

**МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В РЕГІОНАХ**

*Анотація*

Здійснено дослідження традиційних та нових факторів конкурентоспроможності залежно від прийнятих концепцій регіонального розвитку. Зазначено, що такий підхід дозволить формувати конкурентну перевагу туристичного регіону в довготривалій перспективі шляхом побудови нового регіонального людського капіталу, інформаційної інфраструктури, інституційних умов та системи інновацій. У зв'язку з цим запропоновано модель дослідження факторів конкурентоспроможності регіонального туристичного сектора, що базується на знаннях. Об'єктну структуру даної моделі сформували регіональні об'єкти, які виробляють туристичні продукти: туристичні підприємства, адміністративні одиниці самоврядування, бізнес-середовище та місцева спільнота. Фактори конкурентоспроможності згруповано з огляду на джерело зміни конкуренції на внутрішні та зовнішні. Мірою ефективності зовнішніх факторів визначено рівень інерції місцевих органів самоврядування та бізнес-середовище, а внутрішніх факторів – рівень компетентності малих та середніх туристичних підприємств.

Ключові слова: фактори конкурентоспроможності, регіональний розвиток, туристичний сектор, управління знаннями, інновації, інформаційні технології.

**Л.И. Дмитришин, д.э.н., Т.Д. Павлюк,**

Прикарпатский национальный университет им. В. Стефаника,  
г. Ивано-Франковск

**МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ФАКТОРОВ  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В РЕГИОНАХ**

*Аннотация*

Осуществлено исследование традиционных и новых факторов конкурентоспособности в зависимости от принятых концепций регионального развития. Отмечено, что такой подход позволит формировать конкурентное преимущество туристического региона в долговременной перспективе путем построения нового регионального человеческого капитала, информационной инфраструктуры, институциональных условий и системы инноваций. В связи с этим предложена модель исследования факторов конкурентоспособности регионального туристического сектора, базирующаяся на знаниях. Объектную структуру данной модели сформировали региональные объекты, которые производят туристические продукты: туристические предприятия, административные единицы самоуправления, бизнес-среда и местное сообщество. Факторы конкурентоспособности сгруппированы, учитывая источник изменения конкуренции, на внутренние и внешние. Мерой эффективности внешних факторов определен уровень инерции местных органов самоуправления и бизнес-среду, а внутренних факторов – уровень компетентности малых и средних туристических предприятий.

Ключевые слова: факторы конкурентоспособности, региональное развитие, туристический сектор, управление знаниями, инновации, информационные технологии.

**Постановка проблеми.** У сучасних глобалізаційних умовах при формуванні туристичної конкурентоспроможності регіонів або їх туристичної привабливості актуальними чинниками, окрім традиційних складових туристичного потенціалу, повинні бути унікальні, неповторні фактори, на основі яких будується конкурентна позиція на глобальному туристичному ринку. У сучасному розумінні регіонів джерелами таких факторів є загальні постулати побудови туристичної економіки, що базується на інформації. Концепція «туристичного регіону, який навчається» охоплює людський капітал, інформаційну інфраструктуру, інституційні умови та систему інновацій у сфері регіонального туризму.

Порівняння традиційних та унікальних факторів конкурентоспроможності залежить від прийнятих концепцій регіонального та місцевого розвитку. Зокрема, при використанні парадигми регіонального та місцевого розвитку туризму, яка базується на туристичних цінностях та ресурсах, враховуються насамперед так звані концепції розвитку, побудовані на теоріях локалізації [1]. Відмінністю такої парадигми, застосованої в процесі актуалізації стратегії розвитку регіонів, є власне врахування нових факторів туристичної економіки, яка базується на інформації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** На сьогодні проблему конкуренції значною мірою опрацьовано в економічній науці, зокрема щодо бізнес-сектора та економічних систем; вона активно досліджується у природничих, соціальних і філософських науках. З розвитком економічної думки внутрішній зміст та форми прояву конкуренції змінювалися, а сама категорія наповнювалась та розросталася, зокрема, починає обговорюватись поняття конкуренції територіальних устроїв, що зумовлено розвитком процесів глобалізації, регіоналізації та локалізації [2-3]. Останнім часом такого роду дослідженнями займаються і українські науковці [4-6]. Водночас досі дослідження конкуренції регіонів та їх ролі в управлінні туризмом носить описовий характер, відсутнє комплексне чітке уявлення про фактори конкурентоспроможності, доміанти їх виникнення в умовах глобалізації та потенціал розвитку. Саме ці питання і є предметом подальшого розгляду.

