

DOI: https://doi.org/10.32782/inclusive_economics.9-12

УДК 338.46:330.15

Перегуда Ю. А.

доктор економічних наук, доцент,
заступник завідувача кафедри організація туристичної діяльності,
професор кафедри організації туристичної діяльності,
Навчально-науковий інститут управління, економіки та бізнесу
Приватного акціонерного товариства «Вищий навчальний заклад
«Міжрегіональна Академія управління персоналом»;
доцент кафедри глобальної економіки,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1434-2509>

МІЖНАРОДНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ДЕРЖАВ У СФЕРІ Е-ТУРИЗМУ

Стаття узагальнює результати аналізу чинників міжнародної конкурентоспроможності у сфері е-туризму, зокрема розвитку цифрової інфраструктури, рівня ІКТ, інституційної підтримки, безпеки сервісів та цифрової грамотності населення й бізнесу. Виявлено основні бар'єри цифрової інтеграції, такі як недостатній розвиток інфраструктури, обмежений рівень цифрових компетенцій і недосконалість нормативно-правової бази, а також можливості, що відкриваються завдяки активним інвестиціям, підтримці стартапів та розширенню міжнародного співробітництва. Запропоновані стратегічні підходи передбачають розвиток сучасної цифрової інфраструктури, формування ефективних державних політик, стимулювання публічно-приватного партнерства, активне застосування цифрового маркетингу та аналітики для підвищення якості туристичних послуг і їх адаптації до потреб споживачів.

Ключові слова: е-туризм, цифрова трансформація, міжнародна конкурентоспроможність, цифрова інфраструктура, інновації, цифрова грамотність, стратегія розвитку, цифровий маркетинг.

Yuliya Pereguda

Educational and Scientific Institute of Management, Economics and Business
Private Joint-Stock Company "Higher education institution
"Interregional Academy of Personnel Management";
National University of Life Resources and
Environmental Management of Ukraine

INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF STATES IN THE SPHERE OF E-TOURISM

*Introduction. The development of electronic tourism (e-tourism) is transforming traditional mechanisms for building competitive advantages in international tourism. Digital technologies, including online booking platforms, personalized travel planning services, mobile applications with augmented reality (AR), and big data analytics, are becoming key tools that reshape the tourism industry. **Purpose.** To analyze the main factors influencing international competitiveness in e-tourism and to develop strategic approaches for enhancing the position of countries in the global market for digital tourism services. **Methods.** The study applies a comprehensive and comparative analysis based on international rankings, statistical data, and practical case studies. The assessment covers digital infrastructure development, ICT indicators, institutional support, digital service security, and the digital literacy of populations and businesses. **Results.** The findings reveal significant differences between leading countries (Singapore, Spain, South Korea, Estonia) and those with emerging digital ecosystems (e.g., Ukraine). Leaders invest actively in innovative technologies, support digital tourism startups, and integrate diverse services into unified digital ecosystems. Countries with less developed infrastructure require accelerated digitalization, improved regulatory frameworks, enhanced staff competencies, and stronger international cooperation. **Conclusion.** Strengthening competitiveness in e-tourism requires the development of modern digital infrastructure, effective public policies, public-private partnerships in IT innovations, and the use of digital marketing and analytics to adapt tourism offerings to market needs. The proposed recommendations support the creation of national strategies that align with both domestic priorities and global trends in the digital transformation of tourism.*

Keywords: e-tourism, digital transformation, international competitiveness, digital infrastructure, innovation, digital literacy, development strategy, digital marketing.

Постановка проблеми. У сучасних умовах цифрової трансформації світової економіки туристична галузь зазнає суттєвих змін, зумовлених стрімким впровадженням інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій. Сфера е-туризму, що охоплює електронне бронювання, цифрові платформи для планування подорожей, мобільні додатки, віртуальні тури та системи аналізу споживчих уподобань, перетворилася на один із ключових чинників формування конкурентних переваг країн на глобальному туристичному ринку. Міжнародна конкурентоспроможність держав у цій сфері дедалі більше залежить не лише від природно-культурного потенціалу, а й від рівня цифровізації туристичної інфраструктури, наявності «розумних» сервісів, ступеня інтегрованості у глобальні технологічні екосистеми [1–2].

Актуальність теми зумовлена необхідністю комплексного переосмислення традиційних підходів до оцінювання туристичної привабливості країн та визначення нових стратегічних орієнтирів у контексті цифрової конкуренції. Розрив між країнами, що активно впроваджують цифрові рішення у туризм, і тими, хто лише починає цей шлях, поглиблюється, створюючи асиметрію доступу до туристичних потоків і фінансових надходжень. До того ж глобальні виклики – зокрема пандемія COVID-19 – прискорили цифрові перетворення у туризмі, висунувши на перший план необхідність адаптації державних стратегій до нових реалій.

