

Л.А. БОНДАРЕНКО

КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ КОНКУРЕНТНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

Стаття присвячена дослідженню концептуальної моделі конкурентоспроможного забезпечення туристичних регіонів України у повоєнний період. Туризм є важливою складовою економіки країни, міжнародних відносин і ділової активності. Індустрія туризму може сприяти зміцненню миру та розвитку в країні шляхом збільшення доходів, диверсифікації економіки, захисту навколишнього середовища та об'єднання культур. Встановлено, що важливим завданням індустрії туризму є розробка та впровадження нових моделей соціально-економічного розвитку, основою яких має бути економічна ефективність. Доведено, що розвиток туристичних регіонів України в умовах повномасштабної війни відображає всю складність і виклики, з якими стикається країна. Встановлено, що розробка концептуальної моделі конкурентоспроможного забезпечення туристичних регіонів України у післявоєнний період дозволить інвесторам отримати чітке уявлення про переваги та можливості туристичного регіону, що сприятиме залученню інвестицій для розвитку інфраструктури, готельних комплексів, ресторанів та інших туристичних об'єктів.

Ключові слова: туризм, концептуальна модель, туристичні регіони, конкурентне забезпечення, туристичні підприємства, післявоєнний період

L. BONDARENKO

CONCEPTUAL MODEL OF COMPETITIVE PROVISION OF TOURIST REGIONS OF UKRAINE IN THE POST-WAR PERIOD

The article is devoted to the study of the conceptual model of competitive provision of tourist regions of Ukraine in the post-war period. Tourism is an important component of the country's economy, international relations and business activity. The tourism industry can contribute to strengthening peace and development in a country by increasing incomes, diversifying the economy, protecting the environment and bringing cultures together. It was established that an important task of the tourism industry is the development and implementation of new socio-economic development models, the basis of which should be economic efficiency. It has been proven that the development of tourist regions in Ukraine in the conditions of a full-scale war reflects the complexity and challenges that the country is facing. It was established that the development of a conceptual model of competitive provision of tourist regions of Ukraine in the post-war period will allow investors to get a clear idea of the advantages and opportunities of the tourist region, which will contribute to attracting investments for the development of infrastructure, hotel complexes, restaurants and other tourist facilities. It should be noted that the competitive support of tourist regions of Ukraine in the post-war period is of great importance for several reasons, first of all, tourism is one of the key industries that contributes to the economic growth of regions. Competitive provision of tourist regions allows to attract more tourists, increase income from tourism and create new jobs in the field of tourism and related sectors. The proposed conceptual model of competitive provision of tourist regions of Ukraine can take into account the principles of sustainable development, including environmental protection, preservation of cultural heritage and social responsibility, which helps to ensure the long-term effectiveness of tourism activities in the post-war period. Competitive provision of tourist regions can contribute to the preservation and promotion of cultural heritage. The development of tourism can stimulate the preservation and restoration of historical and cultural monuments. Competitive support of tourist regions helps to ensure the sustainability of regional economic development, which is why it will be extremely important in the post-war period.

Keywords: tourism, conceptual model, tourist regions, competitive support, tourist enterprises, post-war period.

Вступ. Туризм є важливою складовою економіки країни, міжнародних відносин і ділової активності. Індустрія туризму може сприяти зміцненню миру та розвитку в країні шляхом збільшення доходів, диверсифікації економіки, захисту навколишнього середовища та зближення культур. На сучасному етапі цей сектор утвердився як сектор економіки, що найшвидше розвивається, що суттєво забезпечує надходження іноземної валюти в країну, створення робочих місць, подолання бідності, соціально-економічне благополуччя населення та, відповідно, прискорений розвиток економіки. Туризм швидше створює нові робочі місця, більше ніж інші галузі економіки, дозволяє розвивати економічні можливості. Унікальна культура України, історичні та архітектурні пам'ятки, приємний клімат, географічне розташування, відома гостинність формує складові інфраструктури, яка є основою розвитку туризму. Враховуючи вищенаведене варто наголосити на тому, що особливої актуальності набуває становлення туристичної галузі регіонів. Для вибору оптимальної стратегії розвитку регіонального туризму, перш за все, необхідно визначити маркетингову стратегію країни, яка залежатиме від конкретної ситуації, в якій вона перебуває. Тобто ситуаційний аналіз має базуватися на результатах маркетингових досліджень, за допомогою

