

**КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ РЕКРЕАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ РЕГІОНУ***Мостенець О.В.*

*У статті вивчено основні підходи до визначення сутності конкурентних переваг різних об'єктів, що дало можливість сформулювати авторське трактування та уточнити зміст конкурентних переваг рекреаційної системи регіону як сукупності елементів зовнішнього та внутрішнього середовища рекреаційної системи регіону, які дозволяють реалізувати її стратегічний потенціал та отримати переваги над аналогічними системами-конкурентами і отримати кращі результати. На основі узагальнення наукових напрацювань щодо класифікації конкурентних переваг визначено ознаки та види конкурентних переваг рекреаційної системи регіону, прокоментовано їх змістовне наповнення.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** Специфіка рекреаційної діяльності полягає в тому, що для надання рекреаційних послуг безпосередньо здійснюється в межах території з певними рекреаційними ресурсами та умовами, які формують її атракції, обумовлюють територіальну локалізацію попиту та рекреаційного підприємництва. Проте, в умовах глобалізації, зростає рівень міжнародної конкуренції у туристично-рекреаційній сфері, що вимагає пошуку шляхів підвищення ефективності функціонування рекреаційних підприємств, продуктивності використання рекреаційних ресурсів, формування позитивного іміджу рекреаційних територій. Саме тому виникає необхідність обґрунтування сутності конкурентоспроможності рекреаційної системи регіону (РСР) та визначення її конкурентних переваг.

**Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми.** Часто конкурентоспроможність об'єкта трактується як результат реалізації конкурентних переваг. Це основоположна теза теорії конкурентних переваг, розробленої М. Портером [1]. Зокрема, для конкурентоспроможної економіки потрібне конкурентоспроможне суспільство, наділене беззаперечними перевагами в різноманітних сферах людської життєдіяльності; конкурентоспроможність галузі досягається за рахунок конкурентних переваг її компаній і системи їх взаємодії; конкурентоспроможність регіону є здатністю регіональної системи до управління своїми конкурентними перевагами [2] або здатність регіону використовувати традиційні та формувати нові, адекватні сучасному рівню розвитку джерела конкурентних переваг [3, с. 115]; конкурентоспроможність регіону визначають як властивість активізувати його потенційні можливості нарощувати та ефективно використовувати конкурентні переваги для забезпечення сталого розвитку,

впровадження нових досягнень науково-технічного прогресу у виробництво, довкілля та соціальну сферу [4].

Теоретико-методичні та прикладні аспекти конкурентоспроможності туристичних та рекреаційних закладів досліджували І. Бережна, А. Бутенко, В. Василенко, В. Євдокименко, В. Захарченко, В. Кифяк, В. Кравців, О. Любіцева, В. Павлова, В. Семенов, Т. Уманець. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності туристично-рекреаційних, курортно-рекреаційних комплексів регіонів вивчали Г. Алейнікова, Г. Андреева, Н. Головченко, П. Гудзь, В. Данильчук, Н. Калькова, Н. Коленда, А. Мокляк, С. Нездоймінов, Н. Страчкова, Л. Черчик, І. Школа. Теоретичним доробком цих вчених є розвиток понятійного апарату теорії конкуренції, розробка методологічного інструментарію дослідження чинників формування та управління конкурентоспроможністю національної економіки, регіону, певних сфер діяльності та підприємств. Практичні результати полягають у розробці механізмів управління конкурентоспроможністю, які сприяли б формуванню стійких конкурентних переваг, що, в свою чергу, забезпечило б реалізацію поставлених цілей розвитку. Проте, незважаючи на вагомий напруження, залишаються неоднозначними трактування та дискусійними певні аспекти щодо класифікації конкурентних переваг, їх ідентифікації, що потребує подальших досліджень.