Попри очевидні переваги електронного туризму, його розвиток супроводжується низкою проблем. Йдеться про цифрову нерівність між розвиненими та країнами, що розвиваються, недостатній рівень кібербезпеки, низьку цифрову грамотність окремих цільових аудиторій, а також ризики надмірної комерціалізації туристичного досвіду. В умовах глобальної конкуренції здатність держав забезпечити технологічну інноваційність, інституційну підтримку цифрової інфраструктури та формування сприятливого середовища для розвитку е-туризму стає визначальним фактором їх успіху на міжнародній арені.

Таким чином, дослідження чинників міжнародної конкурентоспроможності у сфері е-туризму є важливим кроком до формування ефективної цифрової туристичної політики, який дозволяє державам адаптуватися до викликів цифрової доби та забезпечити сталий розвиток туристичної галузі у XXI столітті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Упродовж останнього десятиліття проблема конкурентоспроможності держав у цифровому середовищі туристичного сектору набула широкого висвітлення в науковій літературі, звітах міжнародних організацій та професійних аналітичних оглядах. Зокрема, у дослідженнях Всесвітньої туристичної організації

(UNWTO) акцентується на впливі цифрових інновацій на трансформацію туристичних послуг, зміну поведінки споживачів та формування нових бізнес-моделей у глобальному туризмі. Звіти World Economic Forum, зокрема Travel & Tourism Development Index (2024), детально відображають цифрову готовність країн, рівень ІКТ-інфраструктури та інтеграцію інновацій у туристичну сферу, що слугує основою для оцінки міжнародної конкурентоспроможності [3–4].

У працях Н. Xia (2024) досліджується концепція «розумного туризму» (smart tourism), яка передбачає інтеграцію інформаційно-комунікаційних технологій у всі аспекти подорожі – від планування до пост-подорожнього досвіду. Вони вказують, що цифрові інструменти дозволяють створювати персоналізовані послуги та оптимізувати туристичні потоки, водночас зміцнюючи позиції країн на міжнародному ринку [5]. Важливим є також внесок M.R. González-Rodríguez, який аналізує взаємозв'язок між цифровою взаємодією, big data та стратегічним управлінням дестинаціями [6].

На регіональному рівні, європейські дослідження, зокрема в межах програм Horizon Europe, вивчають цифрову стійкість туристичного сектору та потенціал впровадження технологій штучного інтелекту, блокчейн-рішень і big data для посилення конкурентоспроможності [7–8]. Водночас праці азієцьких науковців таких як Н. Liu (2022) та Т. Murayama (2022), звертають увагу на досвід Південної Кореї, Японії, Сінгапуру, де розвиток цифрової інфраструктури супроводжується активною державною підтримкою інновацій у туризмі [9–10].

У науковому просторі аналіз е-туризму здебільшого зосереджується на загальних напрямках цифровізації туристичного бізнесу, розвитку електронних платформ та потребі у цифровій грамотності суб'єктів ринку. Зокрема, праці дослідників L. Okroshidze (2024) та V.E.P. Leon (2021) висвітлюють перспективи використання інтелектуальних технологій у туризмі, проблеми адаптації малого туристичного бізнесу до вимог цифрового ринку та інституційні бар'єри цифрової трансформації [11–12].

Разом з тим, варто зауважити, що комплексних досліджень, присвячених саме порівняльному аналізу міжнародної конкурентоспроможності держав у сфері е-туризму, поки що недостатньо. Більшість наукових публікацій зосереджуються на окремих аспектах: впровадженні технологій, змінах у поведінці туристів або цифровому маркетингу, що створює наукову нішу для подальших міждисциплінарних досліджень, які б дозволили оцінити стратегічні передумови формування конкурентних переваг держав у цифровому туристичному середовищі.

Мета статті – дослідити сучасні тенденції розвитку е-туризму в контексті глобальної цифрової

трансформації, визначити ключові чинники, які впливають на міжнародну конкурентоспроможність держав у цій сфері, а також обґрунтувати стратегічні підходи до посилення позицій країн на світовому ринку цифрових туристичних послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Розвиток е-туризму суттєво змінює механізми формування конкурентних переваг держав у сфері міжнародного туризму. У центрі трансформації опиняються цифрові платформи бронювання, сервіси персоналізованого планування подорожей, мобільні додатки з елементами доповненої реальності, а також системи аналізу великих даних (Big Data) для прогнозування поведінки туристів. Ефективне впровадження таких технологій дозволяє країнам не лише оптимізувати управління туристичними потоками, але й формувати нову якість туристичного продукту на глобальному ринку.