яких розкриваються ринкові можливості тієї чи іншої галузі. Розвиток ринку туристичних послуг відбувається в системі економічних відносин, де механізм ринкового саморегулювання та координації поєднується з державним регулюванням. Неможливо забезпечити сталий розвиток, орієнтуючись лише на ринкові фактори, не завдаючи шкоди природним і культурним цінностям. Світова практика свідчить, що регулююча роль держави може і повинна відігравати вирішальну роль у стимулюванні туристичної діяльності. Важливим завданням галузі туризму є розробка та впровадження нових соціально-економічних моделей розвитку, основою яких має бути економічна ефективність та характерні соціальні завдання туризму. Нажаль, війна в Україні вносить своїх негативні наслідки в розвиток туристичних регіонів України. Післявоєнний період вимагатиме розробки концептуальної моделі конкурентного забезпечення туристичних регіонів України.

Аналіз основних досягнень і літератури. Дослідженню можливостей розробки та впровадження концептуальних моделей конкурентного забезпечення туристичних регіонів присвятили свої наукові праці такі науковці як: Любіцева О.О., Третяков О.В. Шпак М.В., Юрчишина Л.І. Тимошенко К.В. Єрко І. Юхновська Ю.О.

Враховуючи значний внесок науковців у розвиток досліджуваного питання, певна кількість проблемних питань залишається малодослідженою, а саме особливості розвитку туристичних регіонів України в післявоєнний період.

Мета роботи. Ключова мета дослідження полягає у встановленні особливостей концептуальної моделі конкурентного забезпечення туристичних регіонів України в післявоєнний період.

Викладення основного матеріалу дослідження. Розвиток туристичних регіонів в Україні в умовах повномасштабної війни відображає складність та виклики, з якими стикається країна. Проте, навіть в умовах повномасштабної війни, деякі регіони зберігають туристичний потенціал та продовжують розвиватися. Війна негативно впливає на імідж України як туристичної країни. Військові дії відлякують потенційних туристів та зменшують їх зацікавленість у відвідуванні країни. Також військові дії можуть призвести до пошкодження туристичної інфраструктури, такої як готелі, ресторани, пам'ятки культури та інші об'єкти, що обслуговують туристів. Війна впливає на економіку регіонів, що знаходяться в зоні бойових дій, та прилеглих територій, знижуючи доходи бізнесу, пов'язаного з туризмом, і спричиняючи збитки у туристичній галузі загалом. Все вищенаведене свідчить про те, що моделювання конкурентного забезпечення туристичних регіонів України в післявоєнний період набуває значної актуальності та потребує змістовних наукових досліджень та обґрунтувань.

Туризм є одним із найбільших і динамічних секторів економіки, важливою частиною економічної діяльності багатьох розвинених країн світу, а також країн, що розвиваються. Стрімкі темпи розвитку, значні обсяги валюти активно впливають на різні сектори економіки, що сприяє формуванню туристичної індустрії.

Любіцева О.О., Третьяков О.В. зазначають, що: «туризм слід розглядати як відкриту соціально-економічну систему, на яку чинять вплив багато чинників. У структурі такої системи прямо або опосередковано беруть участь безліч підприємств та організацій, діяльність кожного з яких, як правило, залежить від діяльності всіх учасників системи. Разом із тим найбільш важливим складником обґрунтування розвитку туризму є наявність у регіоні (країні) туристичних ресурсів та інтересу у туристів до відвідування регіону. Сьогодні державою визнається важлива роль туристичної індустрії й стратегічної ролі туризму в соціально-економічному розвитку України та її регіонів» [1, с. 4].

