

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-91>

УДК 330.3:332.02

# НАУКОВЕ КАРТОГРАФУВАННЯ ДОСЛІДНИЦЬКОГО ПОЛЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ ЗА ДОПОМОГОЮ BIBLIOMETRIX R-PACKAGE

## SCIENTIFIC MAPPING OF THE RESEARCH FIELD OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE DEVELOPMENT OF TERRITORIES USING THE BIBLIOMETRIX R-PACKAGE

**Родченко Володимир Борисович**

доктор економічних наук, професор, директор,  
Навчально-науковий інститут «Каразінська школа бізнесу»

**Лю Дзеюй**

аспірант,  
Сумський національний аграрний університет

**Rodchenko Volodymyr**

Educational and Research Institute "Karazin Business School"

**Liu Zeyu**

Sumy National Agrarian University

У статті проведено дослідження наукової літератури, що стосується проблематики конкурентного розвитку територій. Основним інформаційним джерелом дослідження виступила наукометрична база даних Scopus, найбільша бази даних рецензованої літератури, за ключовими словами «конкурентна перевага», «територія», «регіон». Вибірка наукової літератури склала 566 документів. Період дослідження опублікованих документів з 1990 по 2023 роки. Були встановлені країни, що мають найбільшу кількість публікацій в розрізі конкретних університетів, а також найбільш цитовані публікації за вказаним напрямом. За результатами аналізу наукової літератури було встановлено, що існує чітка залежність між розвитком територій та його конкурентоспроможністю, оскільки забезпечення конкурентоспроможності є однією з основних цілей цього процесу.

**Ключові слова:** територія, сталий розвиток, конкурентна перевага, державна підтримка, регіон, Scopus.

The article researches scientific literature related to the issue of competitive development of territories. The main information source of the study was the scientometric database Scopus, the largest database of peer-reviewed literature, according to the keywords "competitive advantage", "territory", "region". The selection of scientific literature consisted of 566 documents. The study period of published documents is from 1990 to 2023. The countries with the largest number of publications in terms of specific universities, as well as the most cited publications in the specified direction, were determined. According to the results of the analysis of scientific literature, it was established that there is a clear relationship between the development of territories and its competitiveness, since ensuring competitiveness is one of the main goals of this process.

**Keywords:** territory, sustainable development, competitive advantage, state support, region, Scopus.

**Постановка проблеми.** Теорія конкурентних переваг в сучасній економічній літературі виконує роль домінуючої наукової концепції, яка пояснює виникаючі розбіжності в ефективності діяльності конкуруючих підприємств. Проблематика конкурентних переваг набуває більшого значення в результаті зростання значення факторів турбулентності та невідомості в бізнес-середовищі. Враховуючи

глобалізаційні тенденції розвитку світової економіки та появу нових умов господарювання, таких як цифровізація та інтеграція, здатність підприємств пристосовуватися до навколишнього середовища буде посилюватись і надалі. Тому такі переваги, як гнучкість, динамічні можливості, організаційні цінності носитимуть провідний адаптивний характер. За таких умов, розвиток стратегічного потенці-

алу підприємства, пошук можливих варіантів його ефективного використання, створення нових конкурентних переваг стає вирішальним фактором успіху у жорсткій конкурентній боротьбі як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках.