**Цілями статті** є вивчення існуючих підходів до трактування сутності та класифікації конкурентних переваг різних об'єктів, обґрунтування авторського тлумачення конкурентних переваг рекреаційної системи регіону, підходів до їх класифікації.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** На рівні підприємства поширеним є визначення конкурентних переваг як характеристик, споживчих властивостей товару, які створюють для фірми певну перевагу над її безпосередніми конкурентами. Така перевага досягається або за рахунок реалізації дешевшої або якіснішої, ніж у конкурента продукції [5]. В. Маркова і С. Кузнецова називають конкурентною перевагою положення фірми на ринку, яке дозволяє їй переборювати сили конкуренції та приваблювати покупців [6]. В. Павлова під стійкими конкурентними перевагами розуміє здатність до більш швидкого, порівняно з конкурентами, стратегічного пристосування та стратегічної еластичності до змін конкурентного середовища [7].

Узагальнюючим є підхід до визначення конкурентних переваг як концентрованого прояву переваги над конкурентами в різних сферах (видах) діяльності підприємства, які полягають у випередженні конкурентів за рахунок реалізації ринкових факторів успіху або ключових компетенцій [8, с. 130].

М. Портер визначає конкурентні переваги як концентрований прояв переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, яку можна вимірити економічними показниками [1]. При цьому він наголошує, що конкурентну перевагу не можна ототожнювати з потенційними можливостями, оскільки

конкурентні переваги, на відміну від можливостей, це факт, що фіксується в результаті реальних і очевидних переваг покупців. Тому в практиці конкурентні переваги є і метою, і результатом господарської діяльності: можна мати переваги, але не отримувати високих (бажаних, кращих, ніж у конкурента) результатів. Такі переваги не є конкурентними, вони лише створюють потенційні умови для розвитку конкурентних переваг і, на нашу думку, становлять конкурентний потенціал об'єкта, який не вдалось реалізувати, а отже, не вдалось сформувати конкурентних переваг [1]. Класичними залишаються розроблені М. Портером теоретико-методичні основи галузевої конкуренції, конкурентних сил національної економіки, де визначені детермінанти конкурентної переваги країни – «національний ромб» [9].

Конкурентним перевагам характерна відносність, прив'язаності до конкретних умов і причин, порівняльний, а не абсолютний характер, оскільки мало досягти внутрішніх переваг над конкурентом, потрібно, щоб вони були узгоджені з зовнішніми, неконтрольованими факторами, які можуть як підсилювати, так і послаблювати конкурентну перевагу [8, с. 130-131].

В теорії конкурент-менеджменту (методологія IMD-Lausanne) основними характеристиками конкурентоспроможності країн і регіонів є продуктивність економіки, ефективність управління, ефективність бізнесу та забезпеченість інфраструктурою. Вони забезпечуються завдяки такому процесу: формування факторів конкурентоспроможності – інфраструктура; трансформаційного процесу – формування конкурентних переваг, що визначають ефективність бізнесу; реалізації конкурентних переваг, які забезпечують продуктивність економіки; управління конкурентоспроможністю, що визначає ефективність управління [10, с. 6].

Р. Фатхутдінов розробив теорію конкурентної переваги на основі цінності, яку він трактує як щось особливе, чим володіє, прагне зберегти або мати в майбутньому система, зокрема це здоров'я, талант, професіоналізм, організованість, інновації, відома торговельна марка тощо. І тому конкурентна перевага – це ексклюзивна цінність, яку має система, що дає їй перевагу перед конкурентами [11].

В. Калюжнова джерелами конкурентних переваг визначає наявні та створювані конкурентні ресурси, критеріями конкурентоспроможності регіону є економічне зростання, випуск конкурентоспроможних товарів та зростання рівня життя населення [3, с. 110-118]. В. Андерсон конкурентоспроможність регіону визначає наявністю конкурентоспроможних галузей економіки та здатністю регіональних органів влади створювати умови для підприємств регіону для досягнення та утримання конкурентних переваг у визначених галузях [12].

