

УДК 338.487:659.1

Ткачук С.Є.¹, Цвілий С.М.²

¹ студ. гр. МТЕ-120 НУ «Запорізька політехніка»

² канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА СТАЛИЙ РОЗВИТОК СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Питання конкуренції та конкурентоспроможності, що набули важливого практичного значення в умовах сталого розвитку економіки, залишаються не дослідженими з позиції галузевої специфіки в туризмі. Сьогодні не уточнено

понятійний апарат теорії конкурентоспроможності в сфері туризму, відсутня чітка система критеріїв та методів оцінки конкурентоспроможності суб'єктів туристичного бізнесу, мало дослідженими є питання розробки конкурентних стратегій, не визначені фактори впливу на конкурентоспроможність. В цілому, конкуренція є боротьбою між учасниками ринку за найвигідніші умови виробництва, купівлі-продажу товарів та послуг, за привласнення найбільших прибутків. Виділяють такі переваги конкуренції: конкуренція є механізмом регулювання пропорцій виробництва, силою розширення асортименту товару, підвищення якості, впровадження інновацій, збільшення продуктивності, економії ресурсів для одержання більшого прибутку, сприяє раціональнішому розподілу ресурсів та захищає споживача від диктату виробника [1].

Менеджмент конкурентоспроможності суб'єктів туристичного бізнесу повинен диференціюватись і адаптовуватись до змін зовнішнього середовища, а також враховувати фінансово-економічні результати та плани підприємства. Функціональна складова управління повинна посилюватись у напрямі аналізу і контролю, оскільки переважна більшість сучасних туристичних підприємств мало уваги приділяють даним аспектам діяльності. Це стосується планування й прогнозування [2]. Бажання в короткостроковому періоді часу отримати максимальний прибуток позбавляє суб'єкта туристичного бізнесу певного стратегічного бачення подальшої діяльності, що може негативно позначитись на конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі і сталому розвитку. Ефективна реалізація функцій менеджменту дозволяє досягнути головних завдань управління конкурентоспроможністю, зокрема: 1) планування та прогнозування дозволяє окреслити пріоритети конкурентних переваг; 2) організація і реалізація забезпечує пошук необхідного ресурсного забезпечення для досягнення управлінських цілей, спрямованих на підвищення рівня конкурентоспроможності; 3) аналіз і контроль передбачає поглиблену діагностику реального виконання визначених стратегічних цілей, а також поточних оперативних завдань. Досягнення учасниками управлінської діяльності своїх цілей значною мірою залежить від дотримання основних принципів управління: комплексності, системності, гнучкості, орієнтації на споживача. Комплексність управління передбачає розгляд діяльності суб'єктів туристичного бізнесу в комплексі з суміжними галузями (транспортні фірми, готелі, ресторани, легка промисловість та ін.). Системність в управлінні передбачає врахування всіх передумов і обмежень сталого розвитку суб'єктів туристичного бізнесу [3]. Гнучкість в управлінні базується на врахуванні чинників невизначеності, що можуть мати вплив на зовнішнє і внутрішнє середовище діяльності суб'єкта туристичного бізнесу. Орієнтація на клієнта забезпечується відповідністю «ціна–якість» та

передбачає ведення діяльності суб'єкта туристичного бізнесу на рівні міжнародних та світових стандартів.

Для оцінки ефективності управління суб'єктами туристичного бізнесу рекомендується використовувати такі інструменти: ціноутворення (ціни і тарифи на туристичні послуги); оцінювання сервісного обслуговування (мито, ліцензування, сертифікація, стандартизація, страхування туристів і т.п.), маркетингові дослідження (оцінка маркетингових параметрів сучасного стану суб'єктів туристичного бізнесу і їх прогностичні значення). Головний підхід до управління конкурентоспроможністю суб'єктів туристичного бізнесу повинен реалізовуватись через домінування групи методів примусу. При цьому важливе значення має організаційний вплив з метою покращення показників ефективності персоналу суб'єктів туристичного бізнесу, оскільки в сфері послуг це є визначальною детермінантою рівня конкурентоспроможності. З метою підвищення ефективності роботи персоналу важливим є безперервне організаційно-методичне інструктування. Таким чином, механізми управління конкурентоспроможністю та сталим розвитком суб'єктів туристичного бізнесу потребують ретельного та комплексного вивчення їх концептуальних завдань. Вагому нішу тут займає розробка методичних підходів до розрахунків показників конкурентоспроможності суб'єктів туристичного бізнесу. Тільки так можна визначити напрямки подолання деструктивних тенденцій у бізнесі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Tsviliy S. Marketing of the domestic hotel and restaurant enterprise in the international digital space / S. Tsviliy, D. Gurova, S. Zhuravlova // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2021. – № 35. – С. 74–79.
2. Tsviliy S. Expert counselling for hotel companies on protection of micro-business interests in coronavirus conditions / S. Tsviliy, D. Gurova, S. Zhuravlova // Приазовський економічний вісник. – 2021. – № 1(24). – С. 155–160.
3. Цвілий С. М. Маркетинг в туризмі : навч. посіб. / С. М. Цвілий, Т. С. Кукліна, В. М. Зайцева. – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. – 260 с.