**Мета статті** – провести наукове картографування дослідницького поля конкурентних переваг територій за допомогою bibliometrix R-package.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Відповідно до постулатів першого підходу на думку більшості фахівців, конкурентна перевага певного об'єкта є конкретною якістю цього об'єкта, яка більш розвинена у порівнянні з аналогічною властивістю інших об'єктів конкуренції. Так, на думку (Flint, 2000; Powell, 2001), конкурентними перевагами є все те, на що спрямовано всі стратегії у сфері бізнесу і що формується під впливом численних факторів: ефективного виробництва, володіння патентами, рекламою, грамотним менеджментом, відношенням до споживачів [1; 2]. За визначенням (Lambin, 1997) конкурентна перевага – це ті характеристики, властивості (і якості) товару або марки, що створюють для певні переваги над своїми прямими конкурентами [3, с. 251]. Досягнутий рівень конкурентної переваги об'єкта визначає його конкурентну позицію. (Grimm, 2006) також розглядає конкурентну перевагу як показник, інтегральний стосовно конкурентоспроможності і конкурентного потенціалу, що характеризує здатність об'єкта успішно конкурувати в коротко- і довгостроковому періодах [4]. (Wang, 2014) характеризує конкурентну перевагу як наслідок більш вигідної ринкової позиції (володіння більшою часткою ринку) у певному сегменті. Лідерство на ринку, на думку автора, є наслідком конкурентних переваг. Якщо лідерство не досягається, то конкурентна перевага не використовується належною мірою [5]. Прихильники ринкового підходу зосереджують свою увагу на конкурентному оточенні об'єкта і зовнішніх факторах. В цьому контексті (Bain, 1968) запропонував парадигму промислової організації, де описав взаємозв'язок впливу структури галузі на поведінку і результати діяльності об'єкта. Шляхом аналізу таких факторів як монополістичні бар'єри для входу в галузь, диференціація продукції, кількість конкурентів та рівень попиту, автор довів необхідність формування конкурентної стратегії, відповідно до структури галузі, в якій об'єкт змагається з метою отримання конкурентних переваг [6].

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Для реалізації цілей картографування розглянемо загальні бібліометричні показники, такі як кількість публікацій, найпродуктивніші автори та країни, найвпливовіші журнали та статті. Аналіз ключових слів, у свою чергу, є інструментарієм, який використовується для окреслення дослідницьких тем, які складають поле конкурентних переваг територій та формують предметне поле. Результати проведеного аналізу структуруємо за допомогою пакета Bibliometrix від RStudio, який надає повний набір для візуалізації отриманих результатів (Aria, & Cuccurullo, 2017) [10]. Для забезпечення прозорості та систематизації картографування нами запропоновано послідовність етапів методологічного процесу бібліографічного аналізу предметного поля «конкурентні переваги територій» (рис. 1).

Базу бібліографічних даних було створено шляхом пошуку документів на платформі Scopus, найбільшої бази даних рецензованої літератури, за ключовими словами «конкурентна перевага», «територія», «регіон». Спочатку пошук дав 566 документів, опублікованих за період з 1990 по 2023 роки.

В якості фільтрів ми використали англійські статті категорій «Бізнес, менеджмент і бухгалтерський облік», «Соціальні науки» та «Науки про довкілля», що звузило базу даних до 184 статей. Включення публікацій саме цих категорій пояснюється тим, що ми хотіли врахувати аспекти сталого розвитку та глобалізаційні тенденції, пов'язані з тематикою вивчення конкурентних переваг територій.

На наступному етапі повні бібліографічні дані були експортовані у формат файлу cvs та перенесені в середовище Biblioshiny (Aria, & Cuccurullo, 2017) [10], який представляє собою дослідницький інструментарій з інтуїтивно розумовим інтерфейсом.

На рис. 2 наведено розподіл 184 публікацій, проіндексованих у Scopus, пов'язаних з конкурентними перевагами територій за період з 1990 по 2023 рік. Аналізуючи річну варіацію загальної кількості робіт, спостерігається відсотковий темп зростання близько 24%, з консолідованим збільшенням публікацій, починаючи з 2011 року. За останні 10 років (2011 – теперішній час), було опубліковано більше 80% статей.

Найстаріша стаття в базі даних, Porter M. (1990), також одна з найбільш цитованих, зосереджена на конкурентних перевагах націй, в якій конкурентні переваги територій визначено як унікальні ресурси, які надають території конкурентну перевагу порівняно з