А. Мокій та Т. Васильців вводять поняття просторово-структурної конкурентоспроможності регіональної соціально-економічної системи як композицію просторових, секторальних, галузевих, факторно-ресурсних та структурних характеристик конкурентоспроможності [13, с. 35-36]. Власне, йдеться про групи джерел формування конкурентних переваг.

Таким чином, узагальнивши існуючі напрацювання, запропонуємо власне визначення конкурентних переваг загалом: конкурентні переваги – це сукупність певних елементів зовнішнього або внутрішнього середовища конкретного об'єкта, які дозволяють отримати переваги над об'єктами-конкурентами і забезпечують очікувані, кращі, ніж у конкурентів, результати.

Для уточнення змістовного наповнення конкурентних переваг розглянемо підходи до їх класифікації. На мікрорівні більшість дослідників, як і М. Портер, базовими конкурентними перевагами вважають більш низькі витрати, які дозволяють встановлювати більш низькі ціни й отримувати більш високі прибутки, і диференціацію (унікальність) товару, яка б забезпечувала найвищу споживчу цінність. Т. Коупленд, Т. Коллер і Д. Муррін додають до них більш продуктивне у порівнянні з конкурентами використання капіталу [14]. К. Хессіг і Г. Азоев виділяють часовий фактор як швидкість реагування на потреби ринку [15; 16]. Г. Азоев виділив такі критерії класифікації конкурентних переваг: можливість імітації (унікальні / такі, що піддаються імітації); характер динаміки (стійкі / нестабільні) [15].

Р. Фатхутдіновим запропоновано такі критерії класифікації конкурентних переваг: сфера виникнення переваги (природнокліматичні; політичні; технологічні; культурні; економічні; зміст фактора переваги (якість товару (послуги); ціна товару; витрати споживача; якість сервісу товару); метод або засіб отримання переваги (у спадщину; навчання; впровадження нововведень; пересування) [11]. Проте більш доречним в контексті нашого дослідження є використання теорії цінності у формуванні конкурентних переваг. Цінності можуть формувати базисні або другорядні, стратегічні або тактичні, внутрішні або зовнішні, глобальні, локальні або індивідуальні конкурентні переваги. Так Ж. Ж. Ламбен виділяє зовнішні та внутрішні переваги. Зовнішня конкурентна перевага збільшує ринкову силу фірми завдяки, в основному, стратегії диференціації, її перевага у виявленні й задоволенні очікувань покупців. Внутрішня конкурентна перевага виникає внаслідок вищої продуктивності використовуваних ресурсів, що забезпечує більшу рентабельність і стабільність до зниження цін [17].

Автори посібника [8, с. 144] пропонують класифікацію конкурентних переваг фірми за шістьма критеріями: відношенням до системи (підприємства); сферою прояву; джерелами створення та можливістю імітації; тривалістю дії; місцем формування; видом ефекту, який отримує підприємство від реалізації переваги. Конкурентні переваги можуть мати різний рівень ієрархії і відноситися до товару, підприємства, галузі, економіки в цілому, ґрунтуватися на цінових і нецінових факторах, бути довгостроковими, середньостроковими і короткостроковими, стійкими і нестабільними, унікальними та імітованими тощо [18, с. 148].

Л. Ковальська узагальнила підходи до визначення видів конкурентних переваг регіону. У її інтерпретації конкурентні переваги регіону поділяються на внутрішні або статичні (природні ресурси та антропогенне

навантаження) та набуті або умовно статичні (інфраструктура регіону, інноваційні, людські, фінансові ресурси) [19, с. 65]. Заслужує на увагу групування конкурентних переваг Б. Кваснюка: історична обумовленість геоекономічної ролі, які відіграє регіон у суспільному поділі праці; характер і територіальне розміщення ресурсів; рівень розвитку виробничої та соціальної інфраструктури; принципи регулювання економічної діяльності владними регіональними структурами [20, с. 253-256].

