

Науковий дискурс дефініції конкурентоспроможності туристичного бізнесу в регіоні

Визначено основні підходи до сутнісного розуміння конкурентоспроможності на регіональному рівні. Сформульовано авторську дефініцію конкурентоспроможності туристичного бізнесу в регіоні. Виділено основні переваги якісної оцінки конкурентоспроможності туристичного бізнесу в регіоні для місцевих органів державної влади, суб'єктів туристичного бізнесу та туристів як споживачів туристичних послуг.

Ключові слова: конкурентоспроможність, туристичний бізнес, регіон, оцінка конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність є досить потужною та сформованою категорією, яка розглядається у різних сферах і на різних рівнях. Разом з тим, існують значні прогалини в методологічному забезпеченні, особливо що стосується методичних підходів до її розрахунку як інтегрованого показника з прив'язкою до конкретного регіону. Багато вчених звертається до питання конкурентоспроможності та пропонує авторські методики її розрахунку, які, на жаль, не отримують офіційного підкріплення та залишаються декларативними науковими розробками. Тому в даному контексті дуже важливо консолідувати зусилля науковців і практиків з вагомою ресурсною підтримкою відповідних державних структур, що володіють повноваженнями в цій сфері, та розробити єдину методику оцінки конкурентоспроможності туристичного бізнесу в межах визначеної територіальної суспільної системи (регіону), результати якої б дозволяли прослідковувати тенденційні закономірності та проводити міжтериторіальні порівняння.

Окремі аспекти дослідження конкурентоспроможності в туризмі знаходимо у працях таких вітчизняних вчених, як І. Валентюк, С. Гаврилук, А. Гайдук, О. Гулич, В. Кифяк, О. Любіцева, І. Сидоренко, І. Черніна, І. Школа, О. Шаптала та ін. Серед вчених, які здійснювали дослідження за напрямом визначення конкурентоспроможності регіону, варто відзначити В. Безуглу, І. Брикову, Н. Буняк, М. Долішнього, О. Дьоміна, Н. Жилияєву, Л. Ковальську, О. Носирєва, Т. Праченко та ін. Разом з тим, комплексно розроблених методологічних підходів до оцінки конкурентоспроможності туристичного бізнесу в регіоні як суто комерційної сфери туристичної діяльності практично немає.

Мета статті полягає у визначенні основних теоретичних підходів щодо розгляду сутності конкурентоспроможності туристичного бізнесу в регіоні. У даному контексті важливо:

- обґрунтувати фундаментальність і стратегічність досліджень конкурентоспроможності на регіональному рівні;
- сформулювати дефініцію конкурентоспроможності туристичного бізнесу в регіоні;
- виділити основні переваги якісної оцінки конкурентоспроможності туристичного бізнесу в регіоні для місцевих органів державної влади, суб'єктів туристичного бізнесу та туристів як споживачів туристичних послуг.

Конкурентоспроможність туристичного бізнесу вже тривалий час залишається відкритим для України питанням. Ще у Державній програмі розвитку туризму на 2002-2010 рр. основною метою було визначено створення конкурентоспроможного на міжнародному ринку національного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечення на цій основі комплексного розвитку регіонів за умови збереження екологічної рівноваги та культурної спадщини [1]. Метою Стратегії розвитку туризму і курортів задекларовано необхідність формування конкурентоспроможного на внутрішньому та світовому ринках національного туристичного продукту на основі раціонального використання туристичних ресурсів, збереження навколишнього природного середовища та відродження національної культурної спадщини, сприяння розвитку туризму і курортів [2]. Незважаючи на це, місця України у всесвітньовідомих рейтингах, враховуючи її величезний туристичний потенціал, вимагають бути кращими. Так, згідно з рейтингом конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму (ТТСІ) Всесвітнього економічного форуму Україна в 2011 р. посіла лише 85 місце зі 139 країн (у 2009 р. – 77 місце) [3]. За таких тенденцій не слід відразу говорити про неефективність органів державної влади щодо підвищення туристичної привабливої країни чи її бізнес-середовища. Насправді тут немало роль відіграє також активна позиція інших країн, які докладають значних зусиль щодо зростання показників туристичної галузі, серед яких вагому групу становлять індикатори бізнес-середовища та інфраструктури, де суб'єкти туристичного бізнесу виступають активними учасниками.

