

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ РОБОТИ ВУЗЬКОЇ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Нестерчук Інна Костянтинівна

к.г.н., доцент

Яненко Олександр Анатолійович

Студент

Житомирський національний університет імені Івана Франка
м. Житомир, Україна

Дослідження конкурентоспроможності підприємств не є новою темою в академічній сфері України та світу.

Вступ. Багато досліджень було проведено з точки зору теорії конкурентоспроможності та конкурентної переваги Портера [1-10]. Розвивати концептуальні та емпіричні дослідження. Концепція конкурентоспроможності продовжувала розвиватися на трьох рівнях: підприємство, галузь і країна; і це привернуло увагу багатьох дослідників бізнесу. У світовій науці кілька дослідників у різних галузях застосували теорію конкурентоспроможності та конкурентної переваги для дослідження факторів, які сприяють конкурентоспроможності бізнесу [1-6].

Мета роботи. Проте суттєвих досліджень того, як лідерство впливає на конкурентоспроможність малих і середніх підприємств на практиці, не проводилося. Тому дослідники продовжують проводити кілька типів досліджень у українському контексті, щоб сформулювати комплексне уявлення про фактори лідерства, що впливають на конкурентоспроможність малих і середніх підприємств.

Матеріали та методи. Лідери відіграють важливу роль у формуванні бізнес-цілей, стратегій і рішень. Було визнано, що лідерські здібності є вирішальними факторами успіху бізнесу. Процес лідерства означає створення соціального впливу для сприяння добровільній участі підлеглих у реалізації бачення, цілей і місії організації. Лідерство - це поєднання знань, навичок,

досвіду, поведінки та ставлення для перетворення організацій або підприємств на згуртоване тіло для забезпечення успішної конкуренції на ринку.

Що стосується малих і середніх підприємств (МСП), лідери/менеджери відіграють важливу роль у підвищенні конкурентоспроможності, створенні робочих місць, збільшенні доходів для працівників і мобілізації соціальних ресурсів для інвестицій у розвиток бізнесу. Однак більшості керівників/менеджерів МСП, навіть тих, хто отримав вищу освіту, бракує глибоких знань з економіки, бізнес-адміністрування, господарського права та інших ключових галузей. Було встановлено, що це обмеження має значний вплив на бачення підприємства, цілі, стратегії та здатність справлятися з ризиками. Слід зазначити, що через невеликий масштаб МСП особливо вразливі до несприятливого ділового середовища.

Результати та обговорення. Дійсно, протягом останніх кількох років у Україні та світі зросла кількість малих і середніх підприємств, які були ліквідовані, перебувають у перерві або збанкрутували. Можна стверджувати, що одним із ключових причинних факторів є слабе управління людськими ресурсами, особливо розвиток лідерських компетенцій управлінської команди та менеджерів. Відсутність належного врахування цього аспекту спричиняє труднощі для розвитку МСП [1-4]. Як головний виконавець підприємства, керівник малого та середнього підприємництва має здійснювати всебічну та практичну керівну діяльність. Крім того, він/вона має здійснювати безпосередньо виробничий процес та бізнес-операції, а також виконувати керівну діяльність у сфері управління людськими ресурсами. Щоб ефективно виконувати свою роль, керівнику малого та середнього бізнесу потрібні сильні лідерські здібності, достатній набір знань і навичок, ставлення та якості, щоб ефективно керувати не лише собою, але й командою та організацією в цілому. Це служить кінцевій меті, яка полягає в утриманні та розвитку позиції підприємства на ринку та одержанні законного доходу для зацікавлених сторін і самого менеджера. Це дослідження спрямоване на застосування теорій конкурентоспроможності для аналізу лідерських компетенцій, що впливають на

конкурентоспроможність МСП. Результати мають практичне значення для систематизації теоретичних питань, дослідження ситуації, визначення компетенцій, які становлять лідерство підприємств. Крім того, дослідження пропонує рекомендації щодо політики підвищення конкурентоспроможності МСП у майбутньому.

Порівняльна перевага є потенційною перевагою, тобто країна потенційно краще підходить для виробництва одного товару чи послуги, ніж іншого товару чи послуги, але вона повинна використати цю перевагу, щоб стати конкурентоспроможною. Якщо країни спеціалізуються відповідно до своїх конкурентних переваг, то вони зростають у конкурентоспроможності та виграють від торгівлі. Таким чином, порівняльні та конкурентні переваги збігаються лише тоді, коли конкурентні переваги використовуються повністю. І навпаки, можливо, що країна має потенційну порівняльну перевагу, але вона не використовується через недоліки інфраструктури, чи нестачу навичок, чи інші політичні рішення змушують цей сектор ігнорувати. Подібним чином, конкурентні переваги можна створити або, принаймні, значно збільшити, не маючи порівняльних переваг. Це випадок Лас-Вегаса, який подолав природні та екологічні перешкоди пустелі та став одним із найкращих туристичних напрямків.