Узагальнивши існуючі напрацювання, пропонуємо такі ознаки для класифікації конкурентних переваг рекреаційної системи регіону:

- за джерелами конкурентної переваги (сфера виникнення) – економічного, інституційного, структурного, адміністративного, інфраструктурного, технологічного, інформаційного, географічного, демографічного, екологічного характеру;
- за характером динаміки (з позиції можливості управління та змінності) – статичні, умовно статичні, динамічні;
- по відношенню до РСР – зовнішні, внутрішні;
- за можливістю імітації – унікальні, піддаються імітації;
- за змістом переваги – якість товару (послуги), ціна, витрати споживача, якість сервісу та обслуговування, якість довкілля РСР, цінність рекреаційного ресурсу;
- за походженням – біологічні, соціальні, виробничі, технічні, грошові, культурні, духовні, природно-кліматичні, політичні;
- за формою існування – реальні, віртуальні;
- за значимістю – основні, другорядні;
- за тривалістю дії – стратегічні, тактичні;
- за масштабом поширення – глобальні, локальні, індивідуальні;
- за сферою прояву та видом ефекту, який отримує РСР від реалізації переваги – економічні, соціальні, екологічні, фінансові, бюджетні, культурні, психо-емоційні, фізіологічні.

Враховуючи специфіку рекреаційної системи регіону та авторське визначення її конкурентоспроможності, розглянемо особливості формування конкурентних переваг цього об'єкта. Для цього використаємо відому схему видів конкурентних переваг Г. Азоева та О. Челенкова за критерієм класифікації – базова умова, що визначає характер джерела конкурентної переваги [18, с. 49-55]. На нашу думку, вона є основною.

1. Конкурентні переваги, що базуються на економічних факторах, визначаються:

- кращим загальноекономічним станом ринків. У нашому випадку матимемо на увазі високу середньогалузеву норму прибутку туристично-рекреаційної сфери регіону та супутніх сфер діяльності. Для рекреаційної сфери характерні невеликі терміни окупності інвестицій, сприятлива динаміка цін. Позитивними моментами є високі доходи населення, відсутності неплатежів та заборгованості по заробітній платі, інфляційних процесів що суттєво підвищує платоспроможність населення і попит на рекреаційні послуги;

– стимулюючою інвестиційною, кредитною, податковою державною політикою, що забезпечує активний розвиток підприємництва, формування привабливого інвестиційного клімату в регіоні, інвестиційної привабливості рекреаційної сфери;

– об'єктивними чинниками, які стимулюють попит: велика і зростаюча місткість ринку, невисока чутливість споживачів до підвищення цін, слабка циклічність і сезонність попиту, здатність створювати нові сегменти ринку рекреаційних послуг;

– ефектом масштабу, що проявляється у здатності більш продуктивно використовувати поліфункціональність більшості рекреаційних систем, а отже – знижувати витрати на рекреаційні послуги, пропонуючи замість одиначної послуги – пакет послуг. В цьому випадку важливою передумовою є доступність до якісних, унікальних рекреаційних ресурсів, які лежать в основі послуги. Додатковий ефект даватиме перевага 2;

– ефектом досвіду, що виражається в більшій ефективності праці, продуктивності використання рекреаційних ресурсів, спеціалізації та кооперації праці, використанням інноваційних методів роботи, технологій, впровадження нових послуг, формування нових ринкових сегментів;

– стратегічним потенціалом рекреаційної системи регіону;

– можливістю залучення та ефективного використання джерел фінансування.

2. Конкурентні переваги інституційного характеру:

– преференції, надані регіону або певній сфері діяльності як пріоритетної чи сфери спеціалізації, органами влади і управління (укази Президента, постанови уряду і місцевих органів влади; створення спеціальних економічних зон);

– активна регіональна політика розвитку туристично-рекреаційної сфери;

– виключні права на надання рекреаційних послуг особливим категоріям населення в межах державного замовлення.

