

- відсутність врахування втрат від омертвляння оборотних коштів (у зв'язку з відсутністю єдиної методики рекомендовано приймати втрати від іммобілізації коштів, що вкладені в запаси в розмірі деякого відсотку від середньорічної суми обігових коштів, що вкладені в запаси; значення цього відсотку може визначатися за розміром прибутку, котрий можливо було б отримати вразі використання запасів у виробництві або за вартістю банківських кредитів) [3];

- слабка проробка питань про взаємозв'язок між обґрунтування розмірів запасів і розміром обігових коштів, що необхідні для їх утримання [4].

Врахування додаткових характеристик в моделях управління запасами призводить до їх значного ускладнення та практичної неможливості вирішення аналітичними методами. Для вирішення таких моделей доцільно використовувати імітаційне моделювання.

Література.

1. Малюк О.С. Обоснование экономической эффективности внедрения современных методов планирования ремонтов в условиях энергетических предприятий / О.С. Малюк, И.Ю. Нестеренко // Іноваційна економіка. Науково-виробничий журнал. Тернопіль: - № 1-2. – 2016. - С. 193-197.

2. Рыжков Ю.И. Теория очередей и управление запасами. – СПб.: Питер, 2001. – 384 с.

3. Радионов А.Р. Радионов Р.А. Логистика. Нормирование сбытовых запасов и оборотных средств предприятия. – М: Дело, 2001. – 416 с.

ЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Парубок Н. В., викладач

Уманський національний університет садівництва

В умовах росту міжнародної економіки конкуренція між підприємствами готельного господарства посилюється. З розвитком ринкових відносин в Україні вітчизняним підприємствам доводиться витримувати жорстку конкуренцію як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках.

Конкурентоспроможність підприємства сьогодні - це відносна характеристика, яка виражає відмінності розвитку даної фірми від

розвитку конкурентних фірм за ступенем задоволення своїми товарами потреби людей і по ефективності виробничої діяльності. Набір чинників, що визначають конкурентоспроможність підприємств готельного господарства, виявляється настільки значним і своєрідним, що неможливо запропонувати єдину методику збору даних з цих факторів, їх обробки та ідентифікації для повної діагностики рівня інтенсивності конкурентної боротьби на даному ринку.

Практика показує, що підвищення конкурентоспроможності - це процес творчий, пов'язаний з аналізом величезної кількості чинників, що вимагає на свою реалізацію певних коштів, так під підвищенням конкурентоспроможністю розуміється створення нових додаткових готельних послуг або конкурентоспроможний продукт. Підвищення конкурентоспроможності готелю припускає введення нових елементів, закриття старих, модернізацію існуючих.

За умов жорсткої конкуренції і ресторани, і готелі змушені запроваджувати інновації, шукати свою неповторну особливість, забезпечувати собі постійних клієнтів різного роду заохоченнями та підвищувати рівень сервісу.

Джерелами конкурентних переваг є прогресивна організаційно-технологічна і соціально-економічна база підприємства, вміння аналізувати та своєчасно здійснювати заходи щодо укріплення конкурентних переваг. Конкурентна перевага - наявність у системі якої-небудь ексклюзивної цінності, що дає їй переваги перед конкурентами.

Відомо, що, якщо система не розвивається, вона у результаті гине; це повною мірою стосується готелів. Мова йде про те, що готель може стати неспроможним, тобто буде змушений припинити функціонування як господарської одиниці у зв'язку з відсутністю необхідних ресурсів для здійснення своєї діяльності.

Конкуренція має негативні та позитивні риси. Тривалий час в країні робився наголос в основному на негативних наслідках конкуренції: витіснення дрібних виробників великим капіталом, розорення одних і збагачення інших, посилення соціальної несправедливості, значне зростання майнової диференціації населення тощо.

Розробка організаційної структури - це головний показник ефективного організаційного перетворення. Зрозуміло, що якісно побудована організаційна структура сама собою ще нічого не значить. Проте погано створена організаційна структура унеможли-

лює конструктивну роботу незалежно від рівня менеджерів. Таким чином, удосконалюючи організаційну структуру, можна удосконалити виконання роботи. Організаційна структура компаній індустрії гостинності визначає не тільки її економічну ефективність, а й моральну і трудову задоволеність персоналу. Менеджерам необхідно визначити вплив організаційної структури і методів організації роботи на поведінку й діяльність співробітників компанії.