Поряд з рейтингами конкурентоспроможності туристичної галузі на макрорівні існує безліч інших рейтингів, серед яких щодо визначення методологічних підходів оцінки конкурентоспроможності туристичного бізнесу важливу нішу займають рейтинги якості туристичних послуг, зокрема [4, с. 159]: нагорода туристичних агенцій Німеччини DRV-Umweltpreis; нагорода британських авіаліній British Airways Tourism for Tomorrow Award; нагорода ЄС Preis für Tourismus und Umwelt; нагорода за найкращу Інтернет-сторінку туристичного регіону Німецького Туристичного Союзу (DTV) (de.stination) та інші.

Важливо, щоб в Україні також здійснювалися відповідні рейтингові оцінки, які б підтримувалися Міністерством інфраструктури України та поширювалися у засобах масової інформації. Певні кроки в цьому напрямі вже здійснено, проте вони мають дуже вузькоспеціалізоване спрямування.

Для визначення суті конкурентоспроможності туристичного бізнесу в регіоні доцільно провести огляд літературних джерел щодо розуміння цієї категорії. Варто відзначити, що дослідження конкурентоспроможності викликає значний науковий інтерес, особливо що стосується окремих видів економічної діяльності (промисловості, сільського господарства, сфери послуг тощо) або ж у просторовому вимірі (промислових агломерацій, прикордонних територій, регіонів у мезовимірі тощо).

Усе більше вітчизняних науковців звертаються у своїх дослідженнях до питання формування конкурентоспроможності регіону за різними сферами його економіки. У результаті сформувалася самостійна категорія конкурентоспроможності регіону, під якою найчастіше розуміють здатність кожної регіональної системи до управління своїми конкурентними перевагами, раціонального й

ефективного розміщення продуктивних сил. Усе це робиться з метою забезпечення стійкого фінансового та економічного розвитку, одержання максимальної вигоди, задоволення об'єктивних і суб'єктивних потреб на умовах самостійності та самофінансування [5, с. 64]. Загалом вчені конкурентоспроможність регіону найчастіше розглядають у контексті її здатності до самостійності, самофінансування, оптимального використання ресурсів, можливостей, конкурентних переваг, готовності, забезпечення добробуту свого населення тощо [5, с. 64; 6, с. 11; 7, с. 6; 8; 9; 10, с. 11].

У світлі наукових напрацювань вітчизняних науковців конкурентоспроможність туристичного бізнесу в регіоні необхідно розглядати під дещо іншим кутом зору. Важливо враховувати його функціональну спрямованість із забезпеченням збалансованого розвитку регіону (недопущення «поглинання» соціоорієнтованих (неекономічних) цілей економічними) та оптимального використання потенціалу відповідних суб'єктів.

Виходячи з цих положень, *конкурентоспроможність туристичного бізнесу в регіоні* розглядаємо як здатність суб'єктів, що тут розташовані, ефективно використовувати свій потенціал, спрямований на успішний комерційний результат, при дотриманні умов збалансованого розвитку регіону, що може бути виражена в кількісно-якісній оцінці.

У поданому визначенні дуже важливим є положення, що конкурентоспроможність як здатність повинна бути виражена у відповідній кількісно-якісній оцінці з результуючим показником. За інших умов розгляд конкурентоспроможності є нелогічним, оскільки загальні теоретичні постулати, які не підкріплюються реальними розрахунками, не відзначаються прикладною цінністю.

Одним із підходів до регулювання категорії конкурентоспроможності туристичного бізнесу є його *забезпечення*. Забезпечення означає постійне коригування кількісно-якісних характеристик з орієнтацією на еталонні параметри, які час від часу переглядаються і встановлюються залежно від змін зовнішнього середовища регіону. Для прикладу, якщо макроекономічна ситуація покращується – це створює передумови для нарощування конкурентоспроможності бізнесу в різних галузях, у тому числі і в туристичній.