3. Конкурентні переваги структурного характеру:

– високий рівень інтеграції виробників рекреаційних та супутніх послуг завдяки створенню та функціонуванню мережевих структур (рекреаційні кластери, корпорації, парки, застосування франчайзингу, аутсорсингу), що дозволяє реалізувати переваги у вигляді трансферних внутрішніх цін, доступу до спільних інвестиційних, сировинних, виробничих, інноваційних й інформаційних ресурсів, загальної системи маркетингу;

– раціональна галузева структура, наявність висококонкурентних фірм-лідерів, які підтягують інші підприємства галузі до свого рівня;

– можливості швидкої експансії в нові сегменти ринку, що відтісняє реальних і потенційних конкурентів.

4. Конкурентні переваги, викликані адміністративними заходами, пов'язані з обмеженнями з боку органів державної і муніципальної влади у видачі патентів і ліцензій, квотування, ускладнений порядок реєстрації

підприємств, перешкоди при наданні земельних ділянок, виробничих і службових приміщень тощо.

5. Переваги, обумовлені рівнем розвитку інфраструктури ринку:

- розвинута транспортна система регіону, зв'язку, банківська система, страхування;
- організованість та відкритість ринків праці, капіталу, інвестицій, технологій;
- розвинута дослідно-конструкторська, консалтингова, інформаційна, виробничо-технічна база і галузева інфраструктура, гнучка система науково-технічного, виробничого, матеріально-технічного і комерційного співробітництва всередині галузі та з іншими галузями;
- розвинута міжфірмова кооперація.

6. Технологічні конкурентні переваги визначаються високим рівнем розвитку прикладної науки і техніки в галузі; рівнем впровадження нових рекреаційних, санаторно-лікувальних технологій, побутового сервісу, їх якісні характеристики.

7. Конкурентні переваги інформаційного характеру:

- використання ефективних засобів просування рекреаційних послуг;
- доступність та ефективність розміщення інформації про специфіку рекреаційної системи регіону;
- рекламна діяльність;
- формування позитивного іміджу регіону, рекреаційної системи регіону, рекреаційних закладів.

8. Конкурентні переваги, що базуються на географічних факторах:

- вигідне географічне розташування;
- унікальність рекреаційних ресурсів;
- вигідне поєднання та розміщення рекреаційних ресурсів, їх локалізація на невеликій території.

9. Конкурентні переваги, які ґрунтуються на демографічних факторах:

- демографічні зміни у цільових сегментах ринку та їх позитивний вплив на обсяг і структуру попиту на рекреаційні послуги;
- збільшення рекреаційних потоків з інших регіонів;
- зміна статевовікового складу населення;
- міграція населення;
- зростання освітнього і професійного рівня.

10. Конкурентні переваги екологічного характеру:

- комфортність кліматичних умов;
- низький рівень забруднення вод і ґрунтів, атмосферного повітря;
- відсутність шкідливих виробництв;
- прийнятний радіаційний фон;
- різноманітність та атрактивність екосистем.

Традиційно до внутрішніх конкурентних переваг відносять: виробничі (продуктивність, економність витрат, раціональність експлуатації основних засобів, забезпеченість матеріально-технічними ре-

сурсами); технологічні (сучасність, досконалість, інноваційність технологічних процесів); кваліфікаційні (професійність, активність, творчість персоналу, схильність до нововведень); організаційні (прогресивність, гнучкість організаційних схем діяльності); управлінські (ефективність системи регіонального управління, дієвість регіональної політики розвитку РСР); інноваційні (інноваційна активність); спадкові (ринкова культура в регіоні, рекреаційній сфері, традиції, історія розвитку); економічні (наявність та ефективність використання джерел фінансування, платоспроможність, прибутковість, рекреаційної сфери регіону); географічні (переваги розміщення, близькість до джерел матеріальних і людських ресурсів, транспортна доступність).