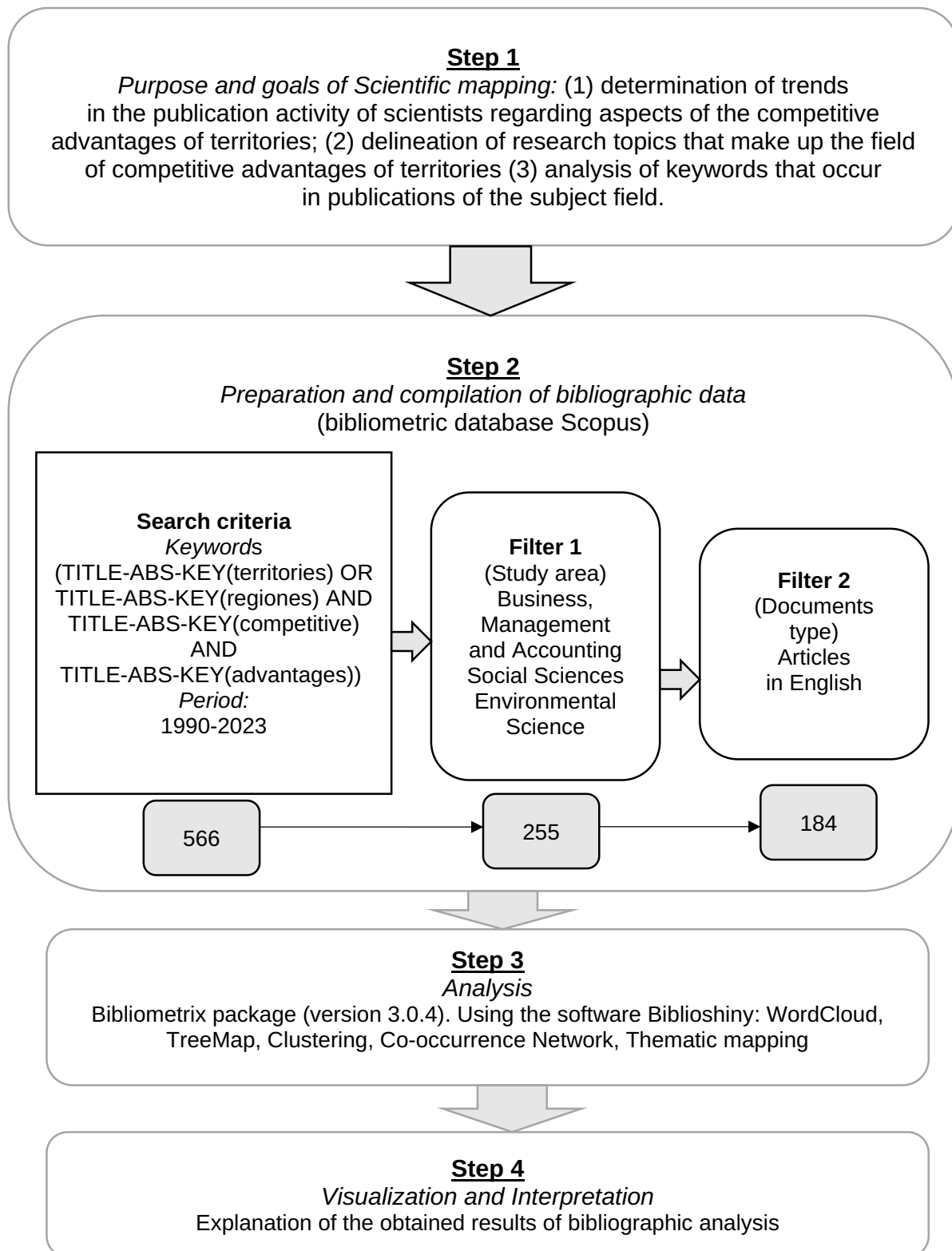
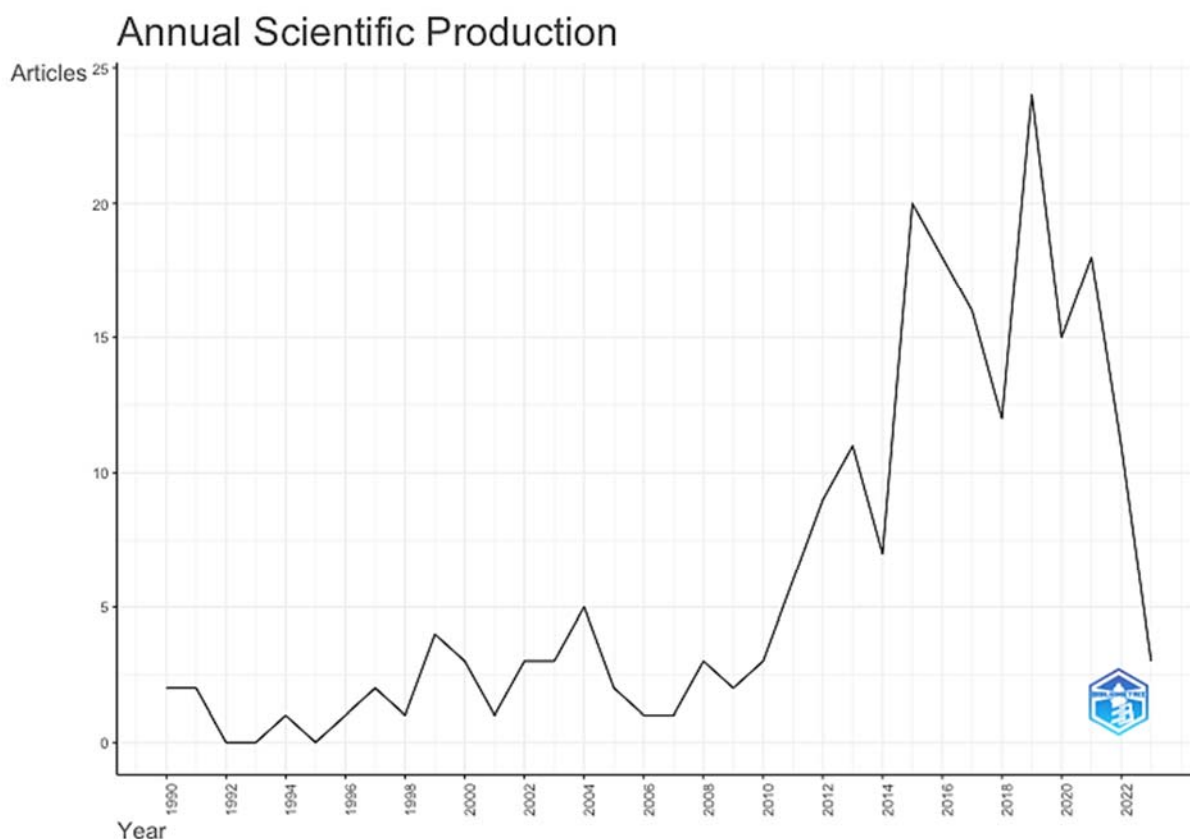


