

Л.Л. Калініченко, д-р екон. наук, проф. (ХНУБА, Харків)
А.С. Устіловська, асп., викл. (ХНУБА, Харків)

МЕХАНІЗМ ДОСЯГНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Конкурентна перевага виступає основою забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Різноманіття існуючих трактувань поняття «конкурентна перевага» визначило існування таких підходів, які розглядають конкурентну перевагу як:

- можливість підприємства випереджувати своїх конкурентів;
- індикатор положення підприємства в конкуренції;
- реалізована компетенція підприємства;
- нововведення, яке дає прирощення бізнес-успіху;
- результат конструктивного мислення;
- спроможність заволодіти споживачів та зберігати їх схильність.

Підприємство має досягнути конкурентної переваги одним з трьох шляхів:

- 1) стати кращому самому, що базується на застосуванні сукупності заходів, які направлені на вдосконалення власної діяльності (поліпшення якості, зниження собівартості послуг);
- 2) послабити конкурентів;
- 3) змінити ринкове середовище.

Саме перший шлях повинні обрати підприємства індустрії туризму.

Крім того, конкурентні переваги цих підприємств повинні бути забезпечені такими факторами, як висока якість, зниження рівня витрат за рахунок високої продуктивності, ключові компетенції, під якими розуміється особлива навичка чи технологія, які створюють унікальну цінність для споживачів.

В умовах активізації конкурентної боротьби між підприємствами туристичного бізнесу найбільш стійкими є інноваційні переваги, тобто ті, які ґрунтуються на використанні інновацій.

Інновації в індустрії туризму – це розробка, створення нових туристських продуктів із застосуванням досягнень науки, техніки, ІТ-технологій, а також передового досвіду у галузях управління та маркетингу, впровадження яких дозволить підвищити зайнятість населення, забезпечити зростання його доходів, підвищити соціально-економічний розвиток і туристичну привабливість країни і регіонів.

Для розвитку індустрії туризму і суміжних галузей економіки є першочергове завдання держави та бізнесу – створення сприятливих інвестиційних умов для створення інноваційних туристичних продуктів.

Конкурентна перевага підприємств індустрії туризму – це сукупність характеристик діяльності підприємств туристичного бізнесу, яка надає можливість швидко реагувати на зміни у конкурентному середовищі та на вимоги ринку у сфері туризму, яка на основі формування і реалізації інвестиційно-інноваційного потенціалу створює певні переваги над конкурентами.

Механізм досягнення конкурентних переваг підприємствами туристичного бізнесу – це комплекс заходів, що забезпечує здатність туристичної фірми домінувати на внутрішньому ринку та вийти на ринок міжнародних туристичних послуг, що визначає спроможність відповідати європейським вимогам щодо здійснення туристичних послуг.

Розробка механізму досягнення конкурентних переваг туристичної фірми перш за все починається з формування основної мети туристичної фірми як безперервного циклу виробничої та перспективної діяльності по створенню вітчизняного туристичного продукту.

Серед основних напрямів, із яких необхідно досягнути конкурентних переваг є:

- створення привабливих туристських продуктів, що відповідають потребам туристів;
- підтримання пропозиції на рівні попиту;
- збереження конкурентоспроможності туристичного продукту;
- якісне обслуговування туристів;
- набуття постійної клієнтури;
- забезпечення фінансової стійкості.

Рух в напрямку досягнення цих підцілей повинен супроводжуватися і неможливий без оцінювання поточного стану, перспектив розвитку і перешкод подальшого розвитку, що здійснюється методом експертних оцінювань, опитування, на основі статистичних даних і факторного аналізу.

Тому в Україні необхідно більше уваги приділяти індустрії туризму, сприяти вдосконаленню інноваційних процесів у сфері туризму, сприяти створенню нових продуктів та послуг, нових технологій управління в туристичному бізнесі.