

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

Петрикей Ю., гр. МВ-20

Науковий керівник – асист. Г.С. Чернікова  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Зелений туризм – надзвичайно перспективна галузь, важливий інструмент підвищення добробуту регіонів та самореалізації ініціативного місцевого населення.

Зелений туризм являє собою рекреаційну діяльність на основі екологічно чистих територій, на базі сільських населених пунктів, з можливістю розміщення в гостьових будинках, що надаються місцевими жителями. Він охоплює широкий спектр форм відпочинку на селі: від стаціонарного відпочинку у сільській місцевості (власне сільський туризм), відпочинку у туристичних центрах і курортах, що розташовані у селищах і малих містах, до відпочинку у сільських домогосподарствах (агротуризм).

Актуальним сьогодні для правової підтримки сільського туризму є формування організаційно-господарського механізму його функціонування та державної підтримки у вирішенні таких питань: 1) прийняття нормативних документів, які регулюватимуть діяльність різних форм сільського туризму; 2) здійснення заходів щодо підтримки та просування сільського туризму на внутрішньому та міжнародному туристичному ринку; 3) забезпечення організаційної й матеріальної підтримки з боку держави нового виду послуг на селі – сільського туризму та агротуризму.

Зростання популярності зеленого туризму, відбувається за рахунок відносно невисокої вартості відпочинку, що зумовлено використанням продукції власного виробництва та низької зайнятості населення. Розвиток агротуристичної діяльності повинен спиратися на державну підтримку, в т.ч. у вигляді цільових програм розвитку туризму та агротуризму, програм альтернативної зайнятості селян. У стратегії перспективного розвитку агротуристичних послуг важливе місце займає їх бізнес-планування, зокрема на базі домогосподарств.

Реалізація розвитку зеленого туризму на Слобожанщині може сприяти подовженню терміну туристичного сезону та збереженню навколишнього середовища, збільшенню кількості туристів, які будуть відвідувати певні регіони протягом року. Це дозволить створити нові робочі місця у районах та селищах з потужним туристичним потенціалом, а також розпочати системний інноваційний розвиток туризму.

## КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇЇ ВИДИ

Подколзіна В.М., гр. МО-18

Науковий керівник – доц. О.М. Шаранова  
Харківській державний університет харчування та торгівлі

З розвитком ринкового механізму торговельні підприємства усвідомлюють необхідність перспективного керування господарською діяльністю на основі наукової методології передбачення її напрямків і форм, адаптації до загальної стратегії розвитку підприємства й умов зовнішнього середовища його функціонування. Ефективним інструментом перспективного керування діяльністю торговельного підприємства є конкурентна стратегія.

Конкурентна стратегія підприємства – це генеральна комплексна програма дій, яка визначає пріоритети підприємства, його місію, головні цілі і розподіл ресурсів для їх досягнення. Оскільки її обґрунтування впливає на цілі підприємства та основні шляхи для їх досягнення, тому питання її визначення набувають великої актуальності.

Висока динаміка основних макроекономічних показників, пов'язаних з діяльністю торговельних підприємств, темпи технологічного прогресу, часті коливання кон'юнктури споживчого ринку не дозволяють ефективно керувати торговельним підприємством на основі лише раніше накопиченого досвіду й традиційних методів торговельного менеджменту. Тому на вибір конкурентної стратегії торговельного підприємства впливає, у першу чергу, інтенсивність змін чинників зовнішнього середовища. Таким чином, виявивши та оцінивши основних конкурентів, компанія повинна розробити конкурентну стратегію, за допомогою якої зможе отримати конкурентну перевагу, запропонувавши товари вищої споживчої цінності. Застосовуються підприємствами торгівлі такі групи стратегій: загальні для всієї організації в цілому; загальні конкурентні за окремими бізнес-напрямами; продуктово-товарні для кожного з напрямків діяльності організації; функціональні для кожної з функціональних підсистем підприємства; ресурсні для забезпечення досягнення стратегічних орієнтирів.

Управління конкурентною поведінкою бізнес-організації базується на розробці та ефективній реалізації зваженої обґрунтованої конкурентної стратегії, яка передбачає забезпечення конкурентних переваг на тривалий період.