

Кушнірук В.С.
*кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри
готельно-ресторанної справи та організації бізнесу*

Ізбаш В.М.

здобувачка вищої освіти групи ЕК 3/1

Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв, Україна

ОРГАНІЗАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛІВ

В сучасному світі готельний бізнес є важливою складовою глобальної туристичної і гостинності індустрії. З кожним роком збільшується кількість подорожуючих, що створює сприятливі умови для розвитку готельного сектору. Однак конкуренція в цій галузі стає все більш жорсткою, і готелі повинні активно працювати над підвищенням своєї конкурентоспроможності, щоб привертати та утримувати клієнтів. В даному контексті велике значення набувають організаційні стратегії, які спрямовані на підвищення ефективності управління готелями та забезпечення якісного обслуговування гостей.

Ринок готельних послуг на сьогоднішній день є відкритим і сильно конкурентним, що створює значний тиск на готельну індустрію і змушує її постійно покращувати якість своїх послуг. Враховуючи цей контекст, одним з основних завдань управління готелем є пошук ефективних стратегічних рішень для забезпечення конкурентоспроможності надання послуг.

Питаннями готельно-ресторанної індустрії та туризму займаються такі вчені як О.С. Альбещенко [1], І.О. Банєва [2], О.В. Величко [3], В.С. Кушнірук [3, 4], С.І. Павлюк [5], Т.Я. Іваненко [5] та інші. Для кожного готелю важливо чітко визначити свою місію, щоб відрізнитися від інших подібних готелів. Це вираження та фокус на основних концепціях, що використовуються в управлінні гостинністю. Важливо правильно сформулювати цю місію, оскільки вона включає інтереси чотирьох різних груп людей: гостей, власників, керівників і персоналу готелю.

Конкурентоспроможність є комплексним поняттям, яке визначає, наскільки продукт або послуга відповідають вимогам ринку і потребам споживачів. Ця відповідність охоплює не лише якісні, економічні, технічні та естетичні характеристики товару, але й комерційні аспекти, такі як ціноутворення, терміни постачання, канали збуту, рівень обслуговування та рекламні стратегії. У сучасних умовах готельний бізнес має можливість конкурувати завдяки різноманітним стратегічним перевагам, таким як:

- вигідне розташування готелю, яке привертає клієнтів через зручність і доступність до ключових об'єктів або місць привабливості;
- розробка та пропозиція додаткових послуг, які можуть зробити перебування гостей більш комфортним і зацікавити нових клієнтів;

- гнучка цінова політика для номерного фонду, яка відповідає різним клієнтським сегментам і потребам;
- активна маркетингова політика, включаючи рекламні кампанії та просування бренду, для повертання більше клієнтів;
- унікальні активи, такі як архітектурні особливості, історична цінність, чи особливий дизайн готелю, які роблять підприємство відмінним від інших;
- впровадження дисконтних програм або спеціальних пропозицій для постійних клієнтів, що сприяє їх залученню і утриманню.

Готельний бізнес завжди прагне залишатися конкурентоспроможним у змінному гостиннісному ринку. Для досягнення цього готелі зосереджуються на утриманні клієнтів, залученні нових та покращенні корпоративної культури шляхом поліпшення якості послуг та оптимізації обслуговування. Шляхом повертання нових клієнтів готель може розширити свою сферу діяльності та підвищити свій престиж. Організація, подібно до живого організму, має свою ідентичність, імідж, філософію та історію, включаючи внутрішню культуру.

Основні рекомендації для підвищення конкурентоспроможності готелю можуть бути сформульовані так: розробка ефективного організаційно-економічного механізму для керування якістю наданих готельних послуг; створення єдиної системи контролю якості готельних послуг на державному рівні; впровадження міжнародних стандартів та інших нормативних документів у практику готелів; організація системи навчання та підвищення кваліфікації персоналу щодо управління готельними підприємствами.

Один із основних шляхів створення стратегічних конкурентних переваг в готельному бізнесі полягає у наданні послуг вищої якості, ніж конкуренти.