Ключові аспекти розвитку туризму в Україні регламентуються Стратегією розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, відповідно до даної стратегії її ключовою метою є: «створення умов для забезпечення сталого розвитку сфери туризму та курортів, перетворення її у високорентабельну, інтегровану у світовий ринок галузь, що зможе стати вагомим чинником прискорення економічного зростання, підтримки зайнятості, структурної модернізації економіки, наповнення бюджетів всіх

рівнів. Основні завдання Стратегії: вирішення проблем комплексного розвитку сфери туризму та курортів; підтримка створення та модернізації туристичної інфраструктури; забезпечення належної якості туристичних та курортних послуг; ефективне використання наявного туристичного потенціалу; створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту, забезпечення на цій основі сприятливих умов для перерозподілу міжнародних туристичних потоків на користь України та сталого соціально-економічного розвитку 6 регіонів і держави в цілому» [2]. Проте дана Стратегія не враховує особливості розвитку туризму в післявоєнний період.

Зауважимо, що конкуренція є одним із базових інститутів туристичного ринку та найважливішою умовою його ефективного функціонування. Для туристичного ринку важливість конкуренції визначається тим, що внаслідок дії її механізмів здійснюється перерозподіл обмежених туристичних ресурсів залежно від економічних переваг та потреб суб'єктів туристичного ринку, забезпечується виробництво та розподіл достатньої кількості якісних та реалізованих за рівноважною ціною туристичних продуктів. З погляду управління туризмом, вирішальне значення при підвищенні конкурентоспроможності мають керовані конкурентні переваги, які можна цілеспрямовано формувати залежно від стратегічних та тактичних цілей розвитку туризму.

Шпак М.В. та Юрчишина Л.І. акцентують увагу на тому, що: «туризм виконує важливу роль у вирішенні соціально-економічних проблем. Це пов'язано передусім з необхідністю виходу туристичних послуг на світовий ринок, зростанням конкуренції та зацікавленістю у підвищенні фінансово-економічних показників, таких як прибуток, рентабельність, ефективність туристичних послуг. Для досягнення успіху в сформованих економічних умовах туристичному бізнесу як пріоритет необхідна передусім загальна стратегічна орієнтація туристичних послуг на ринки збуту по всьому світі. Процес формування конкурентоспроможності сучасного підприємства безпосередньо пов'язаний з вирішенням проблеми найшвидшого досягнення запланованих результатів в умовах внутрішнього та зовнішнього середовища і ситуації на ринку, підвищення інвестиційної привабливості і конкурентоспроможності регіонів. У цьому випадку мета і виступає результатом, а стратегія – інструментарієм її досягнення. Таким чином, стратегія – це один із найважливіших інструментів управління для формування конкурентоспроможності підприємства. Головною стратегічною метою розвитку туризму є формування конкурентоздатної туристсько-рекреаційної галузі як однієї з пріоритетних галузей економіки, що забезпечить, з одного боку, попит споживачів як внутрішніх, так і зарубіжних на задоволення своїх потреб в туристсько-рекреаційних послугах, а з іншого боку, значний внесок у соціально-економічний розвиток за рахунок збільшення прибуткової частини бюджету, надходження інвестицій, збільшення кількості робочих місць,

покращення здоров'я людського капіталу, збереження і раціонального використання культурно-історичної і природної спадщини» [3, с. 136].

Єрко І. наголосила на тому, що: «в умовах воєнного стану, Україна в цілому та суб'єкти господарювання потребують застосування трансформаційних підходів до управління економічними процесами та явищами у різних сферах життєдіяльності. Інструменти та важелі, які були актуальними у довоєнний період, нині втратили свою дію та можливість регулювати економічні процеси в усіх сферах суспільства як на мікрорівні, так і на мезо та мікрорівнях. Починаючи з 2022 року в період оголошення воєнного стану в Україні ситуація значно змінилася. Руйнування туристичного потенціалу окремих регіонів держави призвело до згорання об'єктів туристичної індустрії, втрати їх потенційних можливостей надавати туристичні послуги та переміщення у більш безпечні регіони. Таким чином, туристична індустрія потребує трансформації та нових підходів до забезпечення її конкурентоспроможності в умовах воєнного стану та у повоєнний період» [4, с. 12].

