

**МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБЪЕКТОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА
НА МЕЗО- И МАКРОУРОВНЕ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ**

Е. В. Онищенко

В статье представлен анализ эволюции методологии оценки конкурентоспособности объектов в сфере туризма на региональном и страновом уровнях: описан ряд моделей, формирующих конкурентоспособность дестинации; выявлена география и характерные особенности современных научных исследований по данной проблеме. К ним можно отнести: представление в параметрах оценки высокотехнологичных сфер и отраслей, задействованных в туристском секторе экономики, а также доли инвестиций в исследования и разработки в данной сфере. Автором классифицированы параметры, определяющие, по мнению зарубежных исследователей, конкурентоспособность туристических направлений.

***Ключевые слова:** туризм, туристский сектор экономики, туристская индустрия, регион рекреационно-туристской специализации, конкурентоспособность регионального турпродукта, воспроизводственный подход.*

Введение

Вопрос оценки конкурентоспособности объектов в туризме относится к наиболее дискуссионной теме теории и практики современной экономики и управления в сфере туризма. В настоящее время определение параметров товаров и услуг, которыми удовлетворяется спрос со стороны турпотоков, оказывающихся в пространстве привлекательных для путешествий регионов и стран, выявило насущную потребность не просто ежегодного мониторинга объёмов и структуры турпродуктов такого масштаба, но и их сравнения с параметрами создаваемых турпродуктов в других странах. Смысл этих сравнений — в поиске наилучших способов удовлетворения потребностей туристов с тем, чтобы попытаться предложить туристскому рынку более качественные, более оптимальные потребностям туристов турпродукты с целью их сравнительно более успешной реализации. И за счёт этого стремиться пополнить все уровни бюджетов и повысить уровень жизни местного населения, вовлекаемого в туристский сектор своего региона или страны. В этих условиях всё более актуальными становятся вопросы

* *Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по Государственному заданию Сочинского научно-исследовательского центра РАН 2018 г. на тему «Проблемы совершенствования методик оценки конкурентоспособности регионального турпродукта».*

исследования существующих в науке и практике моделей, формирующих конкурентоспособность объектов в сфере туризма; определение новых методологических подходов к выделению ключевых факторов оценки конкурентоспособности, особенно в условиях России, нуждающейся в поиске своих путей развития отечественной туриндустрии и создании региональных турпродуктов, отражающих преимущества российской цивилизации.

Материалы и методы

Информационную базу проведения исследования составили документы ООН, материалы Всемирной туристской организации (UNWTO), Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), Мировой федерации городского туризма (WorldTourismCitiesFederation), национальных туристских администраций ряда зарубежных стран, Федерального агентства по туризму Министерства культуры РФ, образовательных и научно-исследовательских учреждений РФ, занимающихся данной проблематикой. В работе использованы общенаучные методы и специфические экономические приёмы исследования: описательный метод, структурно-функциональный анализ, абстрактно-логический метод, метод сравнительного анализа, систематизации и интерпретации данных.

Зарубежный опыт по исследуемой проблеме. Теория и модели конкурентоспособности дестинации

Анализ подходов к исследованию конкурентоспособности свидетельствует о разнообразии научных направлений в этой области. Однако для целей нашего исследования наибольший интерес представляют неценовые теории конкурентоспособности, где центральное место принадлежит теории американского экономиста М. Портера (1990). Главная мысль, обозначенная экономистом, состояла в том, что основные факторы конкурентоспособности страной не наследуются, а создаются. Центральное значение имеют эффективность использования факторов, темпы их создания и механизмы совершенствования [1]. В дальнейшем теория конкурентоспособности была развита А. Болтхо, который добавил измерение времени для определения национальной конкурентоспособности (краткосрочную и долгосрочную) [2]. Исследователи Ж. Кларк и К. Гай выдвинули утверждение о том, что конкурентоспособность страны, в конечном итоге, зависит от самих производителей, то есть фирм, способных конкурировать на внутреннем и международном рынках [3]. В дополнение к определению национальной конкурентоспособности ряд учёных (К. Тефертиллер, Р. Вард, Н. Ньюмен, А. Портер, Ж. Роеснер, А. Конгфонг и Х. Джин) выделили ряд других факторов, которые могут повлиять на национальную конкурентоспособность. Это производительность труда, эффективность обслуживания системы маркетинга и распределения, национальная политика правительства и граждан, инвестиции в инфраструктуру и производственные мощности и т.д. Рассматривались эти факторы и по отношению к разным отраслям.