До зовнішніх конкурентних переваг відносимо: інформаційні (ступінь поінформованості про тенденції розвитку ринку рекреаційних послуг, дію сил та умов бізнес-середовища, поведінку споживачів); якісні (рівень якості рекреаційних послуг за оцінками споживачів); поведінкові (націленість діяльності на задоволення потреб споживачів певних цільових ринків); кон'юнктурні (ринкові умови діяльності, конкурентне середовище); сервісні (рівень та якість рекреаційних та супутніх послуг); іміджеві (загальні уявлення про рекреаційну систему регіону, популярність видів діяльності, які там розвиваються); цінові (можливість впливу на зміну цін); збутові (рівень розвитку та впливу реклами, пропаганди привабливості рекреаційних ресурсів і РСР загалом); комунікаційні (дієвість каналів і способів розповсюдження інформації про РСР, наявність і використання зворотного зв'язку на рівні рекреаційних закладів та регіональних органів влади).

До статичних конкурентних переваг рекреаційної системи регіону відносимо: зручне географічне та геополітичне розташування; наявність цінних рекреаційних ресурсів та умов (комфортність клімату (медико-біологічна характеристика клімату), пейзажна різноманітність ландшафтів, різноманітність рекреаційних ресурсів, запаси бальнеологічних, грязевих, мінеральних ресурсів, кількість історико-культурних об'єктів, їх пропускна спроможність тощо); досконалість, стабільність, передбачуваність законодавства та нормативно-правової бази функціонування суб'єктів рекреаційної сфери.

До умовно статичних конкурентних переваг рекреаційної системи регіону відносимо: рівень соціально-економічного розвитку території; рівень розвитку рекреаційної інфраструктури і МТБ (кількість та місткість закладів, комфортність, транспортна доступність, низький рівень сезонності (можливості цілорічного відпочинку та оздоровлення), види і категорії засобів розміщення, статус; високий рівень організаційного та ресурсного забезпечення надання рекреаційних послуг; висока активність підприємницької діяльності у рекреаційній сфері; формування державних соціальних стандартів, в тому числі і в рекреаційній сфері, розробка та апробація інноваційних моделей надання рекреаційних послуг широким верствам населення; достатній рівень забезпечення економічної самодостатності територіальних громад пропорційно їх відповідальності



та фінансово-економічним можливостям; рівень впровадження новітніх рекреаційних технологій; професійність обслуговуючого персоналу, позитивність його особистісних компетенцій; рівень транспортної доступності рекреаційної території); забезпеченість рекреаційної та супутніх сфер висококваліфікованим обслуговуючим персоналом; політична стабільність; сприятлива екологічна ситуація або високий рівень екологічної безпеки (низький рівень забруднення довкілля, наявність непорушених природних екосистем, позитивний санітарний та епідеміологічний стан); сприятлива соціальна ситуація або високий рівень соціальної безпеки (традиції толерантності та гостинності, високий рівень розвитку культури, низький рівень злочинності, високий рівень життєзабезпечення, відсутність комунікативних перешкод); висока інвестиційна привабливість рекреаційної сфери та інвестиційний клімат регіону; достатня пасажиромісткість транспортних засобів і щільність транспортної мережі; достатня місткість ринку рекреаційних послуг, гнучкість попиту і пропозиції; низький рівень сезонних коливань у функціонуванні рекреаційного ринку.