**Формулювання цілей.** Метою даного дослідження є визначення традиційних та новітніх факторів конкурентоспроможності туристичного бізнесу з позицій його просторової (регіональної) та організаційної інтерпретації. Складність в однозначному трактуванні факторів конкурентоспроможності туристичних регіонів виникає з необхідності врахування міждисциплінарних підходів. Це не означає абстрагування від традиційних складових туристичного продукту регіону, що формують його конкурентний туристичний потенціал. Традиційними серед них є: привабливість та розташування туристичного регіону, його інфраструктура та

послуги, доступність, ціновий фактор [7]. Прийняття нової концепції дозволяє по-іншому поглянути на ці складові – з точки зору відповіді на питання: як формувати конкурентну перевагу туристичного регіону довготривалої перспективи шляхом побудови нового регіонального людського капіталу, інформаційної інфраструктури, інституційних умов та системи інновацій?

**Виклад основного матеріалу.** Туристичній економіці України з часів її незалежності притаманний певний практично незмінний набір характеристик:

- домінування в даному секторі малих та середніх туристичних підприємств (МСП);
- наявність слабкого взаємозв'язку між зростанням і розвитком регіональних МСП та підтримкою місцевими урядовими організаціями;
- самостійний розвиток приватного туристичного підприємництва;
- національна специфіка туристичного підприємництва;
- висока частка застарілої матеріально-технічної туристичної бази.

Конкурентний потенціал малих та середніх туристичних підприємств формується значною мірою через місцеві особливості. При цьому підприємства змушені конкурувати на глобальному туристичному рівні. В особливих умовах є конкурентна ситуація великих та дуже великих туристичних компаній, ринкова та фінансова сила яких робить можливим побудову потенціалу, незважаючи на місцеві обмеження.

Запровадження нового етапу дослідження факторів конкурентоспроможності МСП спричинене ще й через переконання про те, що останнім часом відбулось багато змін як у сфері організаційно-фінансової підтримки, так і в можливості активізації регіональних одиниць самоврядування, зокрема, у створенні місцевого потенціалу знань. Таким чином, пропонується модель дослідження факторів конкурентоспроможності регіонального туристичного сектора, базовану на знаннях, логічна схема якої наведена на рис. 1.

Об'єктну структуру запропонованої моделі формують усі об'єкти, які здійснюють або забезпечують здійснення туристичної діяльності в регіоні, тобто туристичні підприємства, адміністративні одиниці самоврядування та уряду, об'єкти бізнес-середовища та власне місцева спільнота. МСП є економічним фундаментом туристичного сектора, а водночас і базовим елементом моделі. Причому поодинокі ізольовані туристичні підприємства та об'єкти середовища не впливають на її ефективність, а є лише частиною синергетичного ефекту спільної діяльності усіх вищеперерахованих об'єктів, що беруть участь у виробництві туристичних продуктів і базуються на місцевому потенціалі знань.