По-друге, з методологічної точки зору, ми розробляємо розширену версію індексу Баласси для врахування специфіки туризму. Індекс Баласси є традиційним показником порівняльних або конкурентних переваг, який обчислюється з використанням експортних потоків; ми розширюємо його, щоб врахувати загальні торгові потоки в туризмі, тобто як туристичний експорт, так і імпорт. Використання розширеного індексу Баласси є кращим порівняно з традиційним індексом як з теоретичної точки зору, оскільки він враховує як експорт, так і імпорт, так і з емпіричної точки зору, оскільки він показав значно кращі результати в терміни експлікативної сили моделі в економетричному аналізі.

По-третє, ми пропонуємо економетричну модель динамічних панельних

даних, яка відображає еkleктичний погляд на теоретичні основи конкурентних переваг, починаючи від класичної теорії факторних пропорцій до нової теорії торгівлі та до теорії менеджменту, висунутої Портером. Подібне дослідження, яке застосовує підхід панельних даних для пояснення рушійних факторів порівняльних переваг, було проведено Zhang і Jensen, але наше дослідження відрізняється від їхнього внеску принаймні двома важливими аспектами. По-перше, хоча Чжан і Дженсен використовують «кількість прибуттів» як проксі для порівняльних переваг у туризмі, ми використовуємо конкретну міру конкурентної переваги, отриману за допомогою розширення класичної методології Баласси. Крім того, хоча Чжан і Дженсен реалізували статичний панельний аналіз, ми приймаємо динамічну структуру System-GMM, щоб чітко врахувати проблему ендогенності та сталість у структурі торгівлі. Наскільки нам відомо, наше дослідження є першим, у якому оцінюється динамічна модель конкурентних переваг у туризмі.

Висновки. Конкурентоспроможність туристичного напрямку, що відображає загальні характеристики, слід розглядати як диверсифіковану, щоб помітити різну перспективу між бізнес-середовищем і конкурентними перевагами. Критика деякої попередньої загальноприйнятої літератури пов'язана з відсутністю чіткого процесу пошуку структури та атрибутів елементів вимірювання для бізнес-середовища та конкурентних переваг місця призначення. Наявні теоретичні основи та заходи, що містять бізнес-середовище призначення та конкурентні переваги, вимагають подальшого дослідження. Життєво важливі аспекти бізнес-середовища країни призначення (наприклад, динамізм, ворожість, турбулентність, інвестиції, інформаційні технології та управління) і конкурентні переваги країни призначення (тобто захисність, місцеве визнання, доступність, розумність, унікальність, підтримка та стійкість іміджу) були успішно визначені за допомогою кількісного та емпіричного аналізу, що може стати суттєвою основою для прийняття управлінських та політичних рішень у туристичній галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Морант-Мартінес, О.Santandreu-Mascarell, С. Канос-Дарос, Л. Міллет Ройг, Дж. Пропозиція моделі екосистеми в туристичному секторі для підвищення стійкої конкурентоспроможності. Сталий розвиток 2019, 11, 6652.
2. Дваєр Л., Форсайт, П. Рао П. Цінова конкурентоспроможність подорожей і туризму: порівняння 19 напрямків. Керівник туру. 2000, 21, 9-22.
3. Хассан С. Детермінанти ринкової конкурентоспроможності в екологічно стійкій індустрії туризму. Ж. Подорож. рез. 2000, 38, 239-245.
4. D'Нартсерре А. Уроки конкурентоспроможності управлінського призначення у випадку курорту казино Foxwoods. Тур. кер. 2000, 21, 23-32.
5. Енрайт М.Й. Франс, А.; Скотт-Сааведра, Е. Венесуела: виклик конкурентоспроможності; Нью-Йорк: St. Martin's Press, 1996.
6. Закон СМ Міський туризм: залучення відвідувачів до великих міст; Нью-Йорк: Менселл, 1993.
7. Дюпейрас А.; MacCallum, N. Індикатори для вимірювання конкурентоспроможності в туризмі OECD. Доступ онлайн за адресою OECD Tourism Papers, 2013/02. OECSP Publishing (12/02/18).
8. Бухаліс Д. Маркетинг конкурентоспроможного напрямку майбутнього. Тур. кер. 2000, 21, 97–116.
9. Козак М.; Ріммінгтон, М. Вимірювання конкурентоспроможності туристичних напрямків: концептуальні міркування та емпіричні висновки. Міжн. Ж. Госп. кер. 1999, 18, 273–284.
10. Зерер А.Семрал, Е.; Холлманн, К. Конкурентоспроможність напрямків - порівняння суб'єктивних і об'єктивних показників для зон зимових видів спорту. Ж. Подорож. рез. 2017, 56, 55-66.