

Канд. екон. наук Гвініашвілі Т. З., Косман А. І.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ
ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ**

Ринок готельних послуг схильний до високого рівня конкуренції, тому очевидно, що конкурентоспроможність підприємства є фактором безпеки його динамічного розвитку. Таким чином, питання, пов'язані з управлінням конкурентоспроможністю, для готелю є найактуальнішими: підприємства застосовують різні інструменти, використовують комплексний підхід у вирішенні важливого стратегічного завдання, спрямованого на збільшення конкурентоспроможності свого підприємства, що дало б йому можливість займати дедалі більшу частку ринку надання готельних послуг. Це досить складне завдання, але цілком вирішуване, оскільки в процесі функціонування підприємство, накопичуючи досвід роботи в бізнесі, встановлюючи ділові зв'язки з контрагентами, набуває певних навичок, володіє інформацією про своїх конкурентів, що дозволяє йому застосовувати таку стратегію, яка могла б міцно захищати від конкурентів.

Моделі управління конкурентоспроможністю підприємницьких структур розробляються у взаємозв'язку із завданнями управління, що полегшує планування та прогнозування [2]. Практичний досвід свідчить про те, що у сфері туризму та гостинності сьогодні протікає активний процес об'єднання готельних та туристичних підприємств у мережі.

Сьогодні у сфері готельного бізнесу можна виділити три найпоширеніші групи стратегій, виходячи з дослідження мережевої структури готельного бізнесу.

1. Перша група включає стратегії експансії на світові ринки, які орієнтовані на створення мережевої структури світового масштабу. Дані стратегії концентруються на якості послуг. Однією з важливих вимог при виборі цієї політики компанії є розширена присутність мережевої компанії в основних популярних туристичних місцях, розташованих у різних куточках світу. Ця

стратегія включає підгрупи: експансію продажів; політику глобального бренду; стратегію приєднання компаній до мережі (вертикальна та горизонтальна інтеграція); стратегію глобального географічного розпилення; глобальні системи бронювання та дистрибуції [4].

2. Друга група стратегій включає поетапне та сфокусоване розширення мережі готелів. Стратегія послідовної сфокусованої експансії включає підгрупи стратегій готельних мереж: фокус-експансія продажів; створення портфеля об'єктів нерухомості; планування організації в галузі купівлі та реконструкції.

3. Стратегії третьої групи спрямовані на формування більш ефективної взаємодії із зовнішнім середовищем, при цьому орієнтуючись на: мережеву структуру із супутніми галузями бізнесу сфери гостинності; моніторинг факторів макросередовища; зовнішні джерела фінансування; розвиток ринку визначних пам'яток; локальне стратегічне партнерство.

Отже, ефективна фінансово-господарська діяльність підприємницької структури ґрунтується на продуманій стратегії. Стратегічні пріоритети підприємницької структури можна визначити як комплексні завдання, спрямовані на забезпечення майбутнього розвитку бізнесу. Якість виконання цих пріоритетів залежить від підрозділів підприємницької структури, її співробітників, іноді навіть від формування цілей і завдань, реалізація яких належить до оперативної діяльності.

Стратегічний менеджмент чи управління є ні що інше, як послідовний процес встановлення стратегічних цілей, створення стратегії з урахуванням реалізації функцій менеджменту та в рамках ієрархії системи стратегій розвитку підприємства: планування; маркетинг; контроль. Крім того, асортиментна політика підприємств цієї галузі має бути заснована на аналізі ресурсного потенціалу ринку туристичних послуг, а також інноваційних технологій щодо його формування та реалізації [1]. Ще слід враховувати рівень конкурентоспроможності продукту на основі вивчення комерційних властивостей. Окрім іншого, трансформації підлягає і державне регулювання комерційної діяльності туристичних підприємств щодо регулювання процесу формування необхідної інфраструктури.

Таким чином, при розробці стратегії конкурентоспроможності готельного підприємства необхідно створити бізнес-модель конкурентного розвитку

готельного підприємства. При цьому потрібно опрацювати такі аспекти як вибір споживчих сегментів; складання ціннісних пропозицій для гостей готелю; розробка каналів збуту готельних послуг; налагодження взаємин із гостями готелю; пошук резервів надходження доходів; наявність ресурсів для здійснення своєї діяльності; встановлення ділових відносин із контрагентами сфери готельного бізнесу; шляхи зниження витрат на надання готельних послуг.

Список використаних джерел:

1. Гвініашвілі Т.З. Стратегічний розвиток підприємств України на основі інноваційної діяльності. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Серія «Економіка»*. Рівне: НУВГП. 2013. Вип. 3(63). С. 51-57.
2. Гвініашвілі Т.З., Морока Д.М. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. *Причорноморські економічні студії*, 2020. Вип. 50/20. С. 127-131.
3. Гринько Т.В., Крупський О.П. Франчайзинг як інструмент формування організаційної культури туристичних підприємств. *Науковий економічний журнал «Актуальні проблеми економіки»*. 2015. №1 (163). С. 145-154.
4. Vorontsova, A.S., Vasylieva, T.A., Grynko, T.V., Korneyev, M.V., Krupskyi, O.P., Nebaba N.O. (2022) Covid-19 and tourism impact assessment: cluster analysis for Europe region. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, 31(4), 773-783.

Канд. екон. наук Гвініашвілі Т. З., Перерва Б. К.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний стан розвитку світової економіки свідчить про роботу підприємств в умовах постійної конкуренції. Оцінка конкурентоспроможності підприємства є важливою умовою його конкурентного успіху. Коли на ринку працює багато однотипних компаній, важливо точно визначити рівень бізнес-конкуренції та конкурентних переваг. Успішне використання цих переваг є ключовими факторами формування стратегії конкурентного успіху компанії.

Актуальна і своєчасна оцінка, а також грамотне використання конкурентних переваг підприємства є головною ознакою успіху в умовах ринкового середовища. Для кожного підприємства головним завданням є збереження конкурентоспроможності. Грамотно спланована робота підприємства в умовах зміни ринкової кон'юнктури є непростим завданням. Результат її вирішення