Как показывает проведённый анализ специализированной научной литературы, большинство исследований в области туризма и гостиничной индустрии ориентировано на фирмы в качестве единицы оценки, что, безусловно, имеет большие ограничения

в применении к конкурентоспособности объектов туризма на мезо- и макроуровне. Но, как утверждал Е.Бордас, туристический бизнес — это не только фирма, а более объемное понятие, включающее в себя рынок, продукт и технологии, которые удовлетворяют желания и потребности людей в досуге. Выходя за пределы уровня фирмы, в 1994 году он разработал концепцию конкурентоспособности дестинации на основе представления о том, что кластер туристических достопримечательностей, инфраструктуры, оборудования, услуг и организации, совместно определяет, что может предложить своим посетителям данное место (территория). В этом контексте Е.Бордас считает, что конкурентоспособность устанавливается не между странами, а между кластерами и туристическим бизнесом [4]. С. Цизмар и С. Вебер отмечают, что конечный выбор остается одним из первых и самых важных решений, принимаемых туристами, и это решение в значительной степени зависит от ряда внешних факторов, таких как имидж страны, доступность, привлекательность, безопасность и т. д. [5].

Зарубежные исследователи вкладывают в понимание конкурентоспособности дестинации разное содержание, влияющее на её оценку. Это «способность пункта назначения обеспечивать высокий уровень жизни для его жителей» [6]; «...способность адресата к созданию и внедрению продуктов с высокой добавленной стоимостью, что весьма важно для сохранения его ресурсов при сохранении позиции на рынке по отношению к конкурентам» [7, с. 239]; «...способность места назначения сохранять свои позиции на рынке» [8, с. 23]. Конкурентоспособность дестинации «...включает в себя объективно измеряемые переменные, такие как количество посетителей, долю рынка, занятость в туризме и добавленную стоимость, создаваемую туриндустрией, а также субъективно измеряемые переменные, такие как богатство культуры и наследия, качество туристского опыта и т.д.» [9, с. 9]; тесно связана, в первую очередь, с устойчивым развитием туризма [6]. Таким образом, постепенно в основу конкурентоспособности дестинаций обязательным пунктом вошла не только экономическая, но и экологическая, социальная, культурная, политическая устойчивость.

За рубежом учёными представлен ряд моделей конкурентоспособности дестинации. Наиболее известные из них — модели, разработанные Дж. Ритчи и Г. Крауч (1993–1999), К. Чон и К. Майер (1995), М. Козак и М. Риммингтон (1999), Л. Двайер, П. Форсайт и П. Рао (2000), Ф. Гоу и Р. Говерс (2000), Ю. Юн (2002), Л. Двайер и С. Ким (2003), Е. Хит (2003), С. Хсу, С. Вульф, С. Кан, (2004), М. Фукс и К. Вейермар (2004), Дж. Энрайт и Дж. Ньютон (2005), Н. Гуручюрн и Г. Суджуарто (2005), О. Бахар и М. Козак (2007), Си Люн и С. Белоглу (2013) и др. В каждой из них исследователи обосновывают целесообразность включения тех или иных детерминант для учёта и оценки конкурентоспособности туристских мест назначения. Используются такие методы оценки, как кластерный анализ, анализ затрат и выгод от туризма в экономику, мультипликативный анализ, многомерное шкалирование, конфирматорный факторный анализ, экспертные методы.

Модель Дж. Ритчи и Г. Крауч известна как первая общая модель конкурентоспособности места туристского назначения (1994). Она связывала макро- и микрофакторы окружающей среды и состояла из 5 компонентов с определяющими и усиливающимися детерминантами: основные ресурсы и аттракции, поддерживающие факторы и ресурсы, политика места назначения, планирование и развитие, управление

территории. Слабость модели заключалась в том, что атрибуты конкурентоспособности были не взвешены. Не все атрибуты одинаково важны с точки зрения их вклада в конкурентоспособность пунктов назначения. В 2003 г. Дж.Ритчи и Г.Крауч заявили, что «важно признать, что модели не идеальны и поэтому не должны использоваться в поваренной книге» [10].

