туризм безпосередньо. Ця політика сприяла збільшенню кількості туристів, але призвела до змішаних результатів із погляду доходів. Греція також повинна зосереджуватися на тому, щоб зробити своє бізнес-середовище більш «дружнім», із меншими перешкодами, посилити ефективність законодавчої системи, бути більш готовою до розвитку ІКТ. Сьогодні підприємства все ще практично не використовують нові технології для бізнесу.

Бразилія – це країна, яка знайома найбільшими і найрізноманітнішими природними ресурсами, країна, яка має потужний показник «Культурні ресурси», – від спортивних і розважальних заходів до культурних пам'яток. За

останні роки поліпшилася цінова конкурентоспроможність завдяки зниженню цін на паливо та готелі, надаючи стимули подорожувати більше. Але ситуація у сфері безпеки та бізнесу ще більше погіршилася, що компенсувало позитивні наслідки підвищеної цінової конкурентоспроможності.

Ізраїль у 2017 р. піднявся на 11 позицій у світовому рейтингу. Це пояснюється поліпшенням показника «Бізнес-середовище», який стає все більш відкритим для конкуренції та іноземних інвестицій. Технічний сектор підтримується надійною інфраструктурою туристичного обслуговування та потужним розвитком ІКТ. Ізраїльські культурні ресурси, у тому числі дев'ять культурних пам'яток світової спадщини, є головною мотивацією відвідування країни. Основними проблемами, що перешкоджають розвитку туризму в Ізраїлі, є низький рівень безпеки, особливо пов'язаний із ризиками тероризму.

Індія поліпшила свої позиції в індексі конкурентоспроможності, продовжує збагачувати свої культурні ресурси, захищаючи більше культурних пам'яток через списки ЮНЕСКО із всесвітньої спадщини та через більшу цифрову присутність. Міжнародна відкритість за допомогою посиленої візової політики дала змогу Індії піднятися у рейтингу.

Єгипет, який усе ще знаходиться на шляху до відновлення, показав поліпшення ситуації в рейтингу. Країна запровадила більш сприятливі умови для відновлення та зростання, що майже вдвічі збільшило обсяги галузі. Насправді, основні фактори успішності Єгипту – збільшення державної підтримки галузі, включаючи виділення значного (6,8%) загального бюджету, а також зміцнення культурних ресурсів для відтворення іміджу країни, а збільшення цифрової присутності призвело до зростання цифрового попиту на популярні культурні ресурси країни. Крім того, Єгипет продовжує залишатися однією з країн, яка має 2-е місце в рейтингу за показником «Конкурентний напрям», суттєво послабивши візову політику. Тим не менше проблеми безпеки залишаються найбільшим викликом для країни. Тобто Єгипет провадить виважену політику, спрямовану на підвищення її конкурентоспроможності, що у майбутньому призведе до розвитку галузі.

Америка – це макрорегіон із другим найбільш поліпшеним показником ТТСІ на глобальному рівні, де зросли міжнародні туристичні доходи – з 170 млн. дол. у 2013 р. до більш ніж 201 млн. дол. у 2015 р. Більшість країн регіону спирається на багаті природні ресурси та гостинність (інфраструктура туристичного сервісу) [4]. Зрозуміло, що більшість урядів у регіоні усвідомлює стратегічну роль туризму у створенні робочих місць і, відповідно, активно підтримує цей сектор.

Наземна інфраструктура досить добре розвинена в Північній та Центральній Америці,

включаючи США, Канаду, Панаму, Барбадос та Ямаїку, наземні транспортні засоби продовжують відставати від Південної Америки. Навіть Чилі має нижчий показник, аніж середній показник Північної та Центральної Америки [4]. Хоча північні та центральноамериканські країни перевершують південноамериканські інфраструктури, навпаки, це стосується культурних ресурсів.

Численні країни Південної Америки користуються перевагами своєї багатой спадщини, щоб створити міцну пропозицію щодо туризму, що складається з природних курортів, розваг та культури. З іншого боку, країни Центральної Америки та Карибського басейну продовжують занадто покладатися на свої природні ресурси і не досягли значного прогресу в розвитку інших сегментів туризму або доповнення їх пропозицій на пляжі іншими видами діяльності. Ці тенденції підтверджуються змінами в показниках по всьому регіону. Як північні, так і південноамериканські нації вдосконалюють свої природні ресурси, культурні ресурси та готовність до розвитку ІКТ, залишаючи прогалини практично без змін.

