

3. Поліщук І. О. Пріоритетні напрямки розробки маркетингових стратегій антикризового управління підприємством / І. О. Поліщук, Т. В. Кузнєцова // Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції : зб. наук. праць. – Київ : СЕУ, 2012. – Вип. XVIII, № 4. – С. 122–127.

Т.С. Незвешук-Когут, канд. екон. наук, доц. (*ЧТЕІ КНТЕУ, Чернівці*)
Н.М. Сулима (*ЧТЕІ КНТЕУ, Чернівці*)

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

Незважаючи на складну соціально-економічну ситуацію та затяжний суперечливий перебіг суспільно-політичних процесів, що спостерігається в Україні в останні роки, розвиток готельного господарства та туризму має ознаки позитивної тенденції. Так, зокрема у Західній Україні поступово збільшується кількість готельних підприємств та комплексів, розробляються нові пізнавальні туристичні маршрути, створюється нові туристичні продукти тощо, що здатні забезпечити комплексне та якісне обслуговування. За таких умов для підприємств готельного господарства стає актуальним пошук нових інструментів менеджменту, впровадження найновіших досягнень науково-технічного прогресу та світового досвіду розвитку туризму, здатних забезпечити високу конкурентоспроможність, повну заселеність та стабільні доходи.

Загалом проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного господарства вивчалися такими відомими іноземними та вітчизняними науковцями, як А.В. Жуков, П.О. Подлепіна, Н.М. Кузнєцова, О.М. Шаповалова, С.В. Мельниченко, А.А. Донець, Н.Ю. Балацька, Л.М. Малюга. Однак, наступальний розвиток сфери гостинності вимагає від підприємств готельного господарства постійної актуалізації готельної пропозиції, впровадження та реалізації нових трендів тощо, що вимагає від науковців подальшого дослідження конкурентоспроможності.

Зазначимо, що, на думку А.В. Жукова, конкурентоспроможність готелю – це здатність і можливість засобів розміщення здійснювати діяльність з надання готельних послуг в умовах ринку, а також мати переваги перед готелями конкурентами і за рахунок цього отримувати

додатковий прибуток, який спрямовується як на розвиток готелю та його кадрового складу, так і на забезпечення якісного обслуговування клієнтів [1, с. 17]. Ми також наголошуємо на важливості зосередження уваги саме конкурентних перевагах, адже це є тим визначальним фактором, який впливає на потенційного туриста при виборі засобу розміщення.

Вивчаючи проблематику забезпечення конкурентоспроможності закладів готельного господарства нами було визначено, що більшість споживачів при виборі місця розміщення враховують певні фактори, які на нашу думку можна вважати як конкурентні переваги.

Так, проаналізувавши відгуки туристів на форумах офіційних сайтів готелів нами було виділено ряд основних конкурентних переваг, які найчастіше обговорювалися туристами при описі підприємства готельного господарства:

- місце розташування готелю: близькість до об'єкта (природного, історичного, рекреаційного);
- зручність розташування готелю, місцевості (якість доріг, доступність та можливість проїзду всіма видами транспорту);
- інфраструктура та матеріально-технічна база підприємства (наявність прилеглої території, стан споруди, наявність сучасних ремонтів, стан устаткування та обладнання, меблів тощо);
- спектр необхідних додаткових послуг, залежно від типу готелю;
- способи та якість харчування, у тому числі дієтичного та збалансованого;
- наявність засобу розміщення у міжнародних системах он-лайн бронювання, або наявність власного сайту;
- наявність системи знижок, бонусів, акційних пропозицій тощо;
- співвідношення ціна–якість.

Визначивши ряд основних конкурентних переваг, що на наш погляд забезпечують конкурентоспроможність підприємств готельного господарства, пропонуємо їх умовно поділити на статичні (ті, що важко, або неможливо покращити власниками готелів) та динамічні (ті, що можливо покращити силами засобу розміщення). До статичних віднесемо місце розташування готелю, якість доріг, доступність та можливість проїзду всіма видами транспорту тощо, до динамічних стан матеріально-технічної бази, наявність та якість додаткових послуг, у тому числі харчування, можливість онлайн-бронювання, визначення адекватної ціни.

Отже, визначення конкурентних переваг за принципом статичних та динамічних, постійне удосконалення, збільшення за

кількістю і покращення за якістю саме динамічних переваг сприятиме конкурентоспроможності закладу розміщення.

Список використаних джерел

1. Жуков А. В. Обеспечение конкурентоспособности гостиничных услуг на основе применения ин센див программ : дис. канд. экон. наук : 08.00.05 / Жуков А. В. ; Гос. университет упр. – М., 2014. – 172 с.

О.М. Нестеренко, канд. екон. наук, доц (*XHV ім. В.Н. Каразіна, Харків*)

ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасна ринкова економіка України формується та розвивається одночасно із загостренням конкурентної боротьби у світі, яка з кожним роком набуває більш глобальних масштабів. За таких умов можливості стабільного економічного зростання як в цілому економіки України, так й окремого товаровиробника багато в чому залежать від ефективного рішення такого питання, як підвищення рівня конкурентоспроможності кожного із суб'єктів господарювання.

Успішне функціонування національної економіки у складному та динамічному ринковому просторі вимагає перегляду концептуального підходу до управління конкурентоспроможністю підприємствами провідних галузей, зокрема мобілізації зусиль з адаптації систем управління та комплексного використання власного конкурентного потенціалу.

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин в Україні, коли посилюється роль споживачів, зростає ризик і невизначеність умов функціонування підприємств, збільшується ступінь залежності від маркетингового середовища, посилюється конкурентна боротьба за ринки збуту товарів, особливу актуальність набуває проблема забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Управління конкурентним потенціалом передбачає спочатку аналіз конкурентного середовища, а потім на основі цього пошук необхідних можливостей і розробку стратегічної поведінки.

Стратегічне управління конкурентним потенціалом – комплекс процесів і засобів розробки і реалізації портфеля маркетингових конкурентних стратегій підприємства з метою здійснення гнучкого