

увяляти, які необхідно реалізувати перш за все. Кожна пропозиція повинна мати чітко сформовані специфічні особливості.

Таким чином, систематичне проведення аналізу туристичного продукту за матрицею БКГ забезпечить керівництво необхідною інформацією щодо стану тих чи інших позицій, що в свою чергу, дозволить своєчасно приймати обґрунтовані управлінські рішення і в подальшому сформувати специфічні особливості у конкурентній боротьбі.

Список джерел інформації

1. Бобрицька Н. Д. Маркетингове антикризове управління туристичними підприємствами в сучасних умовах / Н. Д. Бобрицька, О. В. Кирилова // Економіка: реалії часу. – 2014. – № 5 (15). – С. 41–46.
2. Данько Т. П. Количественные методы анализа в маркетинге : монографія / Т. П. Данько, И. И. Скоробогатых. – СПб. : Питер, 2005. – 384 с.
3. Маркетинг. Менеджмент. Інновації : монографія / За ред. С. М. Ілляшенка. – Суми : Папірус, 2010. – 624 с.
4. Офіційний сайт Державного агентства України з туризму та курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.tourism.gov.ua/>

М.В. Чорна, д-р екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

М.О. Рєзник, здобувач вищої освіти (*ХДУХТ, Харків*)

ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА ОСНОВІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Трансформаційні перетворення в Україні передбачають розробку стратегії розвитку національного господарства в умовах невизначеності та турбулентності зовнішнього середовища. Формування в Україні нової економічної системи пов'язано насамперед з наданням підприємствам як суб'єктам підприємницької діяльності повної самостійності не тільки у виборі видів діяльності, а і в вирішенні питань забезпечення необхідними видами ресурсів та їхнього раціонального формування та використання. Ефективність діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства у довгостроковому періоді, забезпечення їхнього розвитку та підвищення конкурентоспроможності визначається їхньою можливістю впроваджувати інноваційно-інвестиційні проекти.

Впровадження інновацій забезпечує підприємству певні конкурентні переваги, що сприяє підвищенню рівня його конкурентоспроможності. Рівень конкурентоспроможності підприємства готельно-ресторанного бізнесу залежить від реалізації сформованої сукупності конкурентних переваг на конкретному сегменті споживчого ринку на момент оцінки. Оцінку ефективності впровадження інновацій рекомендується здійснити за допомогою «Радіальної діаграми конкурентоспроможності». Для побудови діаграми необхідно:

– визначити критерії конкурентоспроможності (K_1, K_2, \dots, K_n) за відповідними конкурентними перевагами, набутими шляхом впровадження інновацій;

– розрахувати числові значення цих критеріїв на основі застосування методів експертних оцінок (кількість експертів має бути не менше 10). У якості експертів можуть виступати фахівці теоретики та практики (провідні спеціалісти в сфері готельно-ресторанного господарства). Процедура оцінки складається з наступних послідовних етапів:

а) присвоєння експертами балів (від 1 до 5) кожному критерію по підприємству та його конкуренту виходячи зі значущості даної інновації. У разі відсутності у конкурента такої інновації, яка формує відповідну конкурентну перевагу, присвоюється підприємству 5 балів, а конкуренту – 1 бал;

б) розраховується середня кількість балів за кожним із критеріїв за допомогою формули середньої арифметичної.

– розбити коло за допомогою оціночних шкал на рівні сектори за кількістю критеріїв;

1) здійснити градування шкал радіальних прямих таким чином, щоб значення всіх критеріїв збільшувалися в міру віддалення від центру кола та при цьому не виходили за його межі;

2) позначити на кожній вісі з урахуванням масштабу точок, які відповідають значенням конкретних критеріїв;

3) побудувати радіальну діаграму конкурентоспроможності для підприємства готельно-ресторанного бізнесу, яке впроваджує інновації та підприємства-конкурента шляхом поєднання відповідних точок (рис.).

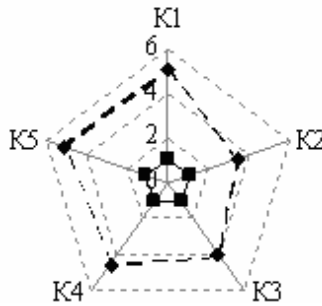


Рис. Радіальна діаграма конкурентоспроможності підприємства готельно-ресторанного бізнесу:
 + – підприємство; — — — підприємство-конкурент

Застосування представленого підходу дозволить:

– по-перше, оцінити ефективність інноваційної діяльності підприємства готельно-ресторанного бізнесу. Логіка тут наступна – результатом інноваційної діяльності є інновації/інноваційні проекти, реалізація яких відображається у набутті конкурентних переваг, що в сукупності формують певний рівень конкурентоспроможності. У разі, якщо рівень конкурентоспроможності після реалізації інновацій перевищує відповідний показник до їх впровадження, інноваційна діяльність підприємства ідентифікується як ефективна;

– по-друге, оцінити рівень його конкурентоспроможності відносно визначених конкурентів на конкретному сегменті споживчого ринку на певний період часу.

Т.В. Шгаль, д-р екон. наук, проф. (*ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків*)

В.О. Козуб, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Туристична індустрія є однією з найбільш стрімко зростаючих галузей світового господарства, що за будь-яких умов розвитку світогосподарських відносин демонструє стабільність темпів збільшення обсягів діяльності та розширення асортименту послуг, які надаються неухильно зростаючому колу споживачів.