Розуміючи сутність конкурентоспроможності туристичного бізнесу та його забезпечення, ставимо питання: для чого взагалі визначати цей показник? Насправді це дуже важливий іміджевий інструмент регіональної промоції, адже рейтинги часто слугують і для споживачів, і для потенційних ділових партнерів вагомим джерелом інформації, що схиляє на користь споживання-співпраці. Окрім того, позитивна рейтингова оцінка суттєво впливає на інвестиційну привабливість регіону. При детальнішому розгляді змін рейтингових позицій за показниками конкурентоспроможності можна простежити сильні та слабкі сторони в діяльності суб'єктів туристичного бізнесу. Загалом перелік переваг від оцінки конкурентоспроможності туристичного бізнесу в регіоні, якщо така є позитивною, є надзвичайно широким, найважливіші з яких наведені в табл. 1. Особливу групу з них становлять екогомологічні переваги, які ми сформулювали на базі розробок проф. С. Злупка [11, с. 571-675]. Власне саме ця група переваг підкреслює наші твердження про обов'язковість врахування при визначенні конкурентоспроможності туристичного бізнесу умов збалансованого розвитку регіону або так званого сталого туризму, що є таким напрямом його розвитку,

Таблиця 1

Переваги позитивної оцінки конкурентоспроможності туристичного бізнесу в регіоні*

Група переваг	Для місцевих органів державної влади	Для суб'єктів туристичного бізнесу	Для туристів (потенційних і реальних)
Іміджеві	Підвищення іміджу регіону зі сприятливим бізнес-середовищем, у тому числі для інвестування	Підвищення іміджу суб'єкта як надійного і стабільного, в тому числі для активізації співпраці з потужними інвесторами	Самоствердження від споживання туристичної послуги з високим іміджевим статусом, легший вибір місця відпочинку
Комерційні	Зростання податкових платежів у місцеві бюджети, відрахувань у фонди соціального страхування через збільшення кількості зайнятих у туристичному бізнесі	Зростання прибутковості, можливість більше вкладати з прибутку, що залишається після сплати податків у розвиток бізнесу	Одержання за відповідну ціну туристичної послуги високої якості
Управлінські	Визначення сильних і слабких сторін у розрізі параметрів конкурентоспроможності з метою їх регулювання	Визначення сильних і слабких сторін у розрізі параметрів конкурентоспроможності з метою локального їх регулювання	Можливість правильного вибору через поінформованість про туристичну послугу, її переваги і недоліки
Стратегічні	Визначення стратегічних орієнтирів створення сприятливих умов для розвитку туристичного бізнесу в регіоні	Визначення стратегічних орієнтирів подальшого розвитку бізнесу, покращення окремих параметрів діяльності, в тому числі в розрізі асортиментних груп туристичних послуг	На основі формування потреби в споживанні відповідної туристичної послуги планування подальшого відпочинку
Соціальні	Зростання показників економічної активності населення через зростання зайнятості в туристичному бізнесі, підвищення показників здоров'я нації через стимулювання рекреації та відпочинку	Забезпечення розвитку персоналу та реалізація різних проектів, що відповідають концепції соціальної відповідальності бізнесу	Рекреація, психофізіологічне відновлення при споживанні туристичної послуги високої якості
Екологологічні	Оптимальне, збалансоване використання туристичних ресурсів, що формують природно-ресурсне багатство нації	Оптимальне використання ресурсного потенціалу суб'єкта із забезпеченням умов діяльності у довгостроковій перспективі (нівелюється можливість швидкого виснаження)	Формування ціннісних установок бережливого споживання туристичних послуг, що базуються на експлуатації природних та історико-культурних ресурсів

* Склад автор.

який дає можливість задовольняти потреби туристів нині та в майбутньому із врахуванням інтересів регіону, що їх приймає (за визначенням ВТО [12, с. 218]).

Виходячи зі значення конкурентоспроможності туристичного бізнесу для розвитку регіону, вкрай необхідним є формування ефективного організаційно-економічного механізму її забезпечення. Це дуже важлива система, від дієвості якої залежить, наскільки конкурентоспроможними будуть суб'єкти туристичного бізнесу, оскільки світовою науковою думкою вже давно доведено необхідність державного втручання в економіку та недоліки ринкового саморегулювання (положення меркантилізму, неокласицизму, кейнсіанства, монетаризму, інституціоналізму тощо). Вважаємо, що в силу комплексності туристичних послуг, які є результатом співпраці суб'єктів бізнесу різних видів економічної діяльності, а також через залежність від ресурсного (передусім природного, історико-культурного) потенціалу регіону, необхідність державного втручання в формі регулювання туристичного бізнесу є очевидною. Іншим питанням є те, що таке втручання повинне здійснюватись на ліберальних засадах з врахуванням кон'юнктурних особливостей регіонального ринку туристичних послуг, де відповідні суб'єкти здійснюють свою діяльність.