Модель Л. Двайер и С. Ким (2003) упростила и расширила предыдущую модель, не только интегрируя ряд детерминант в расширенные категории, но и принимая во внимание условия спроса и определяя конкурентоспособность элементов, служащих для достижения социально-экономического процветания. Авторы отмечают, что для взыскательных путешественников всё большее внимание приобретают качественные различия направлений, что делает их привлекательными и особенными [11]. Но большинство выбранных детерминант не были основаны на каких-либо эмпирических тестах, отсутствовали причинно-следственные связи и это было отмечено исследователями впоследствии (М. Хэнэфих, М. Хемди, И. Ахмад) [12].

Метод Т. Ваера (1997) базируется на измерении значений в виде двумерной сетки, представляющей собой структурную картину удовлетворенности клиентов. Способ оценки основан на определении важности параметров относительно большого набора переменных самими клиентами и сопоставления оценок важности в отношении конкретных атрибутов услуг направления с неявно производными показателями производительности. Это позволяло выявить три различные детерминанты удовлетворённости: эффективные, удовлетворительные и неудовлетворительные результаты [13]. Однако в дальнейшем данный метод подвергся критике со стороны различных исследователей (К. Мацлер, Е. Сайервайн, А. Хейшмидт, 2003) [14]. Одно из главных критических замечаний заключалось в том, что теория не могла объяснить, почему могут быть получены различные факторы удовлетворенности в направлении.

Бенчмаркинг направления. М. Фукс и К. Вейермар (2004) критически оценили систему показателей бенчмаркинга, реализованную Правительством Австрии в 1987 г., которая первоначально основывалась только на цене и качестве, и концептуально расширили этот подход к сравнительному анализу за счет увязки мер по удовлетворению туристов. Они классифицировали атрибуты качества туризма на три различные категории факторов (базовые или основные факторы, факторы возбуждения и факторы эффективности) [15]. С другой стороны, М. Козак и М. Риммингтон ещё ранее утверждали, что эталонный бенчмаркинг является проблематичным, так как существует множество факторов, влияющих на уровень удовлетворенности туристов. Они попытались разработать новый метод бенчмаркинга, который измерял ряд конкретных элементов, способствующих общей конкурентоспособности туристического направления. К таким элементам отнесли климат, экологию, культуру, традиционную архитектуру, а также специально разработанные для туризма элементы: отели, общественное питание, транспорт и развлекательные заведения [16]. Одно из преимуществ метода — его способность фиксировать внутренние характеристики направления, но их очень трудно было измерить.

Учитывая сложность вопросов, связанных с концепцией устойчивого развития туризма, в 2012 г. Л. Чернат и Дж. Гурдон делают попытку обеспечить единую методику оценки устойчивости туризма на основе ряда количественных показателей

с применением бенчмаркинга. Исследователи разработали методологические основы *Инструмента оценки устойчивого туризма (Sustainable tourism benchmarking tool, STBT)*, обеспечивающего ряд критериев, на основании которых может быть оценена устойчивость туристской деятельности в различных странах [6].

Монитор конкурентоспособности (Competitiveness Monitor) создан в 2005 году в результате сотрудничества между научно-исследовательским институтом TTRI и Всемирным советом по туризму и путешествиям (WTTC). Исследование базировалась на информации, полученной от WTTC. Восемь групп показателей (всего — 54), представленных исследователями Н. Гуручюрн и Г. Суджуарто в форме индекса, показывали уровень производительности каждой страны по отношению к другим странам. Модель строилась на измерении следующих групп показателей: ценовая конкурентоспособность, открытость рынка в международной торговле, технологическое развитие, развитие инфраструктуры, влияние туризма на человека, социальное развитие, охрана окружающей среды, человеческие ресурсы [17]. Веса для каждой группы показателей определялись с помощью конфирматорного факторного анализа (КФА) для расчета индекса и ранжирования направлений в зависимости от их эффективности.

Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма (Travel and Tourism Competitiveness Index, TTCI) разработан Всемирным экономическим форумом (ВЭФ). Рассчитывается раз в два года на основе анализа данных из общедоступных источников и информации от международных организаций и экспертов в области путешествий и туризма. Первый доклад о конкурентоспособности путешествий и туризма был опубликован в 2007 г. и охватывал 124 страны с формирующимся рынком и развивающимися странами, последний доклад — в 2017 г. с охватом 136 стран. Цель индекса TTCI — предоставление комплексного стратегического инструмента для измерения факторов и политики, которые делают страну привлекательной для развития бизнеса; получение информации, ценной для правительств стран-участниц исследования, планирующих развивать туризм, но не представление показателя привлекательности страны как туристического направления. С момента своей разработки Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма постоянно совершенствуется. В 2017 г. имел в составе четыре основных субиндекса: (А) общие благоприятные условия; (Б) благоприятные условия в сфере путешествий и туризма; (В) инфраструктура; (Г) природные и культурные ресурсы. В свою очередь, эти субиндексы включали в себя 14 компонентов (всего — 90 переменных для оценки) [18].

Следует признать, что на сегодняшний день TTCI — это самая используемая в мире модель оценки конкурентоспособности стран в плане развития туризма, хотя и она не признана учёными идеальной. Например, среди различных критических замечаний Дж.Краутч было отмечено, что национальные цели экономического и социального развития различаются между странами, и эти различия приведут к разному сосредоточению внимания на важных отраслях. Дестинации сильно различаются между собой, а страны конкурируют за различные сегменты рынка в сфере туризма, и поэтому более важно сравнивать страны по сегментам рынка. TTCI также совершенно не представляет структуру и особенности туристских продуктов тех или иных государств, не раскрывает состояние спроса. И, тем не менее, считается, что доклад имеет большое

значение для консультирования развивающихся стран по направлениям, которые заслуживают внимания или сосредоточения на развитии туризма.

Тема оценки конкурентоспособности дестинаций за рубежом не является закрытой. Она активно обсуждается и продолжает теоретически и практически развиваться. Многие исследователи используют адаптированный вариант разработанных ранее моделей. Так, М. Куккулелли и Г. Гоффи (2015), расширив модель Дж. Ричи и Г. Краутч, внедряют комплекс показателей устойчивости и тестирования их роли в конкурентоспособности туристического направления. Данный подход впервые позволил взглянуть на структуру туристского потенциала дестинации [19]. Д. Мендола и С. Воло (2017) предлагают методологические основы для построения композитных индикаторов в сфере туризма как инструмент для обобщения и мониторинга многомерных явлений, а также оперативную схему для оценки эффективности показателей в эмпирических оценках [20]. К. Миличевич, Т. Михалик и И. Север (2017) в своей теории поднимают вопрос об инкорпорировании инструмента брендинга в индекс конкурентоспособности места назначения, которым измеряется удовлетворенность клиентов [21].

Характерной особенностью научных исследований последних лет является также рост интереса к проблемам оценки конкурентоспособности сектора туризма со стороны представителей Юго-Восточной Азии, Австралии и Южной Америки, что связано с выходом этих стран в число успешных по линии развития туризма и привлечения международных турпотоков.

Учёные из Китая предпринимают целенаправленные и небезуспешные попытки по разработке модели для оценки конкурентоспособности туризма в своих провинциях, добавив к используемым в международных исследованиях 27 оригинальных показателей, с учётом особенностей своей страны (Н.Ши, 2010). Активно занимаются изучением предпочтений туристов для повышения факторов конкурентоспособности провинций. С 2011 г. Мировой федерацией городского туризма (World Tourism Cities Federation) рассчитывается рейтинг уровня туристского развития городов (WTCDI), охватывающий 6 отдельных субиндексов, которые характеризуют турпотоки и доходы от туризма, туристский потенциал, туристскую привлекательность, поддержку туристической индустрии со стороны государства, вклад туристической индустрии в экономику страны и туристскую удовлетворённость.

Ряд исследователей из Кореи (2015) адаптируют и разрабатывают модель для оценки конкурентоспособности туризма городов с использованием метода Дельфи. Критерии оценки состоят из шести факторов: компетенция органов местного самоуправления, кадровые, интеллектуальные ресурсы, туристская инфраструктура, культура, эффективность туризма.

