

Олена МАТЮЩЕНКО
ЗВО спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв
Науковий керівник — д-р філос. наук, професор кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму
Галина ГАРБАР

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

Підприємство є ключовою складовою економіки країни, водночас виступаючи рушійною силою у створенні необхідних суспільству товарів і наданні важливих послуг. У зв'язку з цим надзвичайно важливо розробити механізм, який не лише забезпечить сприятливі умови для успішного функціонування підприємства, але й сприятиме підвищенню його конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність виступає однією з найважливіших характеристик організації, без якої неможливе її існування та ефективна діяльність у ринковій економіці. Формування конкурентних відносин стимулює розвиток сучасного та цивілізованого ринку. Стійке становище підприємства на ринку значною мірою залежить від внутрішньої політики, яка націлює кожного співробітника на активний і цілеспрямований розвиток компанії в умовах постійних змін зовнішнього середовища [1].

Управління розвитком підприємства — це комплекс свідомих дій управлінської системи, спрямованих на перехід підприємства від теперішнього стану до кращого, якіснішого, відповідно до визначених стратегічних цілей. Інакше кажучи, цей процес покликаний вдосконалити систему, переорієнтуючи її на нові якісні та кількісні характеристики, що підвищуватимуть конкурентоздатність за рахунок ефективного використання виробничих чинників [3].

Забезпечення конкурентоспроможності є своєрідною концепцією управління всією організацією в умовах ринку. Воно орієнтується на вирішення

ключових завдань: вивчення потреб споживачів і їхніх змін, аналіз поведінки конкурентів та їх потенціалу, дослідження розвитку ринку та його запитів, а також оцінку зовнішнього середовища. Щоб досягти переваги над конкурентами, підприємство має створювати продукцію, яка за якістю перевершуватиме товари інших учасників ринку.

Конкурентоспроможність підприємства визначається його здатністю своєчасно та ефективно адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі. Це передбачає як утримання існуючих, так і створення нових конкурентних переваг задля реалізації стратегічних цілей. Таким чином, поняття конкурентоспроможності охоплює не лише результати діяльності підприємства, але й сам процес функціонування, розглянутий у контексті досягнення довгострокових цілей [1].

На сучасному етапі розвитку економіки сфера послуг проникає в усі її галузі, відображаючи загальносвітові тенденції до стрімкого зростання сервісної діяльності. Наявний поступовий перехід до переваги споживання послуг у порівнянні зі споживанням товарів підкреслює важливість приділення особливої уваги цій сфері. При цьому проблема забезпечення конкурентоспроможності підприємств у сфері послуг виступає ключовим викликом та безпосередньо пов'язана із розробкою дієвих механізмів управління конкурентними перевагами підприємств [2].

Ефективне управління конкурентоспроможністю неможливе без врахування специфіки галузевої діяльності. У випадку сфери послуг це питання набуває особливого значення. Послуги виступають економічним відношенням, заснованим на результатах праці, які створюють споживчу вартість. Ця вартість проявляється через корисні характеристики об'єкта чи самої діяльності, спрямованої на задоволення раціональних потреб людини.

Ринок послуг є окремою складовою товарного ринку і функціонує згідно з законами ринкової економіки. Його характерні особливості обумовлюють необхідність спеціалізованого підходу до управління суб'єктами господарювання у цій сфері. Підвищення рівня конкурентоспроможності

підприємств не може бути випадковим процесом. Воно потребує впровадження чітко структурованої системи забезпечення конкурентних переваг, основою якої виступає стратегічний підхід, реалізований через комплекс організаційно-економічних заходів.

Організаційно-економічний механізм управління може бути визначений як система заходів, спрямованих на досягнення цілей, пов'язаних із конкурентоспроможністю, яка орієнтована на досягнення очікуваних результатів. Без розробки та постійного вдосконалення такої системи сучасному підприємству буде складно досягти бажаних результатів у жорстких умовах ринкової конкуренції [3].

Механізм управління конкурентоспроможністю характеризується сукупністю ресурсів, методів, засобів, інструментів та важелів впливу на ринкові процеси. Цей механізм використовується органами управління всіх рівнів для досягнення економічних цілей підприємства. Управління конкурентоспроможністю повинно враховувати як короткострокові (тактичні), так і довгострокові (стратегічні) аспекти.

Одним із ключових елементів організаційно-економічного механізму є визначення цілей управління. Цілями в такому контексті є досягнення оперативної, тактичної та стратегічної конкурентоспроможності. На оперативному рівні цей показник забезпечується через якість наданих послуг, на тактичному рівні – завдяки стабільному фінансово-господарському стану підприємства, тоді як на стратегічному рівні вирішальним фактором є інвестиційна привабливість компанії [2].

Отже, конкурентоспроможність підприємства є комплексною характеристикою його здатності ефективно функціонувати та розвиватися в умовах динамічного ринкового середовища. Її забезпечення потребує впровадження системного організаційно-економічного механізму управління, який поєднує стратегічні й тактичні інструменти впливу, враховує галузеву специфіку та орієнтується на формування стійких конкурентних переваг. У сфері послуг особливого значення набувають якість обслуговування, фінансова

стабільність і інвестиційна привабливість підприємства. Лише за умови цілеспрямованого управління розвитком і постійної адаптації до змін зовнішнього середовища можливе досягнення довгострокових конкурентних позицій на ринку.

Список використаних джерел:

1. Балдинюк, В. (2022). Система управління конкурентоспроможністю підприємства. Економіка та суспільство, (42). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-35>
2. Транченко, Л. В., Школьний, О. О., Лопатюк, Р. І., & Білецька, Н. В. (2018). Особливості управління підприємствами сфери обслуговування. Підприємництво і торгівля, (23), 137-143. <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2018-23-23>
3. Храпкіна В.В. управління конкурентоспроможністю підприємств. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.51-39>

Олена ВАКАРАШ

ЗВО спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв

Науковий керівник — д-р філос. наук, професор кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму

Галина ГАРБАР

ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА КАДРІВ ГОТЕЛЬНО РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Готельно-ресторанне господарство являє собою суспільно організовану обслуговуючу економічну діяльність, спрямовану на задоволення фундаментальних потреб населення. Підприємства, що функціонують в індустрії гостинності, мають вести бізнес так, щоб забезпечувати конкурентоспроможність та відповідати очікуванням клієнтів. Ключове значення у цьому контексті має розширення спектру послуг і забезпечення високого рівня обслуговування, що робить розвиток професійних компетенцій персоналу надзвичайно важливим. Удосконалення навичок працівників сприяє більш ефективному виявленню турботи та уваги до гостей [3].