Варто погодитися з твердженням Юхновської Ю.О. стосовно того, що: «стратегія формування потенціалу туристичної галузі визначається позицією ринку на стадії зародження – конкурентне положення галузі нестійке. Стратегія спрямовується на виживання і збереження частки ринку. Цілі щодо зростання продаж: дорівнює темпу зростання ринку. Конкурентні переваги: закріплювати існуючі конкурентні властивості товару або послуги. Вибіркове інвестування, тільки в ті проекти, які значно можуть поліпшити конкурентні переваги компанії в галузі, ринок на стадії зростання – конкурентне положення компанії сприятливе. Стратегія вичікування, яка спрямовується на очікування сприятливої ситуації для швидкого захоплення частки ринку. Цілі щодо зростання продаж – дорівнювати темпу зростання ринку. Конкурентні переваги: закріплювати існуючі конкурентні властивості товару або послуги. Вибіркове інвестування, тільки в ті проекти, які значно можуть поліпшити конкурентні переваги» [5, с. 74].

Розглядаючи особливості конкурентного забезпечення туристичних регіонів у період після воєнний ми погоджуємося з точкою зору Тимошенко Т.В. стосовно того, що: «конкурентоспроможність суб'єкта економічної діяльності, який функціонує у рамках певного рівня, може бути забезпечена тільки за умови наявності конкурентоспроможності суб'єкта економічної діяльності на більш високому рівні. Отже, умовою конкурентоспроможності окремого підприємства туристичної індустрії на мікрорівні є сформована конкурентоспроможність туристичної індустрії даної дестинації на мезорівні, конкурентоспроможність якої можлива за умови конкурентоспроможності туристичної індустрії країни на макрорівні. При цьому формується синергійний ефект, що формує нові системні властивості туристичної індустрії. Найбільш істотним чинником розвитку туристичної дестинації є формування стратегічних конкурентних переваг. Відмінності,

властиві дестинації, можуть мати як позитивний, так і негативний характер із погляду організації туризму» [6, с. 101]:

Розвиток туристичних регіонів України в умовах війни є надзвичайно складним, а часом і неможливим, тому актуальності набуває розробка перспективних планів по конкурентному забезпеченню туристичних регіонів України в післявоєнний період. Концептуальна модель конкурентного забезпечення туристичних регіонів України в післявоєнний період представлена на рисунку.

Змістовною є думка Дутки Г.Я. і ми погоджуємося з нею стосовно того, що: «конкурентну стратегію туристичних підприємств необхідно трактувати як складний процес, що розпочинається в момент створення підприємства, оскільки створення конкурентоспроможного туристичного продукту потребує розробки стратегії розвитку з урахуванням конкурентних переваг, сучасних форм та методів конкурентної боротьби. Мета стратегії – визначення основних завдань і напрямів діяльності фірми. Під час вибору стратегії важливо, щоб вона відповідала стратегічним цілям, мала ресурсне забезпечення та можливість для її реалізації» [7, с. 147].

Аналізуючи рисунок 1 варто наголосити на тому, що розробка концептуальної моделі конкурентного забезпечення туристичних регіонів України у післявоєнний період дозволить інвесторам отримати чітке уявлення про переваги та можливості туристичного регіону, що сприятиме залученню інвестицій для розвитку інфраструктури, готельних комплексів, ресторанів та інших туристичних об'єктів. Дана концептуальна модель дозволяє ідентифікувати сильні сторони та унікальні особливості кожного туристичного регіону, що допомагає розробити ефективні стратегії маркетингу та просування для привертання туристів. Також запровадження даної концептуальної моделі дозволяє ідентифікувати можливості для створення конкурентних переваг туристичного регіону, таких як унікальна природа, культурна спадщина, туристичні маршрути тощо, що допомагає вирізнитися на тлі інших регіонів. Запропонована концептуальна модель надає рамки для планування та координації діяльності різних зацікавлених сторін, таких як урядові органи, бізнес, громадські організації, що сприяє ефективному використанню ресурсів та запобігає дублюванню зусиль. Також запропонована концептуальна модель конкурентного забезпечення туристичних регіонів України може враховувати принципи сталого розвитку, включаючи охорону навколишнього середовища, збереження культурної спадщини та соціальну відповідальність, що допомагає забезпечити тривалу ефективність туристичної діяльності в післявоєнний період.