Рис. 1. Послідовність етапів методики аналізу галузі бібліографічної тематики

Джерело: Adapted from Zupic and Čarter (2014) [11]

іншими регіонами [12]. Це дослідження розпочинає розвиток теми наукового поля «конкурентні переваги територій», за період до 2013 року, було опубліковано 46 статей (25% від загальної кількості публікацій).

Попри певні коливання, спостерігається тенденція зростання публікацій, пік якої припадає на 2019 рік, коли було опубліковано 24 статті – 13% від загальної кількості. У 2022 році кількість проіндексованих статей



**Рис. 2.** Динаміка кількості публікацій в науковому полі конкурентних переваг територій та регіонів за період з 1990 по 2023 рр.

Джерело: *Biblioshiny*

становила 11, що свідчить про те, що тема залишається актуальною в міжнародній науковій спільноті.

Серед 540 авторів 25 були визнані найпродуктивнішими в цій сфері (вони мають 2 або більше публікацій). Найбільш продуктивним автором є (Jardon, 2020, 2019, 2015, 2012), який має 4 публікації за цією тематикою. Фокус його наукової уваги зосереджено на інтелектуальному капіталі, як факторі формування конкурентних переваг територій [13; 14]. Загалом, різні автори досліджують різні аспекти, пов'язані з конкурентними перевагами територій, наприклад (Bittencourt & Zen, 2022, 2018), приділяють увагу аспекту сталості та інновацій [15; 16]. Брендинг як інструментарій конкурентних переваг територій розглядає (Karlova & Shutaieva, 2019, 2020). Автори сходяться у думці, що території, яким притаманне поступове впровадження взаємопов'язаних маркетингових заходів, є більш конкурентоспроможними та успішними в своєму розвитку. Пріоритетним для таких територіальних одиниць є досягнення цілей сталого розвитку шляхом залучення інвес-