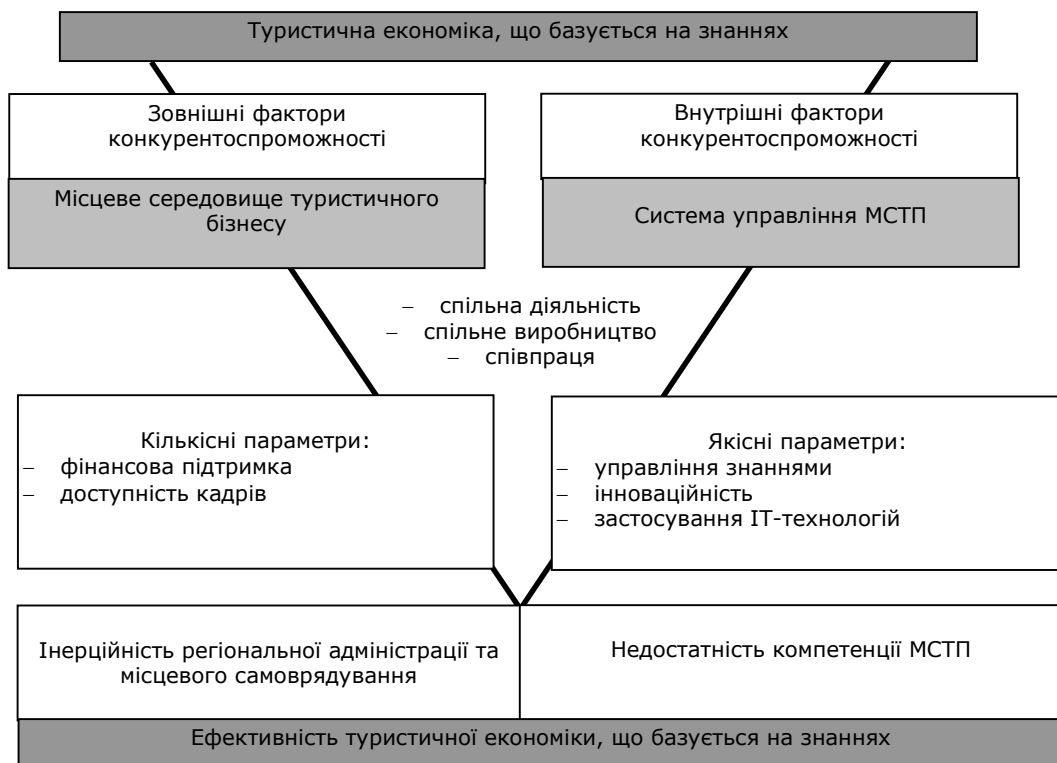


Рис. 1. Модель дослідження факторів конкурентоспроможності регіонального туристичного сектору, що базується на знаннях\*

\*Джерело: власна розробка

Фактори конкурентоспроможності МСП згруповано з огляду на джерело зростання/зменшення конкуренції, тобто внутрішні та зовнішні важелі зміни конкуренції. Зовнішні фактори, до яких належить якість умов ведення місцевого туристичного бізнесу, становлять зовнішні важелі зростання/зменшення МСП. Внутрішні фактори – конкурентний потенціал, який формується в рамках самих об'єктів як систем управління, – становлять внутрішні важелі зростання/зменшення конкурентоспроможності МСП.

У традиційних дослідженнях конкурентоспроможності підприємств враховується їхнє макроекономічне та міжнародне (глобальне) середовище [2; 4]. Перше враховує особливості здійснення економічної діяльності в умовах даної країни, друге – особливості ведення бізнесу та решту чинників в інших країнах.

У даному дослідженні підприємництва в туристичній економіці, яка базується на знаннях, прийнято тільки один вимір зовнішнього середовища, а саме мезосередовище – регіональне. Відсутність врахування

макроекономічного (державного) та міжнародного (глобального) виміру пояснюється аксіологічною специфікою туристичної економіки, що базується на знаннях. Загальновідомо, що з огляду на «неперенесеність туристичних вигод, експорт відбувається на місці виробництва продуктів» [8]. Отже, експорт туристичних послуг, наданих МСТП, відбувається на місці їх виробництва, тобто у визначених регіонах, якщо йдеться про іноземних туристів. У випадку туристичних агенцій експортом є діяльність, що стосується «в'їзного» туризму. У випадку готелів та ресторанного бізнесу експортом є надання іноземним туристам їхніх послуг.

Мірою ефективності зовнішніх факторів є рівень інерції (неузгодженості, пасивності) об'єктів зовнішнього середовища, з множини яких виділено регіональні одиниці самоврядування, а також бізнес-середовище. Натомість мірою ефективності внутрішніх факторів є рівень компетентності МСТП.

Враховуючи специфіку управління МСТП та імператив їх спільної діяльності у сфері виробництва туристичних продуктів, що базуються на місцевому потенціалі знань, з регіональними одиницями самоврядування, а також бізнес-середовищем, сформовано сукупність факторів підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств:

- активність регіонального самоврядування у сфері створення умов для розвитку туристичних підприємств на території регіону;
- активність бізнес-середовища у сфері створення умов для розвитку туристичних підприємств;
- співпраця економічних об'єктів, регіонального самоврядування та місцевої спільноти на користь розвитку туризму;
- співпраця з конкурентами у напрямі реалізації спільних галузевих цілей;
- можливість співпраці туристичних підприємств з постачальниками на взаємній довірі;
- доступність на місцевому ринку кваліфікованих, компетентних робочих кадрів;
- зрозумілість, прозорість та впорядкування важливої інформації підприємств про конкурентів, клієнтів та саме підприємство;
- доступність державного фінансування для туристичних підприємств;
- своєчасність та якість отриманої на ринку інформації про джерела отримання зовнішнього капіталу;
- використання фірмової інтернет-сторінки;
- участь зовнішнього капіталу у фінансуванні туристичних підприємств;