Кожне готельне підприємство застосовує структуру до власних завдань і потреб. Організаційна структура підприємства повинна бути мобільною і переглядатися в міру необхідності (щорічно або навіть частіше) залежно від умов ділової активності, змін обсягу посадових обов'язків персоналу з урахуванням зростання його кваліфікації та можливостей. Ефективна оргструктура створюється в результаті багаторічного досвіду функціонування підприємства на ринку і є одним з найважливіших елементів динамічної стратегії [2].

Прикладом стратегічної мети готельного підприємства, що визначається самим власником, може бути орієнтація підприємства на обслуговування певного сегмента ринку: групових туристів або туристів-індивідуалів, туристів, що прагнуть до відпочинку і відновлення здоров'я, чи учасників конгресів і конференцій і т. д.

У розвиток стратегічної мети власником також може бути встановлено, що ресторан, що знаходиться в складі готельного комплексу, буде надавати харчування тільки своїм гостям. Іншим прикладом, що впливає з основної мети підприємства, може бути встановлення визначеного рівня цін на готельне розміщення [1].

Позитивна роль конкуренції в ринковій економіці проявляється в ряді функцій, які вона виконує:

1. Конкуренція охоплює всі зв'язки виробництва і споживання, є єдино можливим засобом досягнення збалансованості між попитом і пропозицією і в кінцевому підсумку - суспільними потребами та виробництвом;

2. Конкуренція виконує функцію спілкування (кооперації) та погодження інтересів виробників. У результаті поділу праці інтерес кожного з них пов'язаний і взаємодіє з інтересами інших товаровиробників. Через ринковий механізм конкуренція підпорядковує індивідуальні прагнення суб'єктів господарювання суспільним інтересам;

3. Конкуренція примушує товаровиробників знижувати індивідуальні виробничі витрати, що вимагає від підприємців постійного вдосконалення технічної бази виробництва, знаходження

шляхів економії сировини, матеріалів, паливно-енергетичних ресурсів, робочого часу;

4. Кожному виробнику надається можливість удосконалювати споживчі якості виробів, відповідаючи на зростаючі потреби й зміну смаків споживача. Конкуренція спонукає виробників упроваджувати нові види продукції, а також модифікувати продукт;

5. Історично важливою функцією конкуренції є формування ринкової ціни.

Виконуючи ці функції, конкуренція безпосередньо впливає на ефективність виробництва, підвищуючи його технічний рівень, забезпечуючи поліпшення якості та розширення номенклатури продукції.

На сучасному етапі економічного розвитку України проблема підвищення конкурентоспроможності підприємств набуває все більшої актуальності, оскільки, за умов розвитку зовнішньої торгівлі, підсилення процесів інтеграції країни в міжнародні організації загострюється конкурентна боротьба як на внутрішньому, так і на світовому ринку. Для виживання та досягнення домінуючих позицій лідера в галузі необхідно вдосконалити процес управління конкурентоспроможністю підприємства, активно нарощувати конкурентні переваги, постійно досліджувати і аналізувати як внутрішнє, так і зовнішнє середовище підприємства, а отже бути гнучким і швидко реагувати на всі зміни.

Галузь готельного господарства є привабливою для інвесторів, і може підвищити конкурентоспроможність України на світовому ринку.

Підсумовуючи вище зазначене, необхідно сказати, що лише розвиток туризму, рекреації, освіти в галузі готельно-ресторанного бізнесу, мінімальне втручання держави (лише у проблемних питаннях тарифів, стандартів, готельного збору), налагодження системи постачання, транспорту та сфери послуг матиме результатом розвиток готельно-ресторанної галузі, а постійне запровадження інновацій, інвестиції та жорстка конкуренція - збільшення рівня її глобальної та регіональної конкурентноздатності.

Література.

1. Кифяк В.Ф. /Організація туристичної діяльності в Україні // В.Ф. Кифяк. - Чернівці: Книги-XXI, 2003. - 300 с.
2. Чудновский. А.Д. /Туризм и гостиничное хозяйство //А.Д. Чудновский. - М.: ЗКМОС, 2003. - 447 с.