тицій, розвитку малого та середнього підприємництва, створення привабливого іміджу, налагодження стратегічних партнерських відносин, посилення туристичної привабливості та поліпшення добробуту населення [17; 18]. Ми також погоджуємося з думкою науковців відносно важливості брендингового інструментарію для формування конкурентних переваг територій. Управління територіями, на нашу думку, передбачає використання системного територіального маркетингу та брендингу територій. Враховуючи той факт, що позиції країн у світових глобальних рейтингах, таких як рейтинг глобальної конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості, інноваційного розвитку формуються не лише на національному рівні, а й шляхом розвитку регіонів, муніципалітетів, окремих міст, селищ та сел, значущості набуває розвиток брендингу територіальних одиниць.

На рис. 3 показано потік публікацій найпродуктивніших авторів. Розмір кіл відображає кількість статей, тоді як інтенсивність синього кольору відображає вплив дослідження з точки зору кількості цитувань.

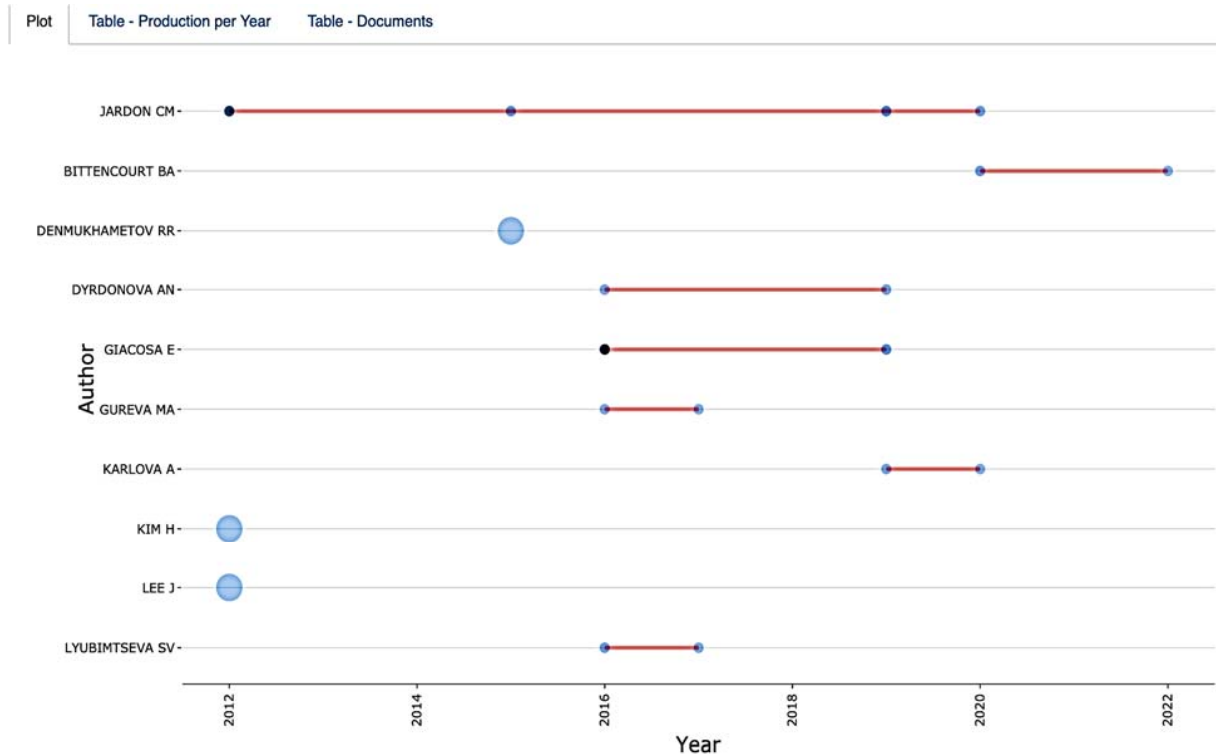


Рис. 3. Потік публікацій найпродуктивніших авторів

Джерело: Biblioshiny

Світовий інтерес до тематики конкурентних переваг територій можна дослідити, проаналізувавши публікаційну активність за країнами (рис. 4). Країнами, з найбільшою кількістю публікацій виявилися Італія (82), Іспанія (37), Сполучені Штати Америки (37) та Україна (24). Публікаційна активність Китаю за даною тематикою представлена 2 статтями, що в черговий раз підкреслює необхідність стимулювання наукової дискусії для Китаю. Ці дані свідчать про те, що, незважаючи на те, що тема є популярною в міжнародній літературі, конкурентні переваги територій залишається недостатньо вивченими в Китаї.