- підтримка інформаційними системами таких зовнішніх сфер діяльності туристичного підприємства, як побудова стосунків з клієнтами, постачальниками та ін., комунікації, ринкові трансакції тощо;
- підтримка інформаційними системами таких внутрішніх завдань туристичного підприємства, як автоматизація діяльності, вдосконалення процесів та структур, прийняття рішень, управління знаннями;
- використання інформаційних технологій (Інтернет, пошта, блоги, комунікатори, суспільні портали, системи бронювання, дискусійні форуми, спорядження *e-commerce* тощо), що сприятимуть отриманню із зовнішнього середовища та використанню інновацій на підприємстві.

Прийнято вважати, що у випадку оцінки зовнішніх факторів вимірниками є інерція об'єктів зовнішнього середовища у сфері: спільної діяльності, спільного виробництва та співпраці, доступу до кваліфікованих, компетентних кадрів та до джерел зовнішнього фінансування. Натомість вимірниками внутрішніх факторів конкурентоспроможності є рівень компетентності МСТП у сфері: управління знаннями, інноваційності та застосування інформаційних технологій [9-11]. В результаті список факторів конкурентоспроможності поділено на 8 груп – 5 зовнішніх та 3 внутрішні (табл. 1).

Таблиця 1

**Класифікація факторів конкурентоспроможності туристичного підприємства\***

Сфера важелів конкурентоспроможності	Субпростір важелів конкурентоспроможності
Зовнішні	спільна діяльність
	спільне виробництво
	співпраця
	доступ до зовнішніх фінансових джерел
	доступність кваліфікованих, компетентних кадрів
Внутрішні	управління інформацією
	інноваційність
	застосування ІТ

*\*Джерело: власна розробка*

**Висновки і перспективи подальших розвідок у даному напрямку.** З метою комплексного дослідження факторів конкурентоспроможності, домінант їх виникнення в умовах глобалізації та визначення потенціалу розвитку регіонального туристичного сектору розроблено відповідну модель, основною відмінністю якої від уже існуючих є врахування в ній не тільки традиційних детермінант (належне фінансування, компетентність кадрів, ефективна маркетингова політика), а також чинників, що враховують управління знаннями, інноваційність та застосування інформаційних технологій. Подальші перспективи дослідження полягають у кількісній інтерпретації запропонованої моделі засобами статистичного та експертного аналізу.

**Список використаних джерел:**

1. Благун І. С. Аналіз підходів до формування концепцій регіонального розвитку / І. С. Благун, Л. І. Дмитришин, І. М. Романків // Вісник Прикарпатського університету. Серія «Економіка». – Івано-Франківськ : Плай, 2012. – Вип. 9. – С. 130–134.
2. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. – М. : Международные отношения, 1993. – 780 с.
3. Batey P.W.J., Friedrich P. (Ed.) 2000. Regional Competition, Springer. Available at: <http://link.springer.com/book/10.1007/978-3-662-04234-2>.
4. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації / Л. Л. Антонюк. – К. : КНЕУ, 2004. – 276 с.
5. Благун І. С. Просторова інтерпретація потенціалу регіональної конкурентоспроможності на основі гравітаційної моделі / І. С. Благун, Л. І. Дмитришин, А. В. Кацедан // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 8 (158). – С. 411–418.
6. Дегтярьова І. О. Регіональна конкуренція: сутність, еволюційна зумовленість і тенденції розвитку / І. О. Дегтярьова // Актуальні проблеми державного управління. – 2011. – № 2 (40). – С. 30–36.
7. Doolin B., Burgess L., Cooper J. (2002). Evaluating the use of the Web for tourism marketing: a case study from New Zealand. *Tourism Management*, vol. 23.
8. Buhalis D. (2003). *Tourism: Information technology for strategic tourism management*. Financial Times, Prentice-Hall, Pearson.
9. Иванова Н. И. Национальные инновационные системы как механизм саморазвития [Электронный ресурс] / Н. И. Иванова. – Режим доступа: [http://www.chelt.ru/2004/5-04/ivanova\\_5-04.html](http://www.chelt.ru/2004/5-04/ivanova_5-04.html)
10. Asheim B., Gertler M. (2004). Understanding regional innovation systems. In Jan Fagerberg, David Mowery and Richard Nelson. *Handbook of Innovation*. Oxford University Press, Oxford.
11. Edquist Ch. (1997). *Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations*. Printer, London.