До динамічних конкурентних переваг рекреаційної системи регіону відносимо: рівень менеджменту та належна економічна підготовка керівників; рівень туристично-рекреаційного маркетингу; застосування маркетингових інструментів для вивчення кон'юнктури ринку, визначення попиту на певні рекреаційні послуги, оцінки їх якості та споживчої вартості; постійна модернізація і диверсифікація послуг, формування та дотримання якісно нових соціальних стандартів; імідж рекреаційної території (у побутовому, соціально-економічному, діловому, фінансовому аспектах); високі характеристики рекреаційних послуг; нижчі, ніж у конкурентів ціни на рекреаційні та супутні послуги; комплексність та різноманітність послуг; гнучкість в організації та наданні послуг, врахування реальних потреб і переваг споживачів; дієвість системи управління туристично-рекреаційними закладами; активна регіональна політика розвитку рекреаційної сфери та регіону загалом; рівень інтеграційних процесів та кооперації в рекреаційній сфері.

На сучасному етапі розвитку для формування конкурентних переваг рекреаційної системи регіону важливо забезпечити високий ступінь гнучкості динамічної її частини, що передбачає постійний перегляд сукупності рекреаційних послуг, які можна надавати, виходячи з наявного туристично-рекреаційного потенціалу; техніко-технологічну, організаційну, ринкову гнучкість; і що найбільш важливо – управлінську гнучкість з метою негайного реагування на зміни потреб ринку, а в окремих випадках – ініціювання виникнення цих потреб.

Статичні та частина конкурентних переваг рекреаційної системи регіону є унікальними, які не піддаються імітації. На п'ятому етапі еволюції конкурентних переваг стратегічний акцент робиться на інноваціях. Нині споживачі висувають дуже персоніфіковані вимоги до рекреаційних послуг: високий рівень сервісу, оригінальність, індивідуальність. Конкурувати стає все важче, тому потрібно змінювали

стратегії, щоб бути в чомусь унікальними, неповторними для конкурентів, закладати в основу діяльності конкурентні переваги «вищого порядку», тобто ті, які важко скопіювати. До таких переваг відносять знання (інформація) та час. Проте, на відміну від традиційного тлумачення, ми розуміємо їх використання в контексті формування нових рекреаційних послуг, нового туристичного продукту, на основі знань – економія часу на їх розробку та просування.

Динамічні конкурентні переваги рекреаційної системи регіону та частина статичних визначають зміст переваги. Походження конкурентних переваг рекреаційної системи регіону забезпечує відповідні результати, зокрема: соціальні формують рекреаційні потоки (внутрішні і зовнішні), ступінь задоволення або незадоволення якістю рекреаційного продукту; культурні, психо-емоційні, фізіологічні чинники визначають вимоги до рекреаційних послуг, формують їх структуру; виробничі, технічні, грошові визначають обсяги реалізації санаторно-курортних і оздоровчих послуг, обсяги реалізації туристсько-екскурсійних послуг; економічні переваги відображаються ефективністю рекреаційної діяльності, часткою рекреаційних послуг у ВРП; фінансові та бюджетні – інвестиції, частка валютних надходжень від туризму в експорті товарів і послуг; частка валютних витрат на туризм в імпорті товарів і послуг; частка інвестицій в розвиток рекреації загалом їх рентабельність.

Інші види конкурентних переваг (за формою існування, за тривалістю дії, за масштабом поширення) стають такими залежно від конкретної ситуації, яка склалась у рекреаційній системі регіону та особливостей та інструментів системи управління, від рівня якої залежать поточна й перспективна достатність конкурентних переваг.

**Висновки.** Отже, в процесі дослідження вивчено основні підходи до трактування сутності конкурентних переваг різних об'єктів, що дало можливість сформулювати авторське трактування та уточнити сутність конкурентних переваг рекреаційної системи регіону як сукупності елементів зовнішнього та внутрішнього середовища рекреаційної системи регіону, які дозволяють реалізувати її стратегічний потенціал та отримати переваги над аналогічними системами-конкурентами і отримати кращі результати.

На основі узагальнення наукових напрацювань щодо класифікації конкурентних переваг визначено ознаки та види конкурентних переваг рекреаційної системи регіону, прокоментовано їх сутність.

Отримані результати стануть основою для розробки методики оцінки конкурентоспроможності та механізму нарощення конкурентних переваг рекреаційної системи регіону.

