

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ  
ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО  
КАФЕДРА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

**Конкурентоспроможність закладів індустрії гостинності**

**ПРОГРАМА  
навчальної дисципліни**

**підготовки** бакалаврів

(рівень вищої освіти)

**галузь знань** 24 Сфера обслуговування

(шифр і назва напрямку)

**спеціальність** 241 Готельно-ресторанна справа

(шифр і назва спеціальності)

**Львів-2019**

Навчальна програма з дисципліни «Конкурентоспроможність закладів індустрії гостинності» для студентів спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа. 10 с.

VIII с. (денна форма навчання)

Розробник: доцент, к.е.н. Гузар У.Є.

Навчальна програма затверджена на засіданні кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Протокол від “02” вересня 2019 року № 1

Завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу

\_\_\_\_\_ (Голод А.П.)  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Обговорено та рекомендовано вченою радою факультету туризму

Протокол від “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2020 року № \_\_\_\_

Обговорено та рекомендовано вченою радою факультету післядипломної та заочної освіти

Протокол від “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2020 року № \_\_\_\_

Голова вченої ради факультету туризму

\_\_\_\_\_ ( В.З.Холявка )  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Голова вченої ради факультету післядипломної та заочної освіти

\_\_\_\_\_ ( О.Ю. Сидорко )  
(підпис) (прізвище та ініціали)

© Гузар У.Є., 2019

© ЛДУФК ім. І. Боберського, 2019

## ВСТУП

Сьогодні ефективний розвиток підприємств готельно-ресторанного господарства є стратегічно важливим напрямом для успішного розвитку держави загалом. Як елемент інфраструктури готельно-ресторанний бізнес відображає облаштованість соціального простору в межах міста, культурно-ділових об'єктів, гостинності у напрямку надання послуг харчування тощо. Діяльність підприємств готельно-ресторанного господарства сприяє зміцненню зв'язків, перетворюючи їх на систему інтеграційних процесів із реалізацією соціально-культурного обміну з розвитком культури пізнання. Беручи до уваги прагнення України послідовно інтегруватися у світове економічне співтовариство, актуальним завданням для вітчизняного ринку гостинності є пошук стратегічних орієнтирів збільшення конкурентних переваг, які дозволять більш повно задовольняти потреби споживачів, підвищити рівень сервісу і, як наслідок, сформувати необхідний рівень конкурентоспроможності галузі.

Програма вивчення навчальної дисципліни «Конкурентоспроможність закладів індустрії гостинності» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа».

**Предметом** вивчення навчальної дисципліни є сучасні концепції, методичні підходи оцінки конкурентоспроможності закладів індустрії гостинності та управління ними.

**Міждисциплінарні зв'язки вивчення дисципліни:** «Аналіз діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу»; «Основи індустрії гостинності», «Організація готельного господарства», «Маркетинг», «Менеджмент персоналу».

### 1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни «Конкурентоспроможність закладів індустрії гостинності» є формування в майбутніх фахівців

компетентності щодо об'єктивних закономірностей, механізмів та особливостей сучасної конкуренції та конкурентоспроможності закладів індустрії гостинності, а також набуття ними практичних навичок та вмінь аналізу конкурентних переваг, діагностики рівня конкурентоспроможності підприємства готельно-ресторанного бізнесу (далі – ГРБ), розроблення та реалізації заходів щодо її нарощування.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни «Конкурентоспроможність закладів індустрії гостинності»:

- засвоєння студентами теоретичних знань концептуального рівня, конкретно-теоретичного та практично-прикладного характеру;
- забезпечення усвідомлення студентами ключової ролі конкурентоспроможності підприємств ГРБ, персоналу у визначенні їх місця на ринку, у виживанні підприємств індустрії гостинності в умовах конкуренції та досягненні ним успіху в конкурентній боротьбі.