Комплексна оцінка міжнародної конкурентоспроможності в е-туризмі потребує урахування низки показників, серед яких ключову роль відіграють: рівень цифрової інфраструктури, індекс розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, доступність онлайн-сервісів, безпека цифрових транзакцій, підтримка інноваційної екосистеми та цифрова грамотність населення. У межах дослідження було проаналізовано досвід країн, що є лідерами у впровадженні цифрових технологій у туристичну сферу – зокрема Естонії, Сінгапуру, Іспанії та Південної Кореї. Дані країни вирізняються високим рівнем цифрової інфраструктури, активною інтеграцією ІКТ-рішень у туристичні послуги, а також ефективною державною політикою цифровізації. Водночас розглянуто приклад України як держави, що перебуває на етапі активного цифрового розвитку, демонструючи позитивну динаміку в цифровій трансформації туризму, попри наявні виклики.

За даними Travel & Tourism Development Index 2024 (WEF), серед лідерів за рівнем цифрової зрілості туристичного сектору виокремлюються держави, що цілеспрямовано інвестують у розвиток цифрових платформ і «розумної» туристичної інфраструктури. Так, Іспанія забезпечує повну цифровізацію державних сервісів у сфері туризму, Сінгапур впроваджує штучний інтелект для управління потоками відвідувачів, а Естонія застосовує блокчейн у системах верифікації туристичних послуг. Дані приклади демонструють, що поєднання технологічної інноваційності з інституційною підтримкою є критично важливим чинником підвищення конкурентоспроможності [4].

У протиріччя цьому, держави, які зіштовхуються з інституційною нестабільністю, браком цифрових навичок серед учасників туристичної екосистеми та нерозвиненою онлайн-інфраструктурою, не можуть

повною мірою реалізувати свій туристичний потенціал. Зокрема, для України основними бар'єрами залишаються фрагментарність цифрових сервісів, відсутність єдиної стратегії цифровізації туризму та низький рівень інтеграції малих туристичних підприємств у глобальні е-туристичні системи.

У цьому контексті перспективним підходом є формування національної стратегії цифрової конкурентоспроможності у туризмі, яка передбачає: розвиток цифрової інфраструктури на регіональному рівні; навчання кадрів у сфері е-туризму; стимулювання публічно-приватного партнерства в ІТ-інноваціях; просування країн через глобальні цифрові маркетингові канали.

Також важливим є впровадження інструментів моніторингу ефективності цифрових рішень, зокрема індексів цифрової готовності дестинацій, аналітики споживчого досвіду в онлайн-середовищі, оцінки екологічної ефективності цифрових практик. Наведені показники дозволяють оперативно реагувати на зміни у поведінці споживачів та адаптувати стратегічні підходи до управління туристичною сферою.

Аналіз цифрової конкурентоспроможності у сфері е-туризму свідчить про наявність суттєвих відмінностей між державами, які активно впроваджують інновації, та тими, що перебувають на етапі цифрового становлення. Найвищі позиції займає Сінгапур, який демонструє комплексний підхід до цифровізації туристичних послуг: високий ІКТ-індекс (91,3), значне проникнення цифрових платформ, а також повну інтеграцію сервісів, включно з онлайн-безпекою, big data та штучним інтелектом. Іспанія, яка посідає другу позицію в глобальному індексі розвитку туризму, також відзначається високими показниками у сфері цифрової доступності та онлайн-взаємодії з туристами [6; 13].

Південна Корея послідовно впроваджує цифрові технології у туристичну індустрію, включаючи елементи доповненої реальності, що створює додану цінність туристичного досвіду. Хоча рівень цифрової інфраструктури тут також високий, країна дещо поступається Сінгапуру за рівнем системної інтеграції цифрових рішень у державне управління туризмом.

Естонія демонструє стійкий прогрес завдяки державним цифровим порталам і розвинутій e-government-системі, що створює зручні умови для туристів. Проте рівень загальної інтеграції цифрових платформ у туристичні процеси залишається на середньому рівні, що певною мірою обмежує міжнародну туристичну конкурентоспроможність країни.

На цьому тлі Україна виглядає менш конкурентоспроможною: при загальному ІКТ-індексі 71,2, показник розвитку е-туризму становить лише 58,3, що

відображає фрагментарність цифрових ініціатив у галузі туризму. Обмежена інтеграція цифрових сервісів, відсутність системної підтримки малих туристичних підприємств у процесі цифровізації, а також низький рівень представленості країни в міжнародних е-туристичних каналах призводять до її 54-го місця в Travel & Tourism Development Index (2024). Наведені результати вказують на потребу в розробці цілісної національної стратегії розвитку цифрового туризму, яка дозволила б скоротити розрив із лідерами галузі [4; 14].