Публікації з Китаю присвячені впливу державних субсидій на конкурентоспроможність регіонів (Qian, Liu & Wang, 2018), де автори зосереджують свою увагу на політичних ініціативах, зокрема, на державних субсидіях, які, на їх думку суттєво впливають на імпорту стратегічних ресурсів, засобів, за допомогою яких регіони можуть краще підтримувати та розвивати свої конкурентні переваги [19]. Інша публікація (Chen, 2022) зачіпає аспект впровадження китайсько-європейського залізничного експресу в Китаї, як конкурентної переваги у розвитку конкурентоспроможності регіонів [21].

Країнами з найбільш цитованими публікаціями виявилися Італія, Іспанія, Індія, Велико-

британія, Швейцарія, Сполучені Штати Америки, Австралія, Швеція, Франція та Данія. Середнє цитування статей знаходиться в межах від 11,2 до 99,7. Відповідні дані наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

Найбільш цитовані публікації за країнами

Country	TC	Average Article Citations
ITALY	922	34,10
SPAIN	388	29,80
INDIA	299	99,70
UNITED KINGDOM	296	59,20
SWITZERLAND	209	69,70
USA	182	13,00
AUSTRALIA	128	42,70
SWEDEN	120	60,00
FRANCE	45	11,20
DENMARK	43	43,00

Далі проаналізуємо найбільш релевантні наукометричні видання. 184 публікації були опубліковані у 163 наукових журналах, найбільш релевантні з яких у цій галузі представлені в таблиці 2. Серед них «Journal of Environmental Management and Tourism»,