Отже, спираючись на напрацювання вітчизняних науковців у напрямі визначення сутності конкурентоспроможності туристичного бізнесу в регіоні, розуміємо, що це передусім розрахункова категорія, яка вимагає формування якісного методичного інструментарію з повною інформаційною базою даних для об'єктивних розрахунків. Специфіка конкурентоспроможності туристичного бізнесу в регіоні виражається в домінуванні комерційного інтересу його суб'єктів. За таких умов пріоритетом місцевих органів державної влади у здійсненні заходів щодо забезпечення відповідного рівня конкурентоспроможності вимагає врахування інтересів інших підсистем регіону з одночасним розумінням стратегічних орієнтирів регіонального розвитку.

Список використаних джерел

1. Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002-2010 роки: Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2002 року №583: Законодавство України. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=583-2002-%EF>.
2. Стратегія розвитку туризму і курортів. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 6.08.2008 року №1088-р / Законодавство України. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1088-2008-%F0>.
3. Україна опустилася в рейтингу конкурентоспроможності в сфері туризму: Novostimira.com. – Режим доступу : http://rss.novostimira.com/n_682625.html.
4. Гайдук А. Б. Стратегії управління якістю у сфері туризму в Україні: ступінь та особливості використання, врахування міжнародного досвіду / А. Б. Гайдук // Регіональна економіка. – 2005. – №1. – С. 156-163.
5. Безугла В. О. Аналіз конкурентоспроможності регіонів України / В. О. Безугла // Регіональна економіка. – 2004. – №4. – С. 64-68.
6. Дьомін О. О. Політика регіонального розвитку в умовах поглиблених ринкових реформ в Україні / О. О. Дьомін // Економіка України. – 2003. – №6. – С. 4-13.

7. Буняк Н. М. Формування маркетингової стратегії розвитку регіону та механізми її реалізації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.10.01 «Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка» // Н. М. Буняк. – Львів, 2006. – 20 с.
8. Праченко Т. О. Фактори та передумови формування конкурентоспроможності регіонів / Т. О. Праченко, О. О. Носирев. – Режим доступу : www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vmsu/2008-01/08fvsvaiv.htm
9. Брикова І. В. Концепція міжнародної конкурентоспроможності національного регіону та її практичний вимір / І. В. Брикова // Міжнародна економічна політика. – №4. – 2006. – С. 29-53.
10. Ковальська Л. Л. Організаційно-економічний механізм підвищення конкурентоспроможності регіону : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора екон. наук: спец. 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка» / Л. Л. Ковальська. – Львів, 2008. – 33 с.
11. Злупко С. Економічна наука і наукознавство : монографія / С. Злупко // Упорядник Ярослава Злупко. – Львів: Тріада плюс, 2006. – 776 с.
12. Черняк В. Т. Стратегія розвитку туризму країни як механізм розвитку регіонів / В. Т. Черняк // Стратегія регіонального розвитку: формування та механізми реалізації : матеріали щорічної міжн. наук.-практ. конференції 31 жовтня 2007 р. – У 2-х томах. – Т. 1. – Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2007. – 442 с. – С. 217-219.

Бигус М. М. Научный дискурс дефиниции конкурентоспособности туристического бизнеса в регионе.

Определены основные подходы к сущностному пониманию конкурентоспособности на региональном уровне. Сформулирована авторская дефиниция конкурентоспособности туристического бизнеса в регионе. Выделены основные преимущества качественной оценки конкурентоспособности туристического бизнеса в регионе для местных органов государственной власти, субъектов туристического бизнеса и туристов как потребителей туристических услуг.

Ключевые слова: конкурентоспособность, туристический бизнес, регион, оценка конкурентоспособности.

Bigus M. M. Scientific Discourse Definition of Competitiveness of Tourist Business in the Region.

Basic approaches to the essence of competitiveness at regional level are defined. Author's definition of competitiveness of tourist business in the region is formulated. Basic advantages of qualitative evaluation of tourist business competitiveness for local authorities, tourist business entities and tourists as users of tourist services are outlined.

Key words: competitiveness, tourist business, region, evaluation of competitiveness.

Надійшло 23.01.2012 р.