Сполучені Штати мають найбільшу конкурентоспроможну економіку в Північній та Південній Америці, посідаючи 6-е місце (у 2017 р. на два місця нижче, ніж у 2015 р.). Країна пропонує дружнє середовище (16-е місце), високу готовність до розвитку ІКТ (19-е місце) [4]. Таким чином, інвестування в більш сучасну наземну інфраструктуру та поліпшення охорони навколишнього середовища є ключовими елементами для максимізації результатів розвитку галузі туризму у Сполучених Штатах.

Європа та Євразія є регіоном, який має найвищий загальний показник конкурентоспроможності. Вона може похвалитися шістьма з 10 найбільш конкурентоспроможних країн у галузі туризму, у 2016 р. залучила 620 млн. дол. та 1,2 млрд. іноземних відвідувачів [4]. Хоча цей регіон продовжує розвиватися, це відбувається повільніше, ніж інші менш зрілі регіони. Сьогодні Європа залишається найбільшим туристичним ринком.

Водночас регіон покращився за багатьма факторами, включаючи готовність до розвитку ІКТ та цінової конкуренції. Примітно, що, незважаючи на недавні терористичні напади та посилення страху перед тероризмом, показники туризму таких країн, як Франція, Німеччина та Бельгія, значно не зменшилися, підтверджуючи високу стійкість туристичного сектору до безпеки, за наявності потужних інституцій. Хоча й існують спільні риси, але існує і велика внутрішньорегіональна різноманітність на всьому Європейському континенті. Сильні сторони субрегіону можуть бути слабкими сторонами іншого. Наприклад, тоді як країни Південної Європи, як правило, характеризуються посиленням культурних та природних ресурсів та інфраструктури туристичного обслу-

говування, їх бізнес-середовище, інфраструктура наземного транспорту та увага до показників результативності екологічної стійкості, як правило, дещо нижчі, ніж у Західній та Північній Європі. Ці країни забезпечують більш сприятливе середовище, включаючи найсучасніші системи ІКТ у світі, кращу транспортну інфраструктуру, але не розвивають свої природні та культурні ресурси.

Коли четверта промислова революція розширюється, цифрова стає все більш необхідною вимогою бути конкурентоспроможною в індустрії туризму. Країни, які не інтегрують технології та не підвищують їх зв'язок, залишаються позаду. Менш ніж за два роки частка онлайн-бронювання зросла з 9% до майже 33% [3].

Отже, щодо України, то можемо спостерігати за 10 років позитивні зрушення за показниками: «Людські ресурси і ринок праці», «Цінова конкурентоспроможність», «Культурні ресурси та ділові подорожі», «Міжнародна відкритість», які мали загальну тенденцію та були стабільними. Але спостерігаються негативні зрушення, наприклад «Наземна та портова інфраструктура», «ІКТ готовність», «Безпека і захист», «Бізнес середовище». Тобто Україна за основними показниками ТТСІ не займає лідируючі позиції.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Результати вищевикладеного аналізу дають змогу зробити такі висновки:

1. По-перше, підвищується конкурентоспроможності в туристичній галузі, особливо в країнах, що розвиваються, й особливо в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні. Оскільки галузь продовжує зростати, збільшується обсяг міжнародних відвідувачів, які прибувають та подорожують до країн.

2. По-друге, в умовах усе більш протекціоністського характеру, який перешкоджає глобальній торгівлі, індустрія туризму продовжує створювати «мости», а не стіни між людьми, про що свідчать збільшення кількості людей, які подорожують через кордони, та глобальні тенденції до прийняття менш жорсткої візової політики.

3. По-третє, у світлі четвертої промислової революції зв'язок усе більше стає необхідним для країн, коли вони розвивають свою цифрову стратегію.

Можливість промисловості продовжувати генерувати зростання, створювати робочі місця та сприяти національному розвитку та регіональній інтеграції залежить від того, наскільки вона спроможна адаптуватися до ключових тенденцій та трансформаційних питань, які впливатимуть на туристичну галузь України в короткостроковій, середньостроковій та довгостроковій перспективах.

Основні тенденції формування процвітаючої галузі в Україні:

1. Зниження бар'єрів та витрат, створення сильної ціннісної пропозиції буде ключовим для залучення туриста.

2. Досягти підходу Smart Travel, де туристична індустрія повинна все більше покладатися на технології та оцифрування, щоб створити безпечний і бездоганний досвід для пасажирів.

3. Додаткова співпраця між різними державними установами, міжнародними організаціями. Об'єднавши всі необхідні зацікавлені сторони для розроблення, узгодження, тестування та впровадження нової структури, метою якої є глобальна співпраця, в майбутньому засвідчити користь такого підходу.