Висновки. Підсумовуючи вищевикладене варто наголосити на тому, що розробка концептуальної моделі конкурентного забезпечення туристичних регіонів України в післявоєнний період є важливою для привертання інвестицій, підвищення привабливості для туристів, створення конкурентної переваги та забезпечення сталого розвитку туризму в

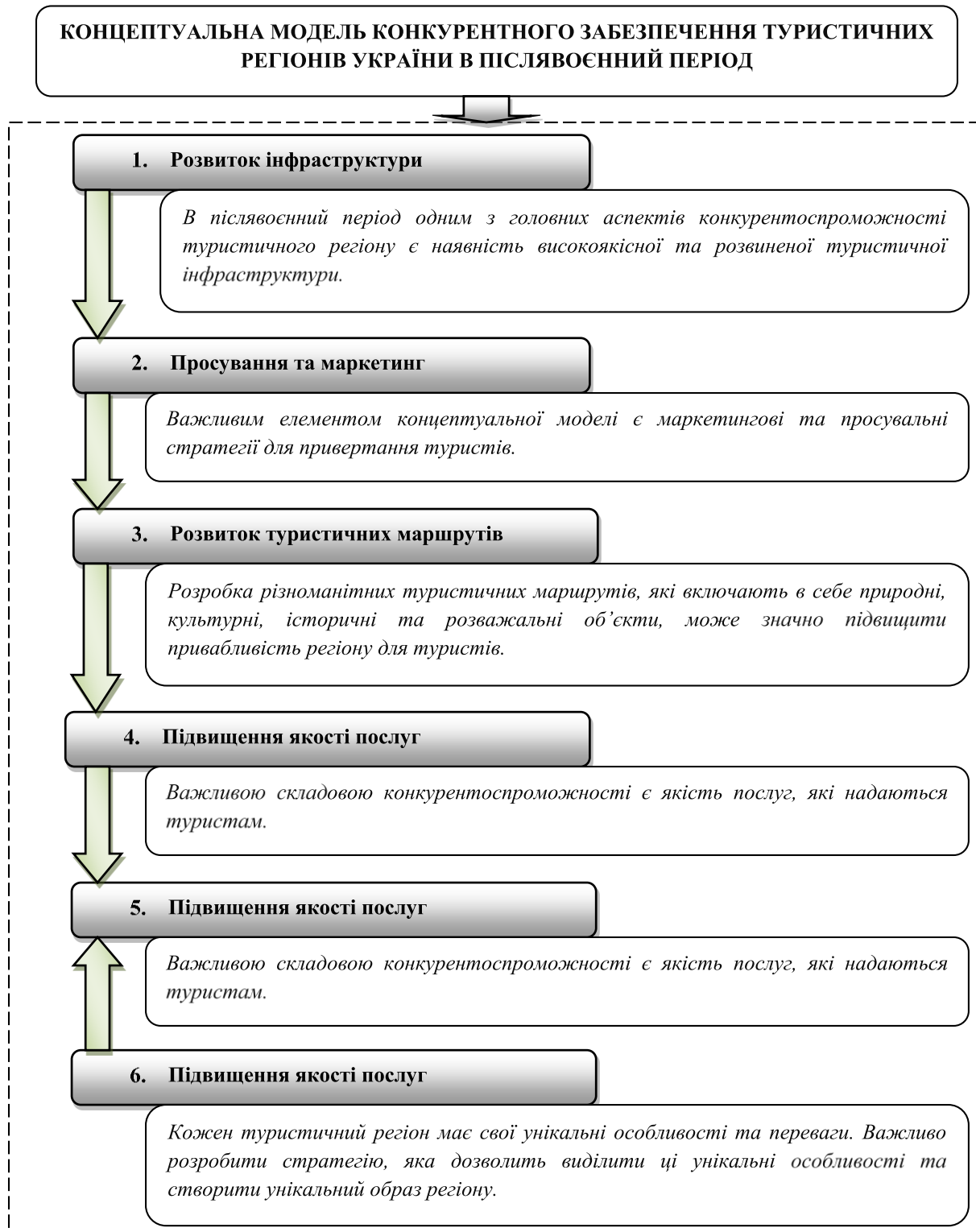


Рис. - Концептуальна модель конкурентного забезпечення туристичних регіонів України в післявоєнний період

Джерело: запропоновано автором.