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

**знати:** основні конкурентні переваги конкретного підприємства ГРБ та способи їх досягнення в реальній ситуації; загальні та специфічні чинники, що визначають рівень конкурентоспроможності підприємства; нормативно-правову базу регулювання конкуренції в Україні; теоретичні та практичні аспекти діагностики конкурентної позиції підприємств індустрії гостинності на ринку; ключові методи та підходи до формування конкурентних переваг підприємства; принципи формування конкурентоспроможності продукції; обґрунтування управлінських рішень щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємства та його структурних підрозділів; сутність концепції управління конкурентоспроможністю підприємств ГРБ; методи оцінювання соціальної конкурентоспроможності підприємства; сутність основних методів управління конкурентними перевагами; конкурентні переваги працівника ГРБ.

**вміти:** здійснювати аналіз позиції підприємства у конкурентному середовищі; визначати джерела конкурентних переваг на підприємстві;

ідентифікувати всі види конкурентних переваг, якими володіє підприємство, визначити ті, які можуть бути досягнутими в майбутньому для підвищення його конкурентоспроможності; застосовувати методи SWOT, STEP, PEST для аналізу конкурентних переваг; оцінювати конкурентоспроможність продукції, персоналу, підприємства; розробляти та реалізовувати програми підвищення конкурентоспроможності підприємства; оцінювати ефективність окремих людей управління конкурентоспроможністю підприємств ГРБ.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 90 годин / 3 кредити ECTS.

## **2. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

### **ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1. Теоретичні засади конкурентоспроможних відносин**

#### **Тема 1. Предмет, метод та завдання дисципліни «Конкурентоспроможність закладів індустрії гостинності»**

Понятійно-категоріальний апарат курсу: ринок, конкуренція, фірма, підприємство, конкурентні переваги, конкурентна стратегія, конкурентоспроможність. Зростання актуальності проблем конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу (далі – ГРБ) країнах світу. Принципи, методи та технології формування конкурентних переваг. Системний та процесний підходи в дослідженні конкурентоспроможності.

#### **Тема 2. Соціально-економічні основи конкуренції та конкурентоспроможності**

Сутність та види конкуренції. Функції конкуренції. Механізм та закон конкуренції. Основні умови ефективності конкуренції. Модель посилення та розвитку конкуренції. (за А. Смітом). Конкуренція як рушійна сила ринку. Елементи механізму конкурентної боротьби. Еволюція поглядів на конкуренцію. Теорія конкурентної переваги М. Портера. Поняття к«онкурентоздатність». Види конкурентоздатності і конкурентоздатності нації, держави, економіки, галузі, фірми, продукції. Критерії конкурентоздатності: рівень продаж, і стабільне місце на ринку.

## **ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. Чинники забезпечення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності**

### **Тема 3. Формування конкурентних переваг підприємств ГРБ**

Поняття «конкурентна перевага». Конкурентна перевага як найважливіший показник конкурентоспроможності підприємства. Джерела конкурентних переваг: унікальність товару (послуги, лідерство по витратах, лідерство в ринковій ніші). Типи конкурентних переваг: перевага в маркетингу, перевага у витратах, перевага в маркетингу або витратах у ринковому сегменті.

Сфери конкурентних переваг: організаційні конкурентні переваги, функціональні конкурентні переваги (маркетинг, виробництво, кадри); конкурентні переваги, засновані на взаємовідношенні із зовнішніми організаціями.

Причини інновацій, що дають конкурентну перевагу: нові технології; нові запити або запити покупців, що змінилися; поява нового сегменту ринку; зміна вартості або наявності компонентів збуту; зміни урядового регулювання.

Принципи досягнення переваг над конкурентами: концентрація ресурсів там, де вони принесуть максимальний ефект; перехоплення ініціативи; маневрування ресурсами з метою скоординованого досягнення загальної мети.

Поняття «ключові фактори успіху».

Зовнішні конкурентні переваги: взаємовідносини зі споживачами; взаємовідносини з постачальниками; взаємовідносини з конкурентами.