Впродовж 2020–2024 років встановлено стійке зростання індексу розвитку е-туризму в усіх розглянутих країнах. Найвищі значення протягом усього періоду фіксуються у Сінгапурі, який стабільно утримує лідерські позиції завдяки системному впровадженню цифрових рішень, таких як штучний інтелект, big data та автоматизація туристичних сервісів. Іспанія також демонструє високі темпи цифрової трансформації, що пов'язано з розвитком концепції «розумних» туристичних дестинацій та цифровізації публічних послуг у туризмі.

Південна Корея й Естонія посідають проміжні позиції, поступово скорочуючи розрив із лідерами. Південна Корея активно інтегрує новітні ІКТ у туристичну інфраструктуру, зокрема у сфері мобільних застосунків і віртуальної реальності. Естонія, відома як цифрова держава, з кожним роком посилює роль інновацій у туристичному управлінні, включаючи використання блокчейн-технологій для забезпечення прозорості послуг.

Україна демонструє позитивну динаміку, хоча й залишається на нижчих позиціях у порівнянні з країнами-лідерами. Індекс розвитку е-туризму зріс з 48,5 у 2020 році до 58,3 у 2024 році, що свідчить про поступове цифрове становлення галузі попри зовнішні виклики. Така тенденція свідчить про наявність потенціалу для подальшого зростання за умов посилення інституційної підтримки та інвестицій у цифрову інфраструктуру [15].

Схема, подана на рисунку 2, відображає поетапну модель формування міжнародної конкурентоспроможності держав у сфері е-туризму, де ключовим

Таблиця 1

Цифрова конкурентоспроможність у сфері е-туризму: порівняльна характеристика країн (2024)

Країна	Індекс розвитку ІКТ	Індекс розвитку е-туризму	Інтеграція цифрових платформ	Рівень цифрових сервісів для туристів	Місце у T&T Development Index
Сінгапур	91,3	88,5	Висока	Повна інтеграція	1
Іспанія	86,7	85,2	Висока	Високий рівень	2
Південна Корея	89,5	83,1	Висока	Сервіси доповненої реальності	4
Естонія	87,9	79,4	Середня	Державні цифрові портали	11
Україна	71,2	58,3	Низька	Обмежена інтеграція	54

Джерело: [4, 16]

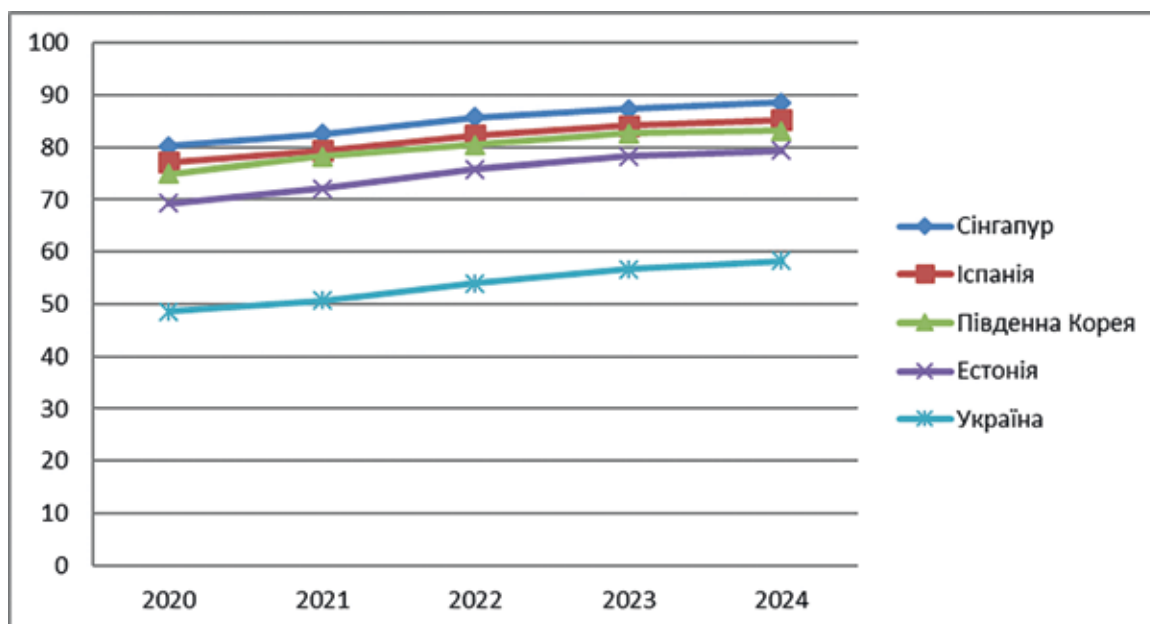


Рис. 1. Динаміка індексу розвитку е-туризму у 2020–2024 роках

Джерело: [3–4]

рушієм виступають глобальні цифрові тренди. Вони задають вектор розвитку туристичної сфери в умовах цифровізації, спонукаючи країни модернізувати інфраструктуру відповідно до нових технологічних вимог.

