

УДК 338.46

Малюга Л.М.

к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Уманський національний університет садівництва
м. Умань, Україна

УПРАВЛІННЯ ФАКТОРАМИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Динамічність соціально-економічних змін закономірно висувають на перший план питання формування механізмів забезпечення та підтримки конкурентоспроможності підприємств сфери обслуговування. Одночасно це створює передумови для розробки нових підходів і виявлення факторів, що впливають на сприйняття конкурентних загроз і переваг спричинених гострою

конкурентною боротьбою і закладає основу для вироблення стратегії і тактики діяльності суб'єкта на ринку.

Сам термін «фактор» можна трактувати як рушійну силу будь-якого процесу або явища. Виходячи з цього, ми пропонуємо вдосконалену класифікацію факторів конкурентоспроможності підприємств сфери обслуговування за різними критеріями [1].

За тривалістю дії фактори конкурентоспроможності підприємств сфери обслуговування нами поділено на:

- на фактори постійного характеру, період дії яких збігається з періодом функціонування підприємства;
- фактори тимчасового характеру, що в основному пов'язані з сезонними особливостями, чи певними специфічними потребами споживачів;
- епізодичні фактори, які можуть бути викликані випадковими, непередбачуваними факторами внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

За силою впливу фактори конкурентоспроможності підприємств сфери обслуговування поділені на:

1. Стимулюючі – фактори, які сприяють зростанню обсягу наданих послуг, пошуку нових технологій, створення нових типів послуг;
2. Стримуючі – фактори, що уповільнюють розвиток підприємств сфери обслуговування та загалом негативно впливають на рівень конкурентоспроможності;
3. Нейтральні – не створюють відчутного впливу на ефективність виробництва та розвиток господарської діяльності.

Також за силою впливу ми розподіляємо фактори:

- на глобальні, що кардинально впливають на все підприємство і призводять до появи нового напрямку діяльності, зміни технології виробництва, повного перерозподілу ресурсів, зміни організаційної структури тощо;
- локальні, що відносяться лише до конкретного виду продукції, послуги, споживача або постачальника.

За ступенем контролю науковці [2], в своїх дослідженнях роблять основний акцент на зовнішніх та внутрішніх факторах.

До зовнішніх факторів конкурентоспроможності підприємств сфери обслуговування нами віднесені: природно-кліматичні умови; географічне розташування; державне регулювання; рівень розвитку науки і технологій, конкурентне середовище, що визначає інтенсивність конкуренції на досліджуваному ринку; всі фактори, що пов'язані із споживачами продукції: звички і традиції покупців, рівень платоспроможного попиту тощо.

Внутрішні фактори конкурентоспроможності – це чинники внутрішнього стану підприємств сфери обслуговування, що характеризують його можливість функціонувати у зовнішньому середовищі і вести конкурентну боротьбу [3]. Таку класифікацію ми провели, використовуючи теорію ефективної конкуренції.

До першої групи входять фактори, що впливають на ефективність виробничо-технологічного процесу (ефективність виробництва).

До другої групи віднесені об'єднані фактори, що відображають фінансовий стан підприємства. Аналіз фінансового стану підприємств сфери обслуговування означає проведення дослідження складу і розміщення активів, динаміки і структури джерел фінансування, наявності власних оборотних засобів, кредиторської заборгованості, наявності і структури оборотних засобів, платоспроможності та ліквідності.

До третьої групи належать фактори, що дозволяють підприємствам сфери обслуговування одержати переваги над конкурентами через ефективніше управління збутом та просуванням послуг на ринку (ефективність продажу).

До четвертої групи входять фактори, що безпосередньо впливають на конкурентоспроможність товарів і послуг, а саме: частка ринку, якість продукції і послуг, їх ціна та рентабельність.

Крім наведеного вище розподілу факторів на внутрішні і зовнішні, з метою управління конкурентоспроможністю доцільним є поділ факторів на контрольовані і неконтрольовані підприємством. До контрольованих

підприємством факторів відносимо ті, що підприємство за необхідності може змінити в певному напрямі, за наявності фінансових і часових можливостей. Сюди відносяться технічні характеристики підприємства і продукції, технологія виробництва, а також організація управління. Причому, чим вище запас фінансових ресурсів для перших двох факторів і часовий запас для третього, тим достовірніша вірогідність підвищення конкурентоспроможності підприємства загалом за допомогою вказаних чинників.

Серед контрольованих підприємством факторів особливо потрібно виділити якість продукції і послуг, яку можна розглядати і як засіб конкурентної боротьби, і як фактор успішної комерційної діяльності. Тому якість продукції стає важливим фактором конкурентоспроможності, що не лише задовольнить споживача, а й дасть можливість підприємству діяти в умовах жорсткої конкуренції.

Отже, на основі вивчення факторів формування конкурентоспроможності підприємств сфери обслуговування, загальну їх сукупність систематизовано та згруповано за ознаками, що характеризують контрольованість, час дії та силу впливу. При цьому, для оцінки своєї діяльності та діяльності підприємств сфери обслуговування-конкурентів важливо виявити вплив на рівень конкурентоспроможності внутрішніх, контрольованих з боку підприємства факторів.

Така систематизація сприяє розробці ефективних заходів з управління конкурентоспроможністю. Однак, розглядаючи фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємств сфери обслуговування, потрібно враховувати наступні положення:

- як не всі внутрішні фактори можуть контролюватися підприємством, так і не завжди зовнішні є неконтрольованими;
- у динаміці кожен фактор конкурентоспроможності підлягає певним змінам, тому можливою є лише оцінка основної тенденції його зміни в напрямі збільшення або зменшення сили впливу, часу дії та ступеня контролю;
- всі фактори розміщені в одній системі і, як наслідок, тісно

взаємопов'язані між собою;

– наявність сукупності факторів не гарантує конкурентних переваг підприємству.

Література:

1. Шалева О.І. Олесневич О.В. Актуальні аспекти аналізу економічної ефективності діяльності підприємств сфери послуг. *Вісник ЛТЕУ. Економічні науки*, 2022. № 68. URL:<http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/view/1174>

2. Цвілий С.М., Кукліна Т.С., Зайцева В.М. Маркетинг в готельно-ресторанному господарстві : навчальний посібник.. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. 260 с.

3. Вареник І.В., Німко С.І. Конкурентоспроможність сфери послуг України. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 2. С. 45-48.