Україні у складний період післявоєнної відбудови.

Зазначимо, що конкурентне забезпечення туристичних регіонів України в післявоєнний період має велику важливість з кількох причин, насамперед туризм є однією з ключових галузей, яка сприяє економічному зростанню регіонів. Конкурентне

забезпечення туристичних регіонів дозволяє привабити більше туристів, збільшити прибуток від туризму і створити нові робочі місця в галузі туризму та пов'язаних секторах. Конкурентне забезпечення туристичних регіонів може сприяти збереженню та пропагуванню культурної спадщини. Розвиток

туризму може стимулювати збереження і реставрацію історичних та культурних пам'яток. Конкурентне забезпечення туристичних регіонів допомагає забезпечити сталість розвитку економіки регіонів, саме тому матиме надзвичайну важливість в післявоєнний період.

Список літератури

1. Любіцева О.О., Третяков О.В. Типізація DESTINACIЙ. *Географія та туризм*. 2012. Вип. 17. С. 3-9.
2. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України №168-2017-р. від 16.03.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p> (дата звернення: 06.05.2024 р.).
3. Шпак М.В., Юрчишина Л.І. Конкурентні стратегії туристичного підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. №4(09). С. 135-139.
4. Єрко І. Еволюція поглядів на трансформацію конкурентного потенціалу туристичної індустрії. *Економічний форум*. 2023. №4. С. 10-18.
5. Юхновська Ю.О. Застосування матриці ADL для обґрунтування стратегії туристичної галузі. *Причорноморські економічні студії*. 2019. №46-1. С. 73-76.
6. Тимошенко К.В. Концептуальні засади формування та розвитку конкурентних переваг DESTINACIЙ на туристичному ринку. *Економічний простір*. 2020. №161. С. 99-103.
7. Дутка Г.Я. Особливості формування конкурентних стратегій туристичних підприємств у сучасних умовах. *Економіка і суспільство*. 2016. №5. С. 146-153.

References (transliterated)

1. Liubitseva, O.O., and Tretiakov, O.V. (2012) Tipizatsiia destynatsii [Typification of destinations]. *Neohrafiia ta turizm*. vol. 17, pp. 3-9.
2. Pro skhvalennia Stratehii rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku (2017): Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy №168-2017-r. vid 16.03.2017. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-r> (accessed May 6, 2024).
3. Shpak, M.V., and Yurchyshyna, L.I. (2017) Konkurentni stratehii turystychnoho pidpriemstva [Competitive strategies of the tourist enterprise]. *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia*. vol. 4(09), pp. 135-139.
4. Ierko, I. (2023) Evoliutsiia pohliadiv na transformatsiiu konkurentnoho potentsialu turystychnoi industrii [Evolution of views on the transformation of the competitive potential of the tourism industry]. *Ekonomichniy forum*. vol. 4, pp. 10-18.
5. Iukhnovska, Yu.O. (2019) Zastosuvannia matrytsi ADL dlia obgruntuвання stratehii turystychnoi haluzi [Application of the ADL matrix to justify the strategy of the tourism industry]. *Prychornomorski ekonomichni studii*. vol. 46-1, pp. 73-76.
6. Tymoshenko, K.V. (2020) Kontseptualni zasady formuvannia ta rozvytku konkurentnykh perevah destynatsii na turystychnomu rynku [Conceptual principles of formation and development of competitive advantages of the destination in the tourist market]. *Ekonomichniy prostir*. vol. 161, pp. 99-103.
7. Dutka, H.Ia. (2016) Osoblyvosti formuvannia konkurentnykh stratehii turystychnykh pidpriemstv u suchasnykh umovakh [Peculiarities of the formation of competitive strategies of tourist enterprises in modern conditions]. *Ekonomika i suspilstvo*. vol. 5, pp. 146-153.

Надійшла (received) 17.12.2023

Відомості про авторів / About the Authors

Бондаренко Людмила Анатоліївна (Bondarenko Liudmyla) – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та економіки підприємства Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»; м. Дніпро, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4904-7435>; e-mail: bondarenko.l.a@nmu.one