В основі моделі розташовано цифрову інфраструктуру держави – саме вона є первинною умовою ефективної цифрової трансформації туристичного сектору. Доступ до швидкісного інтернету, розвиток мобільного зв'язку п'ятого покоління (5G), хмарних технологій і цифрових баз даних створює технічні передумови для впровадження інновацій.

Наступним етапом є інтеграція сучасних цифрових рішень, таких як Інтернет речей (IoT), доповнена та віртуальна реальність (AR/VR), технології штучного інтелекту та Big Data. Саме ці інструменти забезпечують гнучкість, персоналізацію і масштабованість туристичних послуг. Однак їх ефективне впровадження неможливе без синергії між державним регулюванням, розвинутою системою цифрових туристичних сервісів та наявністю кадрів із відповідними цифровими компетентностями.

У моделі окреслено три ключові підсистеми, які відіграють роль активних провідників цифрової конкурентоспроможності: інституційна база та державна політика, електронні туристичні сервіси (платформи онлайн-бронювання, мобільні додатки, цифрові карти), а також рівень цифрової грамотності як серед персоналу туристичного сектору, так і серед користувачів послуг. Гармонійне поєднання

цих компонентів сприяє формуванню привабливого цифрового іміджу країни як туристичної дестинації.

На результативному рівні модель демонструє три взаємопов'язані ефекти. Перше – це зростання міжнародного іміджу держави як цифрово просунутої туристичної дестинації. Друге – активізація туристичних потоків через зручність, швидкість і прозорість онлайн-взаємодії. І третє – підвищення якості туристичних послуг, рівня довіри та задоволеності з боку споживача.

Фінальною метою функціонування цієї моделі є зміцнення міжнародної конкурентоспроможності держави у сфері цифрового туризму, що забезпечується системним управлінням цифровими трансформаціями, інституційною підтримкою та постійним оновленням цифрових інструментів у туризмі.

Міжнародна конкурентоспроможність у сфері цифрового туризму значною мірою залежить від рівня розвитку цифрової інфраструктури в країні. Для Сінгапуру характерний високий рівень цифрової інфраструктури і технологічних інновацій, що дозволяє країні швидко впроваджувати передові цифрові рішення у сфері туризму. Потужна інфраструктура мобільного інтернету, розвинені платформи онлайн-бронювання і активне використання штучного інтелекту дають Сінгапуру конкурентну перевагу. Також важливою є інтеграція державних і приватних туристичних сервісів у єдину цифрову екосистему, що робить досвід користувачів більш зручним і персоналізованим. Іспанія, будучи тради-