4. Приватному сектору необхідно тісно співпрацювати з державним сектором для оновлення університетських та навчальних програм із метою забезпечення їх відповідності ринковим потребам та технологічним досягненням. Необхідний діалог між державним та приватним секторами, включаючи авіалінії та аеропорти, для забезпечення інтегрованої стратегії інфраструктури, а також узгодження питань, таких як інвестиції, регулювання, стійкість, безпека та корупція.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кротті Р. Місрахі Т. Індекс конкурентоспроможності подорожей та туризму: подорожі та туризм як сприятливий для інклюзивного та сталого зростання. URL: www.weforum.org/ttcr.
2. Шикіна О.В. Індекс туристичної конкурентоспроможності як показник туристичного потенціалу України. Вісник Хмельницького національного університету. 2017. № 2. Т. 2. С. 275-279. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/5813>.
3. Звіт про конкурентоспроможність подорожей та туризму 2017 року. URL: http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/?doing_wp_cron=1490789283.3162798881530761718750.
4. Тимчишин-Чемерис Ю. В. Напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств туристичної справи в Україні. Інтернаука. Економіческие науки. 2017. № 7(29). С. 165-171.

REFERENCES:

1. Roberto Crotti Tiffany Misrah. The Competitiveness Index of Travel and Tourism: Travel and Tourism as Beneficial for Inclusive and Sustainable Growth. www.weforum.org/ttcr.
2. Shikina O. V. Tourism competitiveness index as indicator of tourist potential of Ukraine. Bulletin of the Khmelnytsky National University. 2017. Number 2. T. 2. Pp. 275-279. <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/5813>.
3. Report on the competitiveness of travel and tourism in 2017. http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/?doing_wp_cron=1490789283.3162798881530761718750.
4. Timchishin-Chemeris Yu.V. Directions of increasing competitiveness of enterprises of tourism business in Ukraine. International scientific magazine «Internauca». Economic sciences. 2017. No. 7(29). P. 165-171.

Galtsova O.L.
*Doctor of Economics, Professor,
Head of National and International Economics Department,
Classic Private University, Zaporizhzhia, Ukraine*

MARKETING ANALYSIS OF THE COMPETITIVENESS OF THE TOURIST INDUSTRY OF THE LEADING COUNTRIES OF THE WORLD AS EXPERIENCE FOR UKRAINE

In the article, a marketing analysis of the competitiveness of the tourism industry of the leading countries of the world as an experience for Ukraine was conducted. To achieve the competitiveness of the Ukrainian tourist market, the formation of a competitive environment of the country is a very important task. In a market economy, competitiveness is a prerequisite for the development of the industry. Competition – is a prerequisite for the existence of the market. In order to form a competitive tourism market in Ukraine, competition is essential for the improvement of the quality of services, in order to improve the profitability of tourism enterprises, and a prerequisite for the functioning of the industry. The urgency of the problem of improving the competitiveness of the tourist industry in Ukraine is due to the fact that our country is far from the first place but has a great potential for development.

Factors of competitiveness, which are subdivided into sub-indices, are listed and are further divided into 14 main areas. The place of Ukraine according to the main indicators of the TTCI (Tourism Competitiveness Index) for 2007-2017 was determined. This index was developed in the context of the Industrial Program of the World Economic Forum for aviation, travel, and tourism and in close cooperation with our partners. It is analysed that some competitive positions relate to external factors that cannot be controlled, and some – to internal ones, which can and should be corrected by the relevant authorities of the tourism sector.

The marketing analysis of the TTCI of the leading countries of the world, which recently showed the best results for the development of the tourism industry, was made. Their strengths and weaknesses, as well as opportunities and threats to the further development of the tourism industry, were identified. An example of the transformation of the tourist market of these countries made it possible to draw conclusions about the further development of the industry in Ukraine.

It is suggested that for the further development of the tourism industry in Ukraine, it is necessary: first, to create powerful value propositions for attracting tourists and to reduce barriers and costs; and secondly, to reach the approach of Smart Travel, where the tourism industry should increasingly rely on technology and digitization to create safety and mobility; thirdly, to establish additional cooperation between different state institutions, international organizations, bringing together all stakeholders for the development, coordination, testing and implementation of the new structure; fourthly, implement a close partnership between the private sector and the public sector to update university and curricula in order to ensure their compliance with market needs and technological advances; and, last but not least, the establishment of an effective dialogue between the public and private sectors, including airlines and airports, to provide an integrated infrastructure development strategy, as well as harmonize issues such as investment, regulation, resilience, security, and corruption.