Учёные из Таиланда А. Сривихок и А. Интрепейрот (2015) предлагают модель конкурентоспособности путешествий и туризма с помощью методов интеллектуального анализа данных, которая в дальнейшем может использоваться для разработки соответствующих стратегических планов и управления маркетингом не только для туризма, но и смежных отраслей, включая транспорт и информационно-коммуникационные технологии [22].

Сводка основных параметров, определяющих, по мнению зарубежных исследователей, конкурентоспособность туристических направлений, представлена в табл. 1.

Таблица 1.

Основные параметры конкурентоспособности дестинаций, выделенные зарубежными исследователями

№ п/п	Основные параметры	Исследователи, модели
1	Инфраструктура	Е. Бордас (1994); Дж. Ричи и Г. Краутч(1999); М. Козак и М. Риммингтон (1999); Л. Двайер и С. Ким (2003); М. Фукс и К. Вейермар (2004); Дж. Энрайт и Дж. Ньютон (2005); Н. Гуручюрн и Г. Суджуарто (2005); О. Бахар и М. Козак (2007); ТТСИ (2007); WTCDI (2011); С. Кнезевич, Д. Цвельбар и др. (2015); М. Куккулелли и Г. Гоффи (2015).
2	Цена	К. Чон и К. Майер (1995); Дж. Ричи и Г. Краутч (1999); М. Козак и М. Риммингтон (1999); Л. Двайер, П. Форсайт и П. Рао(2000); Л. Двайер и С. Ким (2003); Н. Гуручюрн и Г. Суджуарто (2005); ТТСИ (2007); WTCDI (2011); М. Куккулелли и Г. Гоффи (2015).
3	Человеческий капитал	Е. Бордас (1994); К. Чон и К. Майер (1995); Ф. Гоу и Р. Говерс (2000); Е. Хит (2003); Н. Гуручюрн и Г. Суджуарто (2005); Дж. Мазанек и др. (2007); ТТСИ (2007) WTCDI (2011).
4	Технологии и инновации	Е. Бордас (1994); К. Чон и К. Майер (1995); Е. Хит (2003); Н. Гуручюрн и Г. Суджуарто (2005); А. Сривихок и А. Интрепейрот (2015).
5	Окружающая среда	Дж. Ричи и Г. Краутч (1993; 1999); М. Козак и М. Риммингтон (1999); Л. Двайер и С. Ким (2003); Е. Хит (2003); Дж. Энрайти Дж. Ньютон (2005); Н. Гуручюрн и Г. Суджуарто (2005); ТТСИ (2007); WTCDI (2011); М. Куккулелли и Г. Гоффи (2015).
6	Социальное развитие	Л. Двайер и С. Ким (2003); Дж. Энрайт и Дж. Ньютон (2005); Н. Гуручюрн и Г. Суджуарто (2005); Дж. Мазанек и др. (2007); М. Куккулелли и Г. Гоффи (2015).
7	Открытость	Н. Гуручюрн и Г. Суджуарто (2005); ТТСИ (2007); WTCDI (2011).
8	Человеческий туризм	Ф. Гоу и Р. Говерс (2000); Н. Гуручюрн и Г. Суджуарто (2005); ТТСИ (2007).
9	Правительство	Е. Бордас (1994); Дж. Ричи и Г. Краутч (1999); Л. Двайер и С. Ким (2003); Дж. Энрайт и Дж. Ньютон (2005); WTCDI (2011).
10	История и культура	Дж. Ричи и Г. Краутч (1999); М. Козак и М. Риммингтон (1999); Ф. Гоу и Р. Говерс (2000); Ю. Юн (2002); Л. Двайер и С. Ким (2003); Е. Хит (2003); Дж. Энрайт и Дж. Ньютон (2005); Дж. Мазанек и др. (2007); О. Бахар и М. Козак (2007); ТТСИ (2007); WTCDI (2011); М. Куккулелли и Г. Гоффи (2015).
11	Микросреда	Е. Бордас (1994); Дж. Ричи и Г. Краутч (1999); Л. Двайер и С. Ким (2003); Дж. Энрайт и Дж. Ньютон (2005); С.Кнезевич, Д.Цвельбар и др. (2015); М. Куккулелли и Г. Гоффи (2015).
12	Макросреда	Е. Бордас (1994); К. Чон и К. Майер (1995); Дж. Ричи и Г. Краутч (1999); Л. Двайер и С. Ким (2003); Дж. Энрайт и Дж. Ньютон (2005); ТТСИ (2007); С. Кнезевич, Д. Цвельбар и др. (2015); М.Куккулелли и Г.Гоффи (2015).