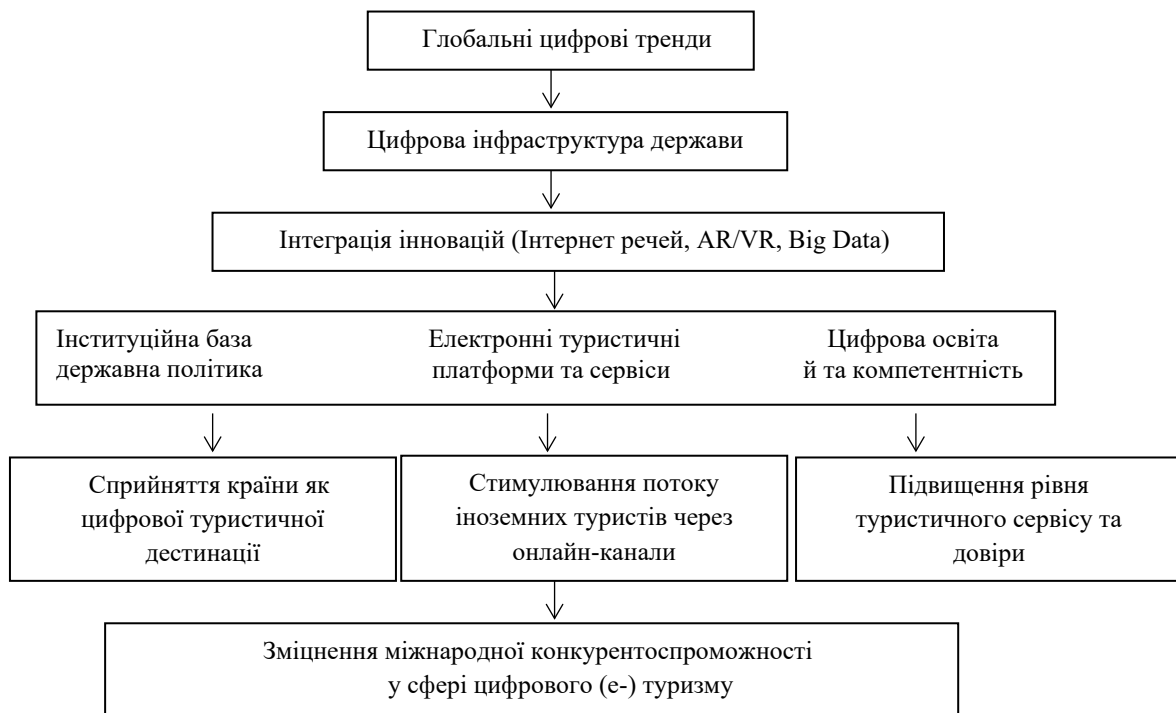


Рис. 2. Модель формування міжнародної конкурентоспроможності держав у сфері е-туризму

Джерело: сформовано автором

ційно привабливим туристичним напрямком, активно модернізує свою цифрову інфраструктуру і вдосконалює маркетингові стратегії. Завдяки широкому застосуванню цифрового маркетингу, соціальних мереж та підтримці інноваційних туристичних стартапів, Іспанія підтримує високу конкурентоспроможність, особливо у сегменті культурного та масового туризму.

Південна Корея демонструє сильні позиції у впровадженні технологій VR та AR для покращення віртуального досвіду туристів, а також активно використовує великі дані для прогнозування тенденцій і персоналізації послуг. Розвинена цифрова грамотність населення та бізнесу дозволяє їй швидко адаптуватися до змін і впроваджувати нові цифрові продукти. Естонія, як країна з високим рівнем цифровізації, пропонує ефективні державні електронні послуги, у тому числі у сфері туризму. Її регуляторне середовище сприяє безпеці та прозорості цифрових сервісів, а компактний розмір і цифрова інтеграція дозволяють створювати гнучкі туристичні рішення.

Україна наразі поступово розвиває свою цифрову інфраструктуру, що поки відстає від світових лідерів. Втім, зростання цифрової грамотності, розширення доступу до інтернету та ініціативи з підтримки стартапів створюють передумови для підвищення її конкурентоспроможності. Особливо важливою є розбудова інтегрованих туристичних платформ та поліпшення нормативно-правової бази щодо захисту даних і кібербезпеки.

Для посилення конкурентоспроможності на світовому ринку цифрових туристичних послуг Сінгапуру варто і надалі інвестувати у розвиток інноваційних технологій та підтримувати стартап-екосистему у сфері цифрового туризму. Пріоритетом є збереження високої якості цифрової інфраструктури і поглиблення інтеграції між різними

сегментами туристичного ринку для створення безшовного користувацького досвіду. Іспанії доцільно зосередитися на розширенні цифрового маркетингу та посиленні міжнародного просування туристичних продуктів, а також на підтримці розвитку «зелених» і культурних туристичних напрямків із застосуванням цифрових технологій.

Південна Корея повинна продовжувати розвивати впровадження VR/AR технологій і використовувати аналітику великих даних для підвищення персоналізації туристичних сервісів, а також підтримувати високий рівень цифрової освіти для подальшого інноваційного розвитку. Естонії варто акцентувати увагу на вдосконаленні державних цифрових послуг для туристів, розвитку безпеки даних і створенні сприятливих умов для малих та середніх підприємств у сфері цифрового туризму.

Для України головним завданням є пришвидшення розвитку цифрової інфраструктури, розбудова комплексних інтегрованих платформ, удосконалення законодавства в сфері кібербезпеки і захисту персональних даних, а також активна підтримка цифрової трансформації туристичного бізнесу. Важливо також посилити співпрацю з міжнародними партнерами і залучати інвестиції в інноваційні проекти.

Підсумовуючи, міжнародна конкурентоспроможність у сфері е-туризму значною мірою залежить від рівня цифрової інфраструктури, інноваційності та здатності держав інтегрувати сучасні технології у туристичні сервіси. Країни, які успішно поєднують розвиток цифрових екосистем, ефективне регулювання та активне використання цифрового маркетингу, здатні зміцнювати свої позиції на глобальному ринку. Водночас для держав із поступовим розвитком цифрової сфери, таких як Україна, важливо прискорити трансформацію, вдосконалити нормативно-правову базу та налагодити міжнарод-

