

КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

Вирішення завдань розвитку туристичного бізнесу залежить в певній мірі від ефективної системи організаційно-економічного управління туристичним підприємством з урахуванням нестабільних умов зовнішнього середовища: актуалізації дій ринкових законів, змін у системі нормативно-правового регулювання, використання основних ринкових інструментів.

Основою розвитку туристичного бізнесу є використання природних ресурсів, ресурсів історичної, культурної спадщини, економічного і інтелектуального потенціалу рекреаційних регіонів. Ці ресурси можна характеризувати високим ступенем унікальності і виключності. Саме унікальність окремих туристичних ресурсів і є об'єктивною основою для утворення туристичної ренти.

Діяльність підприємства здійснюється з урахуванням дії багатьох факторів внутрішнього і зовнішнього середовища. Зовнішнє середовище задає ринкові умови функціонування. При цьому слід враховувати кон'юнктуру ринку, дії конкурентів, мультиплікативні процеси тощо. Внутрішнє середовище задає умови функціонування підприємства, які пов'язані з підвищенням його ефективності, при цьому виникає необхідність вирішення завдань пов'язаних з цілями і структурою, завданнями і технологією надання послуг, персоналом фірми, фінансами і адаптацією туристичного підприємства до змін у зовнішньому середовищі. Розробка і використання механізму взаємодії зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування туристичних підприємств пов'язана з мобілізацією і ефективним використанням туристичних ресурсів шляхом побудови системи ефективного менеджменту. Досягнення більш ефективної діяльності потребує розроблення нових моделей і

підходів [1, с. 64].

Основне у виборі конкурентної стратегії – це розуміння того, що конкурентне виробництво – це основа будь-якої стратегії, і досягнення порівняльної переваги потребує вибору масштабу, в якому ця перевага буде досягатися. Для функціонування тур фірми необхідне вирішення наступних завдань: – дослідження і аналіз функціонування запропонованої організаційної структури управління; – дослідження технології здійснення діяльності туристичних підприємств; – формування і дослідження інформаційної системи і економічного механізму функціонування туристичної фірми. Розроблення стратегії функціонування тур фірм на ринку тур послуг представляє собою одну з найважливіших і трудомістких функцій в системі управління. Ефективність функціонування тур фірми залежить від ступеню обґрунтованості стратегії її діяльності на ринку тур послуг з врахуванням внутрішнього стану підприємства і реальності зовнішнього середовища, а також від врахування багатьох внутрішніх і зовнішніх чинників, які впливають на процес формування стратегії підприємства. Формування стратегії діяльності тур фірми включає наступні процедури: формування цілей, розробка програми, розробка господарського портфелю, розрахунок проекту ціни тур послуг, формування стратегії ринку, здійснення договірного процесу на обслуговування, визначення рівня фінансових ресурсів для реалізації стратегії. Розроблена стратегія діяльності турфірми і система маркетингу тур продукту є основою для здійснення процесу формування і реалізації тур продукту з урахуванням умов і особливостей реалізації цього процесу. Модель формування і реалізації тур продукту включає наступні блоки: формування і узгодженість інтересів учасників ринку тур послуг, формування комплексу послуг, здійснення договірного процесу, виконання договірних обов'язків, проведення аналізу якості надаваних послуг, аналіз витрат на обслуговування, аналіз ефективності туру. Також важливим елементом у формуванні стратегії і маркетингу тур фірми, формуванні і реалізації послуг відіграє інформаційна база, в якій наявні нормативно-правові акти, які регулюють ринкові відносини в галузі, є інформація про надавані

послуги, про інтереси учасників ринку, про взаємодію суб'єктів у договірному процесі. На цій основі здійснюються господарські взаємовідносини суб'єктів ринку, а також діяльність фірми по реалізації сформованої стратегії: максимізація прибутку на основі узгодженої системи цін реалізації послуг, раціональності визначення витрат на формування тур продукту [2; с. 87]. Оптимізація діяльності тур фірми на ринку пов'язана з розробкою оптимальної стратегії, яка включає визначення оптимальної величини доходу і напрямків по формуванню знижок на ціну реалізації тур послуг, пов'язаних з розрахунком беззбитковості.

Туристичне підприємство повинно зробити вибір виду потреб, яку воно збирається задовольнити: узагальнені або специфічні потреби. В умовах ринку конкурентоспроможність підприємства буде забезпечуватися за рахунок більш якісного задоволення потреб покупців.

З даного дослідження можна зробити висновок про вплив, який має на фірму середовище її перебування і як важливо його досліджувати і вивчати. Також видно, що добре викладена стратегія фірми сприяє її розвитку, бо саме на її основі підприємство вибудовує свою тактику на ринку. Стратегію потрібно узгоджувати з потребами фірми і зовнішнього середовища і вносити корективи, коли це потрібно.

Список використаних джерел:

1. Хрущ Н. Концепція розвитку стратегії компанії в сучасному динамічному середовищі / Н. Хрущ // Економіст. – 2010. – №9. – С. 62–65.
2. Формування стратегії сталого розвитку туризму і курортів в Україні: матеріали всеукраїнського «круглого столу», Київ, 26 червня 2007 р. / Міністерство культури і туризму України, державна служба туризму і курортів, Науковий центр розвитку туризму / Сімферополь : ВАТ «Сімферопольська міська друкарня» (СГТ), 2007. –174 с.