№ п/п	Основные параметры	Исследователи, модели
13	Ситуационные факторы	Дж. Ричи и Г. Краутч (1999), М. Козак и М. Риммингтон (1999); Л. Двайер, П. Форсайт и П. Рао (2000); Ф. Гоу и Р. Говерс (2000); Л. Двайер и С. Ким (2003); Е. Хит (2003); Дж. Энрайт и Дж. Ньютон (2005); ТТСИ (2007); М. Куккулелли и Г. Гоффи (2015).
14	Управление дестинацией, маркетинг	Е. Бордас (1994); К. Чон и К. Майер (1995); Дж. Ричи и Г. Краутч (1999); М. Козак и М. Риммингтон (1999); Ф. Гоу и Р. Говерс (2000); Л. Двайер, П. Форсайт и П. Рао (2000); Ю. Юн (2002); Л. Двайер и С. Ким (2003); Е. Хит (2003); Дж. Энрайт и Дж. Ньютон (2005); ТТСИ (2007); WTCDI (2011); С. Кнезевич, Д. Цвельбар и др. (2015); М. Куккулелли и Г. Гоффи (2015); К. Миличевич, Т. Михалик и И. Север (2017).
15	Условия спроса	Е. Бордас (1994); Ф. Гоу и Р. Говерс (2000); Х. Сонг, П. Ромийи и Х. Лю (2000); Л. Двайер и С. Ким (2003); WTCDI (2011).
16	Социальные и психологические факторы	Дж. Ричи и Г. Краутч (1999); Х. Сонг, П. Ромийи и Х. Лю (2000); Ю. Юн (2002); Дж. Энрайт и Дж. Ньютон (2005).
17	Удовлетворённость клиентов	К. Чон и К. Майер (1995); М. Козак и М. Риммингтон (1999); Ф. Гоу и Р. Говерс (2000); Н. Гуручюрн и Г. Суджуарто (2005); М. Фукс и К. Вейермар (2004); О. Бахар и М. Козак (2007); WTCDI (2011).
18	Репутация	Н. Морган и др. (2011).
19	Экономическая эффективность (вклад туризма в ВВП)	WTCDI (2011); С. Кнезевич, Д. Цвельбар и др. (2015).

Источник: Составлено автором на основе анализа источников: [1-22]

Заключение

Анализ данных параметров позволяет сделать вывод о том, что в процессе развития туризма и превращения его в одну из доходных отраслей в мире, за рубежом постепенно происходила активная эволюция развития теории и методологии оценки конкурентоспособности туристских территорий, стран как макродестинаций. Учёными сформирован довольно широкий перечень основных параметров конкурентоспособности туристских мест назначения и методический инструментарий их оценки, позволяющий оценивать как количественные, так и качественные показатели. Однако, единая методика, которая бы учитывала все предложенные исследователями детерминанты, за рубежом пока отсутствует. С целью повышения устойчивого развития туризма каждая страна ориентируется на разработку собственных методологических подходов к оценке конкурентоспособности объектов в сфере туризма, в первую очередь, решая задачи и проблемы развития своего государства, опираясь на осмысление своих национальных цивилизационных преимуществ.