Таблиця 2

Ключові чинники конкурентоспроможності та стратегічні підходи у сфері е-туризму

Країна	Ключові чинники конкурентоспроможності	Стратегічні підходи для посилення позицій
Сінгапур	Високий рівень цифрової інфраструктури; активне впровадження AI, Big Data; інтегровані туристичні платформи; сильна інноваційна екосистема	Інвестиції у технології; підтримка стартапів; поглиблення цифрової інтеграції сервісів
Іспанія	Розвинений цифровий маркетинг; модернізація інфраструктури; підтримка культурного туризму; активне залучення туристів через соцмережі	Розширення цифрового маркетингу; розвиток «зеленого» туризму; міжнародне просування
Південна Корея	Використання VR/AR технологій; аналітика великих даних; високий рівень цифрової грамотності; персоналізація послуг	Продовження розвитку VR/AR; підвищення цифрової освіти; розвиток аналітичних інструментів
Естонія	Розвинені державні цифрові послуги; прозорість і безпека цифрових сервісів; інтегровані системи управління туризмом	Вдосконалення електронних послуг; підвищення кібербезпеки; підтримка МСП у цифровому туризмі
Україна	Поступовий розвиток цифрової інфраструктури; зростання цифрової грамотності; ініціативи підтримки стартапів; потреба у нормативних змінах	Прискорення цифрової трансформації; розвиток інтегрованих платформ; посилення законодавства; міжнародна співпраця

Джерело: [3–4, 15–16]

не партнерство. Реалізація стратегічних підходів, адаптованих до національних особливостей, стане ключем до сталого зростання і зміцнення конкурентоспроможності в умовах глобальної цифрової трансформації туристичної галузі.

Висновки. Розвиток е-туризму суттєво трансформуватиме традиційні підходи до формування конкурентоспроможності держав у сфері міжнародного туризму. Цифрові технології стають не просто інструментом оптимізації туристичних процесів, а й визначальним чинником створення унікального туристичного продукту та залучення нових сегментів споживачів. Аналіз показує, що успішність держав у цій сфері значною мірою залежить від рівня розвитку цифрової інфраструктури, інтеграції інноваційних рішень, а також від інституційної підтримки і здатності за-

безпечити безпеку та доступність цифрових сервісів. Країни-лідери демонструють комплексний підхід, що поєднує технологічні інновації з продуманою державною політикою та ефективним маркетингом, тоді як держави, що тільки розвиваються у цифровому напрямі, стикаються із викликами, пов'язаними з фрагментарністю сервісів та недостатньою координацією. Для підвищення конкурентоспроможності на світовому ринку цифрових туристичних послуг необхідно зосередитись на розбудові національної стратегії цифрової трансформації, розвитку людського капіталу та активній міжнародній співпраці. Лише системний та послідовний розвиток усіх цих складових дозволить країнам ефективно адаптуватися до глобальних цифрових трендів та зміцнити свої позиції у туристичній індустрії.

Література:

1. Khelashvili I., Okroshidze L. Exploring the Tourism Competitiveness of a Destination: A Case Study of Georgia. *Sustainability* 2025, № 17, P. 33–42. DOI: <https://doi.org/10.3390/su17083342>
2. Hefny L.I. An overview of literature on destination competitiveness: A theoretical analysis of the travel and tourism competitiveness index. *Pharos Int. J. Tour. Hosp.* 2023, №2, P. 45–60.
3. UNWTO. 2023. Tourism and Digital Transformation: Key Insights. World Tourism Organization. URL: <https://www.unwto.org>
4. World Economic Forum. 2024. Travel & Tourism Development Index 2024: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. URL: <https://www.weforum.org/reports/travel-and-tourism-development-index-2024>
5. Xia H., Muskat B., Karl M., Li G., Law R. Destination competitiveness research over the past three decades: A computational literature review using topic modelling. *J. Travel Tour. Mark.* 2024, № 41, P.726–742.
6. González-Rodríguez M.R., Díaz-Fernández M.C., Pulido-Pavón N. Tourist destination competitiveness: An international approach through the travel and tourism competitiveness index. *Tour. Manag. Perspect.* 2023, № 47, P. 101–127
7. Kunst I., Ivandić N. The viability of the travel and tourism competitiveness index as a reliable measure of destination competitiveness: The case of the Mediterranean region. *Eur. J. Tour. Res.* 2021, № 27, 2704. URL: <https://ejtr.vumk.eu/index.php/about/article/view/2124>
8. Ekonomou G., Halkos G. Exploring the concept of tourism competitiveness across the OECD countries. *Curr. Issues Tour.* 2024, P. 1–20.
9. Liu H., Hasan M., Cui D., Yan J., Sun G. Evaluation of tourism competitiveness and mechanisms of spatial differentiation in Xinjiang, China. *PLoS ONE* 2022, № 17, e0263229.
10. Murayama T., Brown G., Hallak R., Matsuoka K. Tourism Destination Competitiveness: Analysis and Strategy of the Miyagi Zaō Mountains Area, Japan. *Sustainability* 2022, № 14, 9124.
11. Okroshidze L., Meyer D.F., Khelashvili I. An assessment of tourism competitiveness: A comparative analysis of Georgia and neighboring countries. *J. East. Eur. Cent. Asian Res.* 2024, №11, P. 377–393.
12. Leon V.E.P., Perez F., Rubio I.C., Guerrero F.M. An approach to the travel and tourism competitiveness index in the Caribbean region. *Int. J. Tour. Res.* 2021, №23, P. 346–362.
13. Атаманчук З.А. Розвиток міжнародного туризму в умовах пандемії COVID-19: тенденції та очікування. *Бізнес Інформ.* 2021. № 3. С. 56–62.
14. Щербакова Н.О. Оцінювання рівня конкурентоспроможності туристичної галузі країн світу. *Вісник КНЛУ. Серія Історія, економіка, філософія.* 2021. Випуск 26. С. 57–71. DOI: <http://doi.org/10.32589/2412>
15. Крупіца І.В., Євтушок О.В., Киричук В.Г. Світові тренди та перспективи розвитку туризму в Україні. *Економічний простір.* 2022. № 178. С. 24–30. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/178-4>
16. ICT Development Index 2024. URL: https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/idi2024/?utm_source=chatgpt.com