Завдання обслуговуючого персоналу полягає в створенні відкритої та дружньої атмосфери, де будь-який співробітник готелю може заслужити симпатію гостя, звертаючись до нього особисто. Гості та співробітники мають встановити відносини взаємної поваги та стати рівноправними партнерами в справах. Такий рівень обслуговування є запорукою успіху та конкурентоспроможності на ринку готельних послуг. Необхідно постійно турбуватися про гостей, адже кожен член готельного колективу є важливою складовою, надаючи послуги, які запропонує готель.

Для досягнення конкурентоспроможності в готельному бізнесі потрібні продуктивність і бездоганна репутація. Готель, що успішно працює на ринку протягом тривалого періоду, отримує значущі конкурентні переваги. Основні фактори конкурентоспроможності включають якість послуг, сегментацію ринку та репутацію готелю. Конкурентоспроможність готельних послуг визначає, як ефективно готель задовольняє потреби клієнтів. Сегментація ринку вказує на позиціонування готелю та цільову аудиторію. Репутація готелю відображає сприйняття його клієнтами. Ці аспекти разом визначають привабливість та конкурентоспроможність готелю в галузі гостинності.

Таким чином, у сучасних умовах, охоплених невизначеністю, кризами і пандеміями, війною в нашій країні, питання підвищення

конкурентоспроможності на ринку стає насущним завданням, адже це не лише розвиток проблем, але і ключовий аспект виживання для готельно-ресторанного та туристичного бізнесу в Україні.

Український готельно-ресторанний і туристичний сектор відрізняється від своїх аналогів у Європі, США та Азії своєю унікальною традиційною культурою та неповторним середовищем. Територія України є надзвичайно різноманітною, а її багатий спектр кліматів, культурних традицій та історичних пам'яток створює сприятливі передумови для розвитку внутрішнього туризму.

Ця різноманітність і унікальність України пропонує непередбачувані можливості для розвитку туристичної галузі. Туристи можуть насолоджуватися різними видами відпочинку, від гірських походів в Карпатах до культурних подорожей до історичних міст та реліквій козацької доби. Таке поєднання факторів створює сприятливі тенденції для розвитку внутрішнього туризму та сприяє залученню іноземних туристів.

Український готельний та гастрономічний бізнес має можливість визначити свою унікальність та привабливість для гостей, пропонуючи неповторні страви та враження. Завдяки цьому, Україна може бути важливим учасником на міжнародній арені в індустрії туризму та гостинності.

Однак, в умовах невизначеності та економічних труднощів, готелі та ресторани в Україні повинні активно адаптуватися до змінних умов ринку та розробляти стратегії, які дозволять їм залишатися конкурентоспроможними. Важливим є постійне покращення якості обслуговування та інноваційних підходів, які забезпечать консолідацію та рост сектору туризму в Україні.

Список використаних джерел:

1. Альбещенко О.С., Кушнірук В.С. Управління та розвиток туристично-готельного підприємництва в територіальних громадах Південного регіону України // Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні : матеріали V міжнародної науково-практичної конференції, 25 лютого 2022 р. м. Вінниця : ВНТУ, 2022. С. 627-628. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/fiip/fiip2022/paper/viewFile/14487/12254>
2. Pugachov, M., Pugachov, V., Shevchenko, O., Banyeva, I., Kushniruk, V., & Shvets, K. (2022). Perspectives for the Tourism and Hospitality Industry in a Globally Competitive Environment. *Economic Affairs*, Vol. 67, No. 05, pp. 907-914. DOI: <https://doi.org/10.46852/0424-2513.5.2022.26>
3. Кушнірук В.С., Величко О.В., Коваль О.Д. Управління бізнес-процесами в готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2023. № 47. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-65>
4. Кушнірук В. С., Денищенко Л. В., Готельно-ресторанна індустрія: сучасний стан та перспективи розвитку. *Modern Economics*. 2023. № 38 (2023). С. 58-62. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V38\(2023\)-09](https://doi.org/10.31521/modecon.V38(2023)-09)
5. Svitlana Pavliuk Tetiana Ivanenko Tetiana Shelemetieva Stefania Bazhenova Olesia Dolynska. «Peculiarities of International Competition in the Market of Tourism and Hospitality». *Economic Affairs*, Vol. 67, №. 04s, pp. 897-905. DOI: <https://doi.org/10.46852/0424-2513.4s.2022.23>