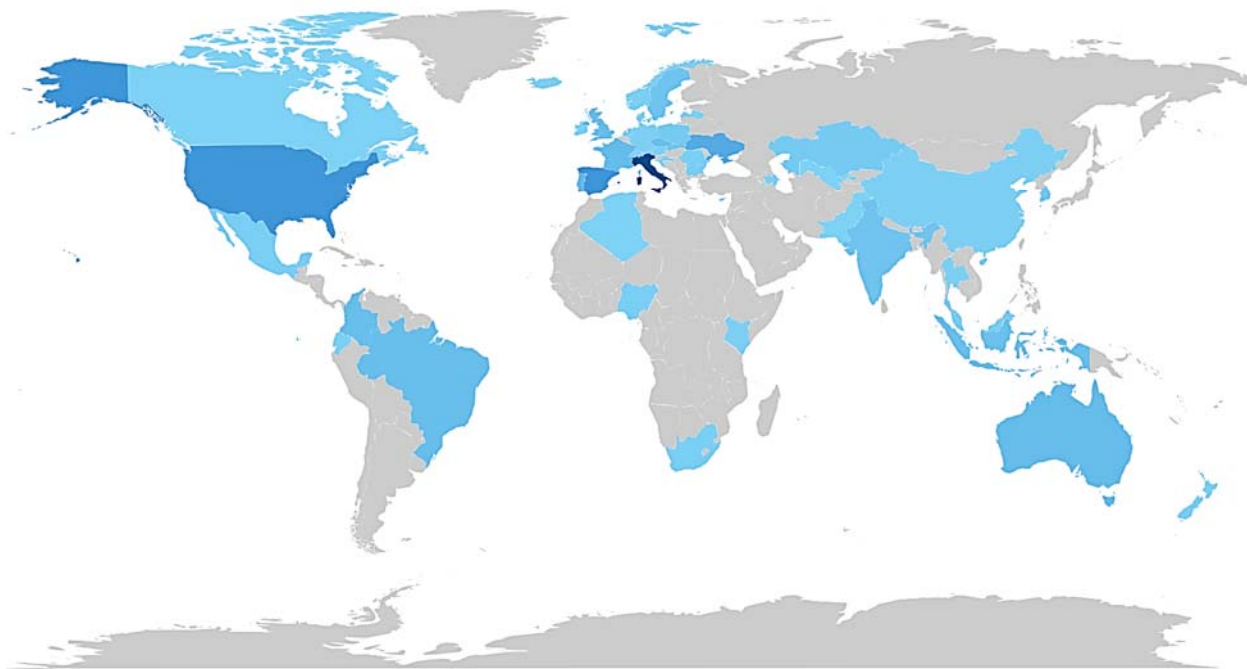


Рис. 4. Світовий науковий інтерес до тематики конкурентних переваг територій

Джерело: Biblioshiny

Таблиця 2

## Найбільш впливові наукові видання у сфері конкурентних переваг територій

Most productive journals	Records	Records	Quotes
Journal of environmental management and tourism	5	Strategic management journal	204
Mediterranean journal of social sciences	5	Regional studies	82
Espacios	4	Journal of business research	75
British food journal	3	Academy of management review	68
International journal of applied business and economic research	3	Journal of knowledge management	66
International journal of economics and business administration	3	Journal of management	65
International journal of economics and financial issues	3	Organization science	63
International review of management and marketing	3	Tourism management	57
Journal of knowledge management	3	European planning studies	53
Sustainability (switzerland)	3	Research policy	53

«Mediterranean Journal of Social Sciences», «British Food Journal», «International Journal of Applied Business and Economic Research» та інші, які виділяються високими показниками. В цих журналах було опубліковано щонайменше три статті за тематикою конкурентних переваг регіонів.

Статтю з найбільшою кількістю цитувань є "Role of leadership in knowledge management: a

study" автора S. K. Singh (2008). Вона розглядає важливість лідерства в контексті управління знаннями. Дослідження акцентує увагу на тому, як лідерство сприяє ефективній імплементації системи управління знаннями та підтримують створення корпоративної культури, спрямованої на сприяння обміну знань та навчання. Стаття з'ясує, що лідерство грає важливу роль у створенні середовища, де знання можуть

бути ефективно використані та розвиватися, сприяючи інноваціям та забезпечуючи конкурентні переваги в умовах змінного ринкового середовища. Аналізуючи взаємозв'язок між лідерством та управлінням знаннями, автор надає новий погляд на проблему управління знаннями як конкурентною перевагою [23].

**Висновки.** Отже, поведене нами наукове картографування дослідницького поля конкурентних переваг територій за допомогою