Внутрішні конкурентні переваги: інформація; маркетинг; фінанси; технологія; персонал; організація управління.

### **Тема 4. Чинники забезпечення конкурентоспроможності підприємства**

Чинники, що впливають на конкурентоспроможність підприємств ГРБ: зовнішні – політична ситуація в країні; економічні зв'язки; наявність конкурентів; розміщення продуктивних сил; наявність сировинних ресурсів; загальний рівень техніки та технологій; система управління промисловістю; концентрація виробництва; законодавча база; внутрішні – система та методи управління фірмою; рівень організації процесу виробництва; система довгострокового планування; орієнтація на маркетингову концепцію; інноваційний характер виробництва.

Основні умови забезпечення конкурентоспроможності підприємства: застосування наукових підходів до стратегічного менеджменту; забезпечення єдності розвитку техніки, технології, економіки, управління; використання сучасних методів дослідження та розробок; врахування взаємозв'язку функцій управління на всіх стадіях життєвого циклу об'єкта; формування системи засобів забезпечення конкурентоздатності об'єкта.

## **Тема 5. Стратегії конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу**

Сутність поняття «конкурентні стратегії». Фактори вибору стратегії.

Стратегії згідно із загальною конкурентною матрицею Портера. Стратегія лідерства за витратами, стратегія диференціації, сфокусовані стратегії диференціації і лідерства за витратами. Базові корпоративні стратегії. Стратегія блакитного та червоного океанів.

## **ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ III. Методологія аналізу конкурентних переваг підприємств ГРБ**

### **Тема 6. Моніторинг конкуренції**

Бенчмаркінг: поняття, цілі та завдання. Конкурентний аналіз. Модель п'яти сил конкуренції М.Портера. Мета і методи аналізу конкурентів. Структура аналізу діяльності конкурентів. Джерела інформації про конкурентів. Методи збору інформації про конкурентів.

### **Тема 7. Методи аналізу конкурентних переваг**

Стратегічний аналіз: поняття, різновиди, значення. SWOT-аналіз як основа формування конкурентоспроможності закладів індустрії гостинності. Аналіз конкурентів та бази концепції 4P.

### **Тема 8. Конкурентоспроможність персоналу та її вплив на ефективність діяльності закладів індустрії гостинності**

Поняття «конкурентоспроможність працівника». Фактори формування конкурентоспроможності персоналу.

Розвиток персоналу як фактори підвищення його конкурентоспроможності.

Лідерство як один із чинників формування конкурентоспроможності персоналу.

Командоутворення – управлінський механізм розвитку навичок командної роботи колективу в процесі формування конкурентних переваг працівника ГРБ.

## **РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

### **Основна:**

1. Аналіз господарської діяльності: навчальний посібник / за заг. ред. І.В. Сіменко, Т.Д. Косової. - К.: "Центр учбової літератури", 2013. - 384 с. 15
2. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2003. – 360 с.
3. Глобальний договір ООН (UN Global Compact, 2000)  
[www.globalcompact.org.ua](http://www.globalcompact.org.ua)