References:

1. Khelashvili I., Okroshidze L. (2025). Exploring the Tourism Competitiveness of a Destination: A Case Study of Georgia. *Sustainability*, № 17, P. 33–42. DOI: <https://doi.org/10.3390/su17083342>
2. Hefny L.I. (2023). An overview of literature on destination competitiveness: A theoretical analysis of the travel and tourism competitiveness index. *Pharos Int. J. Tour. Hosp.* №2, P. 45–60.
3. UNWTO. (2023). Tourism and Digital Transformation: Key Insights. World Tourism Organization. Available at: <https://www.unwto.org>

4. World Economic Forum. 2024. Travel & Tourism Development Index 2024: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. Available at: <https://www.weforum.org/reports/travel-and-tourism-development-index-2024>
5. Xia H., Muskat B., Karl M., Li G., Law R. (2024). Destination competitiveness research over the past three decades: A computational literature review using topic modelling. *J. Travel Tour. Mark.*, № 41, P.726–742.
6. González-Rodríguez M.R., Díaz-Fernández M.C., Pulido-Pavón N. (2023). Tourist destination competitiveness: An international approach through the travel and tourism competitiveness index. *Tour. Manag. Perspect.* № 47, P. 101–127
7. Kunst I., Ivandić N. (2021). The viability of the travel and tourism competitiveness index as a reliable measure of destination competitiveness: The case of the Mediterranean region. *Eur. J. Tour. Res.* № 27, 2704. Available at: <https://ejtr.vumk.eu/index.php/about/article/view/2124>
8. Ekonomou G., Halkos G. (2024). Exploring the concept of tourism competitiveness across the OECD countries. *Curr. Issues Tour.* № P. 1–20.
9. Liu H., Hasan M., Cui D., Yan J., Sun G. (2022). Evaluation of tourism competitiveness and mechanisms of spatial differentiation in Xinjiang, China. *PLoS ONE*, № 17, e0263229.
10. Murayama T., Brown G., Hallak R., Matsuoka K. (2022). Tourism Destination Competitiveness: Analysis and Strategy of the Miyagi Zaō Mountains Area, Japan. *Sustainability*, № 14, 9124.
11. Okroshidze L., Meyer D.F., Khelashvili I. (2024). An assessment of tourism competitiveness: A comparative analysis of Georgia and neighboring countries. *J. East. Eur. Cent. Asian Res.* №11, P. 377–393.
12. Leon V.E.P., Perez F., Rubio I.C., Guerrero F.M. (2021). An approach to the travel and tourism competitiveness index in the Caribbean region. *Int. J. Tour. Res.* №23, P. 346–362.
13. Atamanchuk Z.A. (2021). Development of international tourism in the context of the COVID-19 pandemic: trends and expectations. *Business Inform.* No. 3. P. 56–62.
14. Shcherbakova N.O. Assessing the level of competitiveness of the tourism industry of the world. *Bulletin of the KNU. Series History, Economics, Philosophy.* 2021. Issue 26. P. 57–71. DOI: <http://doi.org/10.32589/2412-9321.26.2021.269895>
15. Krupitsa I.V., Yevtushok O.V., Kyrychuk V.G. World trends and prospects for tourism development in Ukraine. *Economic Space.* 2022. No. 178. P. 24–30. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/178-4>
16. ICT Development Index 2024. Available at: https://tu.int/itu-d/reports/statistics/idi2024/?utm_source=chatgpt.com

Стаття надійшла до редакції 08.08.2025 р.