**Lesia I. Dmytryshyn**, Doctor of Economic Sciences, **Tetiana D. Pavljuk**,  
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Ivano-Frankivsk

**METHODICAL FOUNDATIONS OF COMPETITIVENESS FACTORS  
OF TOURIST BUSINESS IN REGIONS RESEARCH**

*Annotation*

A study of traditional and new competitiveness factors, depending on the adopted regional development concepts are carried out. It was noted that this approach will generate a competitive advantage of tourism in the region in the long term by building a new regional human capital, information infrastructure, institutional conditions and system innovation. In this regard, we propose a model study of factors of competitiveness of the regional tourism sector, based on knowledge. Object structure of the model was formed by regional facilities that produce tourism products: tourism enterprises, administrative units of government, the business environment and the local community. Factors of competitiveness are grouped considering the change of competition source at internal and external. Measure of the effectiveness of external factors determined the level of inertia of the local authorities and the business environment and internal factors - the level of competence of small and medium-sized tourism enterprises.

Keywords: factors of competitiveness, regional development, the tourism sector, knowledge management, innovation, information technologies.

**References:**

1. Blahun, I.S., Dmytryshyn, L.I., Romankiv, I.M. (2012). Approaches to the Conceptualization of Regional Development. *Visnyk Prykarpats'koho universytetu. Seriya "Ekonomika"* [News of Precarpathian University. Seriya "Economics"], vol. 9, pp. 130–134 (in Ukr.).
2. Porter, M. (1993). *Mezhdunarodnaia konkurentsiya* [International competition]. Moskva, 780 p. (in Russ.).
3. In Batey, P.W.J., Friedrich, P. (Ed.) (2000). *Regional Competition*, Springer. Available at: <http://link.springer.com/book/10.1007/978-3-662-04234-2>. (Accessed 29 September 2014).
4. Antoniuk, L.L. (2004). *Mizhnarodna konkurentospromozhnist' krain: teoriia ta mekhanizm realizatsii* [International competitiveness: theory and implementation mechanism]. KNEU, Kyiv, 276 p. (in Ukr.).
5. Blahun, I.S., Dmytryshyn, L.I., Katsedan, A.V. (2014). Spatial interpretation of potential regional competitiveness based on the gravity model. *Aktual'ni problemy ekonomiky* [Actual Problems of Economics], vol. 8 (158), pp. 411–418 (in Ukr.).
6. Dehtiar'ova, I.O. (2011). Regional competition: the nature, evolution and trends of conditionality. *Aktual'ni problemy derzhavnoho upravlinnia* [Actual problems of governance], vol. 2 (40), pp. 30–36 (in Ukr.).
7. Doolin, B., Burgess, L., Cooper, J. (2002). Evaluating the use of the Web for tourism marketing: a case study from New Zealand. *Tourism Management*, vol. 23, pp. 23–30.
8. Buhalis, D. (2003). Tourism: Information technology for strategic tourism management. *Financial Times*, Prentice-Hall, Pearson.
9. Yvanova, N.Y. (2004). *National innovation system as a mechanism of self*. Available at: [http://vvv.chelt.ru/2004/5-04/ivanova\\_5-04.html](http://vvv.chelt.ru/2004/5-04/ivanova_5-04.html) (Accessed 29 September 2014) (in Russ.).
10. Asheim, B., Gertler, M. (2004). *Understanding regional innovation systems*. In Yan Fagerberg, David Moverly and Richard Nelson. Handbook of Innovation, Okhford University Press, Okhford.
11. Edkuist, Ch. (1997). *Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations*. Printer, London.



УДК 332.1 : 338.4

**А.В. Кругляно, к.е.н.,**

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,  
м. Чернівці

**ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ  
У КРИЗОВИЙ ПЕРІОД**

*Анотація*

Розглядаються питання економічного розвитку Чернівецької області у період кризи. Визначено, що необхідною передумовою формування і вибору пріоритетів розвитку є моніторинг поточного стану економіки регіону, а також пошук найбільш важливих проблем та перешкод, що стримують цей розвиток, та передумов для подальшого соціально-економічного розвитку регіону.

Метою будь-якої стратегії розвитку регіону є забезпечення його сталого соціально-економічного розвитку. Ключовим елементом стратегії має стати дослідження передумов розвитку, на основі яких доцільно обирати стратегічні пріоритети розвитку. Дослідження варто проводити за ключовими індикаторами, такими як валовий регіональний продукт, валовий