*bibliometrix R-package* дозволяє зробити наступні висновки щодо предмету дослідження. Розвиток територій має пряму взаємодію з конкурентоспроможністю, оскільки забезпечення конкурентоспроможності є однією з основних цілей цього процесу. Конкурентоспроможність територій визначається їх здатністю привертати інвестиції, туристів, підприємства та талановитих фахівців порівняно з іншими регіонами.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Flint, G. F. (2000), "What is the meaning of competitive advantage?", *Advances in Competitiveness Research*, Vol. 8 No. 1, pp. 121–129.
2. Powell, T. C. (2001), "Competitive advantage: logical and philosophical considerations", *Strategic Management Journal*, Vol. 22. No. 9, pp. 875–888. DOI: <http://dx.doi.org/10.1002/smj.173>
3. Lambin, J. J. (1997, January 1). *Strategic Marketing Management*. In-Text Citation: (Lambin, 1997). DOI: <https://doi.org/10.1604/9780077092276>
4. Grimm, C. M., Lee, H., Smith, K. G. (2006), *Strategy as action. Competitive dynamics and competitive advantage*, Oxford University Press, New York.
5. Wang, H. (2014). Theories for competitive advantage. In H. Hasan (Eds.), *Being Practical with Theory: A Window into Business Research* (pp. 33–43). Wollongong, Australia: THEORI.
6. Bain, J. (1968), *Industrial Organization*, John Wiley and Sons, New York.
7. Evans, C. (2003), *Managing for Knowledge: HR's Strategic Role*, Butterworth-Heinemann, Amsterdam.
8. Hamel, G. & Prahalad, C. (1994), *Competing for the Future*, Harvard University Press, Boston.
9. Beckmann, T. J. (1999), 'The current state of knowledge management', in J. Liebowitz, (ed.), *Knowledge Management Handbook*, CRC Press, Boca Raton, pp. 1–22.
10. Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017, November). *bibliometrix : An R-tool for comprehensive science mapping analysis*. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959–975. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
11. Zupic, I., & Čarter, T. (2014). *Bibliometric Methods in Management and Organization*. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429–472. DOI: <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>
12. Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. *Harvard Business Review*, 68(2), 73–93.
13. Jardon, C. M., & Susana Martos, M. (2012, October 19). Intellectual capital as competitive advantage in emerging clusters in Latin America. *Journal of Intellectual Capital*, 13(4), 462–481. DOI: <https://doi.org/10.1108/14691931211276098>
14. Jardon, C. M. (2015, November). The use of intellectual capital to obtain competitive advantages in regional small and medium enterprises. *Knowledge Management Research & Practice*, 13(4), 486–496. DOI: <https://doi.org/10.1057/kmrp.2014.4>
15. Zen, A. C., Bittencourt, B. A., Hervas-Oliver, J. L., & Rojas-Alvarado, R. (2022, April 3). Sustainability-Oriented Transition in Clusters: A Multilevel Framework from Induction. *Sustainability*, 14(7), 4265. DOI: <https://doi.org/10.3390/su14074265>
16. Bittencourt, B. A., Zen, A. C., Schmidt, V., & Wegner, D. (2018, November 19). The orchestration process for emergence of clusters of innovation. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 11(3), 277–290. DOI: <https://doi.org/10.1108/jstpm-02-2018-0016>
17. Pobirchenko, V., Shutaieva, E., Karlova, A., & Polyukhovich, E. (2019, December 31). Territory Brand: Approaches to Definition, Simulation Methodology. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 10(6), 1351. DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.v10.6\(38\).18](https://doi.org/10.14505/jemt.v10.6(38).18)
18. Shutaieva, E., Pobirchenko, V., Karlova, A., & Polyukhovich, E. (2020, June 30). Branding of Tourist Destinations. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 11(4), 973. DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.11.4\(44\).22](https://doi.org/10.14505/jemt.11.4(44).22)
19. Qian, G., Liu, B., & Wang, Q. (2018, December 10). Government subsidies, state ownership, regulatory infrastructure, and the import of strategic resources. *Multinational Business Review*, 26(4), 319–336. DOI: <https://doi.org/10.1108/mbr-10-2017-0080>
20. Cham, T. H., Wei-Han Tan, G., Aw, E. C. X., Ooi, K. B., Jee, T. W., & Pek, C. K. (2023, June 5). Virtual reality in tourism: adoption scepticism and resistance. *Tourism Review*. DOI: <https://doi.org/10.1108/tr-10-2022-0479>

21. CHEN, H. (2022). Progress and review of research on China-Europe Railway Express in China from the geographical perspective. *Progress in Geography*, 41(6), 1136–1144. DOI: <https://doi.org/10.18306/dlkxjz.2022.06.015>
22. Silva, M. S., Correia, S. E., & Oliveira, V. M. (2022). Scientific mapping in Scopus with Biblioshiny: A bibliometric analysis of organizational tensions. *Contextus – Contemporary Journal of Economics and Management*, 20(5), 54–71. DOI: <https://doi.org/10.19094/contextus.2022.72151>
23. Singh, S. K. (2008, July 18). Role of leadership in knowledge management: a study. *Journal of Knowledge Management*, 12(4), 3–15. DOI: <https://doi.org/10.1108/13673270810884219>
24. Danko, Y. I., & Reznik, N. P. (2019). Contemporary challenges for China and Ukraine and perspectives for overcoming these challenges. *Global Trade and Customs Journal*, 14(6).
25. Nifatova, O., Ladyka, V., Hryshyna, Y., & Danko, Y. (2023). Agricultural education in times of war: Strategic visions, leadership practices and post-war reconstruction. *Problems and Perspectives in Management*, 21, 87–97.