4. Гурков И.Б. Стратегический менеджмент организации: Учеб. пособ. – М.: ЗАО «Бизнес-школа; Интел-Синтез», 2004. – 208 с.
5. Економічний аналіз: Навч. посіб. / Колектив авторів під керівництвом акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. — 2-ге вид. — К.: КНЕУ, 2003. — 556 с.
6. Закон України «Про захист прав споживачів» // <http://www.rada.gov.ua>
7. Івахненко В. М., Горбатов М. І. Курс економічного аналізу: Навч.- метод. посіб. для самост. вивч. дисц. — Вид. 2-ге, перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2005. — 302 с.
8. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент: Навч. посіб. Вид.2. – К.: Знання, 2010. – 406 с.
9. Кодекс законів про працю України // Закони про працю. – К., 1997 – С.3-83.
10. Конституція України - К.: Преса України, 1997.- 80 с.
11. Косова Т. Д. Організація і методика економічного аналізу: навч. посібник / Т.Д. Косова, П.М. Сухарев, Л.О. Ващенко, І.В. Гречина, Н.Е. Деєва; (за заг. ред проф. Т.Д. Косової) - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 528с.
12. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М. – Новосибирск: Сибирское соглашение, 2005. – 288с.
13. Менеджмент організацій: Навч. посіб. Рекомендовано МОН / Шморгун Л.Г. — К., 2010. — 452 с., тв. пал. (ст. 20 пр.).
14. Менеджмент персоналу: навч. посібник / авт.. кол. – К.: УБС НБУ, 2011.-381 с.
15. Менеджмент персоналу: Навчально-методичний посібник для організації самостійної та індивідуальної роботи.– Харків: ХІБС УБС НБУ, 2011.–354 с.
16. Мних Є.В. Економічний аналіз: підручник / Є.В. Мних. К.: Знання, 2011. — 630 с.
17. Немцов В.Д., Довгань Л.Є. Стратегічний менеджмент. – К.: ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2004. – 560 с.
18. Організація і методика економічного аналізу: Навчальний посібник / Г.І. Андрєєва, В.А. Андрєєва. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. – 353 с.
19. Петряєва З. Ф. Організація і методика економічного аналізу: навч.- метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни / З. Ф. Петряєва, Г. Г. Хмеленко; Харківський національний економічний ун-т. - Х.: ХНЕУ, 2009. - 236 с.
20. Стратегічний менеджмент: Навч. посіб. — 2-ге вид., перероб. і доп. Рекомендовано МОН / Кіндрацька Г.І. — К., 2010. — 406 с., тв. пал., (ст. 5 пр.).
21. Шершньова З. Є., Оборська С. В. Стратегічне управління: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2002. – 384 с.

**Допоміжна:**



1. Гушко С. В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / С. В. Гушко, А.В. Шайкан, Н.П. Шайкан, О.А. Гушко. - Вид. 2-е, перероб. і допов. - Кривий Ріг: Чернявський Д. О., 2011. – 174 с.
2. Гузар У. Маркетинг у готельно-ресторанному бізнесі / Уляна Гузар, Марія Загоруй // Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. матеріалів наук.-практ. семінару (3 жовтня 2019 р., с. Гута). – Львів, 2020. - С. 18-21.
3. Гузар У. Особливості формування ефективної команди на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу / У. Гузар // Економіка, освіта, технології в контексті глобальних трансформаційних імператив розвитку : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Черкаси, 16-17 жовтня 2019 року). – Черкаси, 2019. – С. 184–187.
4. Гузар У. Сучасні особливості тайм-менеджменту в ресторанному бізнесі / Уляна Гузар, Валентина Лиходій // Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. матеріалів наук.-практ. семінару (3 жовтня 2019 р., с. Гута). – Львів, 2020. - С. 15-17.
5. Іжевська О. П. Дослідження проблем маркетингового менеджменту у ресторанному бізнесі в Україні / Іжевська О. П. // Modern Transformation in Economics and Management : III International Scientific Conference (March 29th, 2019). – Klaipeda, 2019. – P. 2. – S. 25–29.
6. Ковальчук К.Ф Аналіз господарської діяльності: теорія, методика, розбір конкретних ситуацій.: навчальний посібник / К.Ф.Ковальчук - К.: Центр учбової літератури, - 2012. – 326 с.
7. Купалова Г.І. Теорія економічного аналізу: Навч. посіб. / Г.І. Купалова. – К.: Знання, 2008. – 639 с. 16
8. Основи конфліктології та теорії переговорів: Навч.пос. / Цюрупа М.В.- К, 2009 - 190 с.
9. Павленчик Н. Ф. Особенности менеджмента предприятий гостинично-ресторанного бизнеса / Н. Ф. Павленчик // Актуальные научные исследования в современном мире : материалы Междунар. науч.-практ. конф. – Алматы, 2017. – С. 191–195.
10. Павленчик Н. Ф. Соціально-економічні засади менеджменту готельно-ресторанного бізнесу / Н. Ф. Павленчик // Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфери обслуговування : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. – Львів, 2017. – С. 67–70.
11. Павленчик Н. Ф. Управлінські аспекти готельно-ресторанного бізнесу / Павленчик Н. Ф. // Проблеми та перспективи розвитку економіки України в умовах глобалізації : матеріали Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. - Львів, 2017. - С. 143-145.
12. Проблеми теорії і практики менеджменту: Навч.-метод. пос./ кол. Авторів – К:Знання, 2009 - 312 с.
13. Прокопенко І.Ф. Методика і методологія економічного аналізу: навч. посібник для студ. вищих навч. закл. / І. Ф. Прокопенко, В. І. Ганін. - К.: ЦУЛ, 2008. - 430 с.
14. Шморгун Л.Г. Менеджмент організацій: навчальний посібник. - К:

Знання, 2010.-452 с.

### **Інформаційні ресурси інтернет:**

15. UEPLAC. Українсько-європейський центр з питань законодавства <http://www.ueplac.kiev.ua/>

16. Асоціація наукової співпраці Схід–Захід <http://www.intas.be/mainfs.htm>

17. Глобальна ініціатива відповідального лідерства (Global Responsible Leadership Initiative — GRLI) [www.grli.org](http://www.grli.org)

18. ЕВРИКА. Європейська мережа промислових досліджень та розвитку (EUREKA) <http://www.eureca.be/>

19. Європейська академія бізнесу та суспільства (European Academy for Business and Society — EABIS) [www.eabis.org](http://www.eabis.org)

20. Європейська асоціація етики бізнесу (European Business Ethics Network — EBEN) [www.eben-net.org](http://www.eben-net.org)

21. ЄВРОПА – сервер Європейського Союзу <http://www.europa.eu.int/>

22. ЄІФ. Європейський Інвестиційний Фонд, підтримка середніх та довгострокових інвестицій (EIF) <http://www.eif.org/>

23. Інформація про євро на сервері ЄС “Європа”/ The European Union’s Server “Europe” <http://www.europa.eu.int/euro>

24. КОРДИС. Інформаційна служба досліджень та розвитку Європейської Комісії (CORDIS) <http://www.cordis.lu>

25. Офіс офіційних публікацій ЄС. Надає найважливіші новини та інформацію про установи ЄС, публікації, стратегії та інші пов’язані з цим теми <http://www.eur-op.eu.int/>

26. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

27. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua>.

28. Офіційний сайт Секретаріату мережі Глобального договору в Україні: [www.globalcompact.org.ua](http://www.globalcompact.org.ua).

29. Проект поширення технічної інформації TACISUEPLAC <http://www.tacisinfo.ru/>

30. Спеціалізований інформаційно-аналітичний ресурс для бухгалтерів, аудиторів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukr.buhgalter.com.ua>.

31. Український сайт з маркетингу та реклами <http://marketingmix.com.ua/>

32. Центр науки і технології в Україні <http://www.stcu.kiev.ua/>

## **4. ФОРМА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ УСПІШНОСТІ НАВЧАННЯ**

**Форма підсумкового контролю:** диференційований залік

## 5. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ УСПІШНОСТІ НАВЧАННЯ

**Поточний контроль** здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять в усній та письмовій формах.

1. Опитування.
2. Перевірка завдань для самостійної роботи.
3. Перевірка матеріалів самопідготовки.
4. Виконання завдань практичних занять.
5. Виконання індивідуального завдання. Суть індивідуального завдання полягає в тому, що кожен студент повинен пройти безкоштовний on-line курс «Цифровий маркетинг» від компанії Google та отримати сертифікат.  
Режим доступу:  
<https://learndigital.withgoogle.com/digitalworkshop-ua>

**Підсумковий контроль** – диференційований залік (VIII семестр – денна форма).