

Олійник О.В., д.е.н., проф.,
професор кафедри туризму та готельно-
ресторанної справи,
Ярмолюк Д.І., асистент кафедри туризму та готельно-
ресторанної справи
Державний університет «Житомирська політехніка»

Напрями підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств

Функціонування підприємства відбувається в умовах постійної конкуренції, що вимагає підвищеної уваги до оцінювання власної конкурентоспроможності та управління нею. Конкурентоспроможність підприємства слід розглядати як результат ефективного формування та використання ресурсного забезпечення, а саме конкурентних переваг. Тому бути конкурентоспроможним для підприємства означає функціонувати на ринку, отримувати прибуток, виконувати фінансово-соціальні функції перед державою.

Актуальність даного питання характеризується необхідністю детального дослідження підходів до оцінювання конкурентоспроможності туристичних компаній, виявлення їх сильних і слабких позицій, вибору методів підвищення ефективності функціонування і посилення займаних позицій. Серед вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів не існує єдиної думки щодо сутності категорії конкурентоспроможності підприємства та її співвідношення з іншими взаємопов'язаними категоріями, зокрема конкуренції, конкурентних переваг, конкурентного статусу, конкурентної позиції підприємства. Аналізуючи сучасні дослідження варто зазначити про не уточнений понятійний апарат теорії конкурентоспроможності в сфері туризму, відсутня чітка розробка системи критеріїв, показників та методів оцінки конкурентоспроможності туристських підприємств, мало дослідженими залишаються питання розробки конкурентних стратегій та не визначені фактори впливу на конкурентоспроможність.

Термін конкурентоспроможності підприємства можна розглядати як: – здатність виробляти й реалізувати швидко, дешево, якісно, продавати в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування; – можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку; – можливість кращого, ніж у конкурентів, задоволення потреб покупців.

Туризм як сфера підприємницької діяльності має свою специфіку, тому важливо зупинити увагу на деяких особливостях конкурентоспроможності туристичних підприємств: 1) оцінка і методи забезпечення конкурентних переваг туристичних підприємств, пов'язані із специфічними рисами послуг у складі турпродуктів; 2) нерівномірність споживання турпродуктів обумовлене коливаннями рівня в окремі періоди року; 3) залежність як від внутрішніх, так і зарубіжних конкурентів; 4) залежність від конкурентних позицій безпосередніх виробників, та від задоволення попиту споживачів та ін.

Конкурентоспроможність туристичного підприємства – це узагальнююча характеристика стійкості підприємства, що зумовлюється ефективністю використання наявного ресурсного потенціалу, здатністю надавати привабливі за ціновими і неціновими характеристиками туристичні послуги, можливістю адаптуватися до змін динамічного конкурентного середовища.

Підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств передбачає реалізацію таких аспектів:

- вживати заходів з захисту туристів та їх вільного пересування; підвищення безпеки туристів; гармонізацію страхування туристів і їхнього автотранспорту; інформування про їх права;
- розробити загальні правила діяльності в індустрії туризму щодо стосуються податкової політики, взаємного визнання рівня кваліфікації і дипломів професійної підготовки фахівців; поділу відпускних періодів для зняття навантаження на туристичну індустрію в пікові сезони;
- розвивати регіональний туризм з метою його просування в нерозвинені регіони;
- державне стимулювання туризму, через вдосконалення системи оподаткування;
- забезпечувати підвищення якості туристичних послуг і розширення асортименту;
- поетапна приватизація туристичних об'єктів з їх інфраструктурою;
- будівництво нових, реконструкція та модернізація діючих туристичних об'єктів;
- державне фінансування відновлення пам'яток архітектури, культури, історії;
- залучати підприємницькі структури з метою фінансування;
- просувати продукти на міжнародний туристичний ринок через міждержавні угоди і програми;
- створювати сучасну інформаційно-маркетингову службу у сфері туристичного бізнесу;
- проводити наукові, проектні та інші дослідницькі роботи на актуальні проблеми туризму.

Забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств сфери туризму вимагає формування принципово нової системи управління. Основними ознаками мають стати удосконалення єдиної організаційної структури регулювання туристичної діяльності в країні, збалансування пов'язаних з цим повноважень та відповідальності органів центральної виконавчої влади і місцевого самоврядування, створення ефективного механізму їх взаємодії з господарюючими в галузі суб'єктами.