

УДК 338.486.22

Сільвеструк Д.В.¹, Бут Т.В.²

¹ студ. гр. МТЕ-110 НУ «Запорізька політехніка»

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

СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Створення конкурентного середовища є важливим завданням для розвитку будь-якої галузі. Ось деякі кроки, які можуть сприяти створенню конкурентного середовища туристичних послуг:

Маркетинг та брендування туристичних послуг: розробка ефективних маркетингових стратегій допоможе залучити увагу клієнтів і підвищити впізнаваність туристичного бренду; важливо вивчати туристичний ринок, аналізувати конкурентів та розробляти унікальні пропозиції для споживачів.

Якість туристичного продукту або туристичної послуги: висока якість послуги та її вдосконалення є ключовим фактором для залучення та утримання клієнтів, що підвищить конкурентоспроможність турринку.

Цінова політика туристичних послуг: розробка оптимальної цінової стратегії дозволить зберегти конкурентоспроможність туристичних послуг; важливо враховувати вартість наданих туристичних послуг, потреби клієнтів.

Інновації та дослідження туристичного ринку: впровадження нових технологій та ідей допоможе відокремити вас від конкурентів; аналіз ринку та виявлення нових можливостей дозволить реагувати на зміни та вдосконалювати туристичний продукт.

Співпраця та партнерство на туристичному ринку: співпраця з іншими компаніями забезпечить доступ до нових туристичних ринків; партнерство зі спільними цілями підвищить конкурентоспроможність обох сторін.

Загалом, створення конкурентного середовища вимагає постійних зусиль, але може принести значні переваги для бізнесу чи галузі.

М. Портер визначає конкурентоспроможність підприємства як здатність успішно оперувати на конкретному ринку (регіоні збуту) у даний період часу шляхом випуску і реалізації конкурентоспроможних виробів і послуг [1].

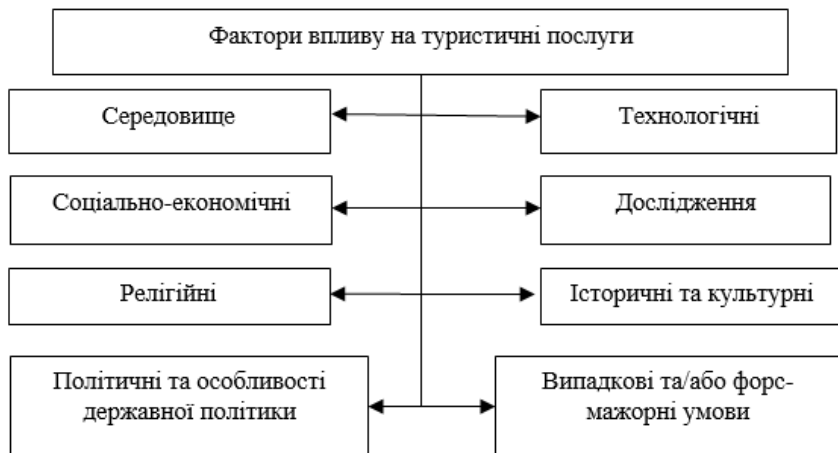


Рис. 1. Характеристика факторів впливу на туристичні послуги та формування конкурентних переваг [4]

Конкурентна перевага – це досягнення суб'єктом світового туристичного ринку переважаючої позиції стосовно більшої кількості конкурентів [2]. Конкурентоспроможність зосереджена на прояві переваги над конкурентами в економічній, технічній та організаційній сфері підприємства [3], які можна виміряти за допомогою економічних показників. Слід зазначити, що конкурентна перевага не може ідентифікувати з потенційними можливостями компанії. На відміну від можливостей, це факт, зафіксований як результат реальних і очевидних переваг. Ось чому у діловій

практиці конкурентними перевагами є основна мета та результат господарської діяльності [1].

Дієве управління конкурентними перевагами туристичних послуг на світовому ринку є важливим питанням. Проведений аналіз існуючих в науковій літературі класифікацій факторів впливу на туристичні послуги на світовому ринку, дозволив їх узагальнити наступним чином (рис. 1).

Тобто конкурентні переваги туристичного напрямку визначаються сукупністю факторів, за допомогою яких можна оцінити стан інфраструктури, розміщення та харчування, розважальних та транспортних послуг, ступеня безпеки іноземних громадян. Отже, вплив зазначених факторів формує конкурентоспроможність на світовому ринку туристичних послуг. Таким чином, під конкурентоспроможністю туристичних послуг на світовому ринку слід розуміти здатність держав сформувати конкурентні переваги туристичної галузі спільно з спорідненими та підтримуючими галузями, що відповідають міжнародним стандартам обслуговування туристів та об'єктам туристичного інтересу, які визначають розвиток специфічних для країн видів туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Портер М. Конкуренція. – Київ. 2001. – 387 с.
2. Рахман М. С. Кон'юнктурний аналіз розвитку готельної індустрії як складової туризму України. / М. Рахман. // Бізнес Інформ. – 2015. № 11. – С. 205-211.
3. Примич, К. О. Формування конкурентної стратегії туристичного підприємства. / К.О. Примич, Т.В. Бут. // Тиждень науки: щоріч. наук.-практ. конф., 18–21 квітн. 2018 р.: тези доп. – Запоріжжя : ЗНТУ, 2018. - С 2041-2042.
4. Полковниченко С. О. Оцінка конкурентоспроможності України на європейському ринку туристичних послуг. [Електронний ресурс] : С. О. Полковниченко. Ефективна економіка. 2018. - № 12. - Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/114.pdf (дата звернення: 17.03.2024).