Литература

1. Портер М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран. — М.: Международные отношения, 1993.
2. Boltho A. The assessment: International competitiveness // *Oxford Review of Economic Policy*. — 1996. — № 12 (3). — P. 1-16.
3. Clark J., Guy K. Innovation and competitiveness: A review // *Technology Analysis & Strategic Management*. — 1998. — № 10 (3). — P. 363-395.
4. Bordas E. Competitiveness of tourist destinations in long distance markets // *The Tourist Review*. — 1994. — № 3. — P. 3-9.
5. Cizmar S., Weber S. Marketing effectiveness of the hotel industry in Croatia // *International Journal of Hospitality Management*. — 2000. — №19(3). — P.227-240.
6. Cernat L., Gourdon J. Paths to success: Benchmarking cross-country sustainable tourism // *Tourism management*. — 2012. — Oct. — Vol. 33. — No. 5. — P. 1044-1056.
7. Hassan S. Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry // *Journal of Travel Research*. — 2000. — №38(3). — P. 239-245.
8. D’Hauteserre A.-M. Lessons in managed destination competitiveness: the case of Foxwoods Casino Resort // *Tourism Management*. — 2000. — №21(1). — P. 23-32.
9. Heath E. Towards a model to enhance destination competitiveness: A Southern African perspective // *Proceedings of CAUTHE 2003 National Research Conference*. Coffs Harbour. Australia. — 2003. — February 5-8.
10. Ritchie J.B., Crouch G.I. A Model of Destination Competitiveness and Sustainability / Wang Y., Pizam A. (Eds.) // *Tourism Destination Marketing and Management: Theories and applications*. — 2011. — P. 326-339.
11. Dwyer L., Kim C. Destination competitiveness: Determinants and indicators // *Current issues in Tourism*. — 2003. — Vol. 6 — No. 5. — P. 369-414.
12. Hanafiah M.H., Hemdi M.A., Ahmad I. Reflections on Tourism Destination Competitiveness (TDC) Determinants // *Advanced Science Letters*. — 2015. — Vol. 21. — No. 5 — P. 1571-1574.
13. Vavra T.G. Improving Your Measurement of Customer Satisfaction: A Guide to Creating, Conducting, Analyzing and Reporting customer Satisfaction Measurement Program. Milwaukee. — WI: ASQC Quality Press, 1997.
14. Matzler K., Sauerwein E., Heischmidt A. Importance-performance analysis revisited: The role of the factor structure of customer satisfaction // *Service Industries Journal*. — 2003. — №23(2). — P. 112-129.
15. Fuchs M., Weiermair K. Destination benchmarking: An indicator-system’s potential for exploring guest satisfaction // *Journal of Travel Research*. — 2004. — № 42(3). — P.212-225.
16. Kozak M., Rimmington M. Measuring tourist destination competitiveness: Conceptual considerations and empirical findings // *International Journal of Hospitality Management*. — 1999. — №18(3). — P. 273-283.
17. Gooroochurn N., Sugiyarto G. Measuring Competitiveness in Travel and Tourism Industry. 2004 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nottingham.ac.uk>
18. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>

19. Cucculelli M., Goffi G. Does sustainability enhance tourism destination competitiveness? Evidence from Italian Destinations of Excellence // *Journal of Clear Production*. — 2015. — P. 1-13.

20. Mendola D., Volo S. Building composite indicators in tourism studies: Measurements and applications in tourism destination competitiveness // *Tourism Management*. — 2017. — Apr. — Vol. 59. — P. 541-553.

21. Milicevic K., Mihalic T., Sever I. An Investigation of the Relationship Between Destination Branding and Destination Competitiveness // *Journal of travel & tourism marketing*. — 2017. — Feb-mar. — Vol.34. — No.2. — P. 209-221.

22. Srivihok A., Intrapairo A. Enhanced Classification Performances of Travel and Tourism Competitiveness Model with Feature Selection // *Advanced science letters*. 2015. — Vol.21. — No.10. — P. 3170-3174.

METHODOLOGICAL APPROACHES TO ESTIMATION OF COMPETITIVENESS OF OBJECTS IN THE TOURISM SECTOR AT THE MESO- AND MACROLEVEL: FOREIGN EXPERIENCE

Onishchenko E.V.

Ph.D. (economics), Sochi Research Center RAS

The article presents an analysis of the evolution of the methodology for assessing the competitiveness of objects in tourism at the regional and country levels: a number of models that determine the competitiveness of destination are described; revealed the geography and characteristics of modern scientific research on this issue. These include: presentation of the parameters for assessing the high-tech areas and industries involved in the tourism sector of the economy, as well as the share of investment in research and development in this area. The author classifies the parameters that determine, according to foreign researchers, the competitiveness of tourist destinations.

Key words: *tourism, tourist sector of economy, tourist industry, region of recreational tourism specialization, competitiveness of regional tourist product, reproduction approach.*