#### **Література:**

1. Портер М. Конкуренция / М. Портер. – Пер с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2000. – 495 с.
2. Безугла В. О. Основи формування конкурентоспроможності регіонів України (на прикладі Полтавського регіону) : автореф. дис. канд.

екон. наук : 08.10.01 «Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка» / В. О. Безугла ; Харк. нац. акад. міськ. г-ва. – Х., 2006. – 20 с.

3. Калюжнова Н. Я. Конкурентоспособность регионов: теория и методология анализа в контексте современного экономического развития : автореф. дис. д-ра экон. наук : 08.00.01, 08.00.05 / МОИ РФ. Иркутск, гос. ун-т. – Иркутск, 2004. – 40 с.

4. Василенко В. Н. Конкурентоспособность регионов: истоки, оценки и перспективы : монография / В. Н. Василенко, О. Ю. Агафоненко, В. Е. Будяков. – Донецк : ООО «Юго-Восток, Лтд», 2008. – 363 с.

5. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства : навчальний посібник / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.

6. Маркова В. Д. Стратегический менеджмент : Курс лекцій / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова. – М. : ИНФГА-М: Новосибирск: Сибирское соглашение, 2000. – 288 с.

7. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення / В. А. Павлова. – Д. : Вид-во ДУЕП, 2006. – 276 с.

8. Управління конкурентоспроможністю підприємства : Навчальний посібник / С. М. Клименко та інші. – К. : КНЕУ, 2006. – 527 с.

9. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран / Майкл Э. Портер ; пер. с англ. – М. : Междунар. отношения, 1993. – 896 с.

10. Алімов А. Н. Конкурентоспроможність національної економіки / А. Н. Алімов, В. Н. Ємченко. – К. : Ін-т економіки НАН України, 2001. – 59 с.

11. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации : Учебное пособие / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Изд-во Эксмо, 2004. – 544 с.

12. Андерсон В. Регіональна конкуренція як фактор соціально-економічного розвитку України в умовах глобалізації / Володимир Андерсон // Агора. Подолання розбіжностей – розвиток особливостей. Вип. 4. – К. : Стилос, 2006. – С. 66-72.

13. Стратегія та механізми зміцнення просторово-структурної конкурентоспроможності регіону : Монографія / За ред. А. І. Мокія, Т. Г. Васильців. – Львів : Ліга Прес, 2010. – 488 с.

14. Коупленд Т. Стоимость компаний: оценка и управление / Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Муррин. – 2-е изд. / Пер. с англ. – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2000. – 576 с.

15. Хэссиг К. Время как фактор стратегии конкуренции / К. Хэссиг // Проблемы теории и практики управления. – 1995. – № 3. – С. 104–109.

16. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.

17. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент : учебн. для вузов / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ЗАО Бизнес-школа «Интел-синтез», 1998. – 359 с.

18. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков . – М. : ОАО «Типография «Новости», 2000. – 255 с.
19. Ковальська Л. Л. Оцінка конкурентоспроможності регіону та механізми її підвищення : монографія / Л. Л. Ковальська. – Луцьк : Надстир'я, 2007. – 419 с.
20. Конкурентоспроможність національної економіки / За ред. д-ра економ. наук Б. Є. Кваснюка. – К. : Фенікс, 2005. – 582 с.

### Abstracts

#### Mostenets O.

#### **Competitive advantages of the recreational system in the region**

The article studied the main approaches to the interpretation of the essence of the competitive advantages of different facilities, which made it possible to formulate and clarify the interpretation of copyright essence of competitive advantage recreation of the region as a combination of elements of the external and internal environment of the region's recreational system that can realize its strategic potential and take advantage of similar systems competing and getting better results. Based on the generalization of scientific developments regarding the classification of competitive advantage identified characteristics and types of recreational competitive advantages of the region, commented on their nature.