

Дячун М. Р.
студент гр. БРМ-61
Тернопільський національний технічний університет
імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
наук. кер. – д.е.н., професор Малюта Л.Я.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ЯК ВАЖЛИВОГО ФАКТОРУ УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

В індустрії туризму – міжгалузевому господарському комплексі, що спеціалізується на створенні туристичного продукту, здатного задовольняти рекреаційні потреби населення шляхом виробництва і реалізації товарів, а також надання послуг туристичного призначення, – визначальне місце належить готельному бізнесу. Готельний бізнес розвивається швидкими темпами і вважається одним з найприбутковіших секторів індустрії туризму. В Україні підприємства готельного бізнесу щорічно забезпечують робочими місцями понад 30 тис. осіб, а середньорічні доходи від надання готельних послуг складають понад 5,0 млрд. грн., що свідчить про перспективність і пріоритетність розвитку цього сектору туристичної індустрії.

У класифікації суб'єктів туристичної діяльності існує поділ на туристичних операторів, туристичних агентів і контрагентів. Підприємства готельного бізнесу відносять до контрагентів, тобто виконавців туристичних послуг, що надаються споживачам турпродуктів.

Головними властивостями, що відрізняють послугу від товару, є її нематеріальний характер та нероздільний характер процесів надання і споживання послуг. На конкурентному ринку готельних послуг зростаюча платоспроможність споживачів і прагнення підприємств отримати найбільший прибуток спонукають їх до диверсифікації пропозиції додаткових послуг. Це розширює сутність поняття «готельний бізнес», і поглиблює сферу діяльності

підприємств готельного бізнесу, які надають послуги як власного виробництва, так і супутніх галузей.

Встановлено, що інфраструктура додаткових послуг залежить від категорії підприємства готельного бізнесу. На сьогодні в Україні готелям забороняється надавати послуги з тимчасового розміщення без наявності свідоцтва про встановлення відповідної категорії. Відповідно до «Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» готелям встановлюється одна з п'яти категорій: від «п'яти зірок» (найвища категорія) до «однієї зірки» (найнижча категорія). Оскільки, згідно з чинним законодавством, санаторії, хостели та мотелі вважаються готелями, вони також повинні проходити процедуру обов'язкової сертифікації на присвоєння категорії від 1 до 5 зірок. Згідно з зазначеним вище Порядком, «іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення, у тому числі пансіонатам, будинкам відпочинку, мотелям, кемпінгам, туристичним базам, категорія встановлюється відповідно до рівня обслуговування у них – перший, другий, третій, четвертий та відповідно п'ятий рівні». У зв'язку з цим, мотель повинен бути класифікований одночасно і за категорією, і за рівнями, що на нашу думку, потребує негайного уточнення.

Конкурентна перевага підприємства готельного бізнесу – це ті характеристики і властивості готельних послуг, які складають для підприємства певну перевагу над своїми конкурентами. Вони можуть бути різноманітними і відноситися до основних і додаткових готельних послуг, технологій організації та обслуговування, форм промоції послуг, специфічних для конкретного підприємства готельного бізнесу. З урахуванням типу конкурентних переваг і діапазону конкуренції, підприємство готельного бізнесу обирає власну стратегію забезпечення конкурентоспроможності (рис. 1).

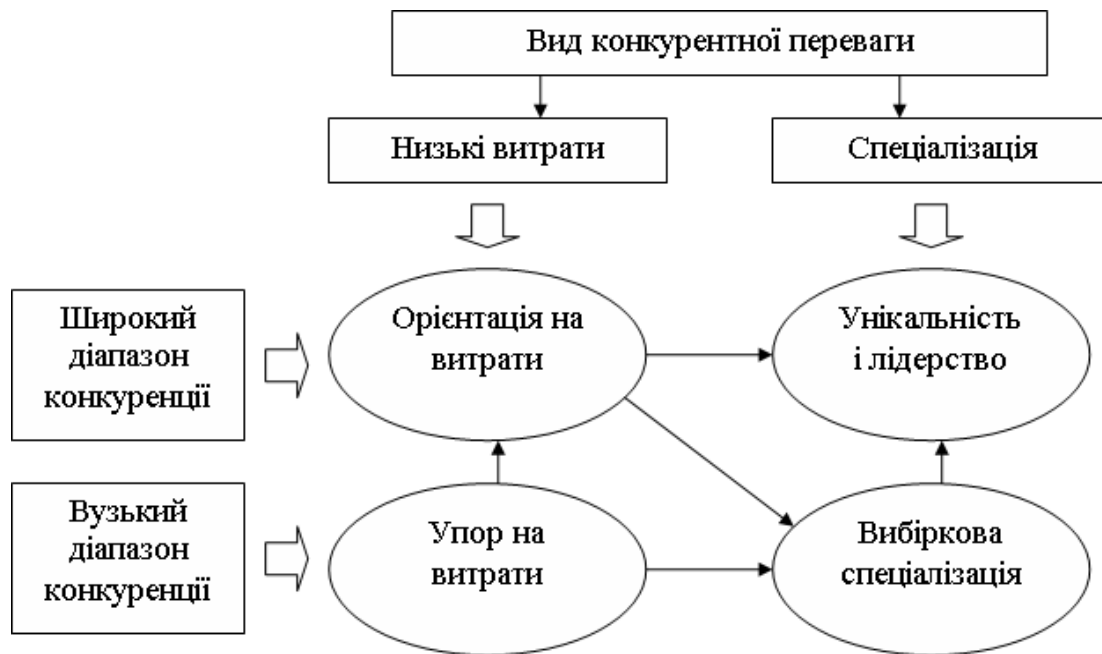


Рис. 1. Стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу (розроблено автором)

При цьому необхідно враховувати, що характер впливу даних груп чинників на забезпечення конкурентоспроможності підприємства готельного бізнесу різний. Так, місце розташування зумовлює ступінь затребуваності послуг підприємств готельного бізнесу, оскільки для споживача важливою є зручність користування готельними послугами, з точки зору наявності відповідного виду з вікна; доступності транспортних засобів; розвинутості зовнішньої інфраструктури (автостоянки, поштового відділення, відділення банку, торговельних підприємств, закладів культури, розважальних комплексів тощо).

Встановлення певної категорії підприємствам готельного бізнесу здійснюється на підставі комплексу вимог до матеріально-технічної оснащеності, переліку надаваних послуг, кваліфікації персоналу. У вітчизняній нормативно-правовій базі готелі проходять сертифікацію на присвоєння певної категорії на основі відповідності вимогам ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Класифікація готелів». В асортимент готельних послуг, що надаються підприємством готельного бізнесу, можуть увійти послуги, які перевищують обов'язкові вимоги Національного стандарту України для даної

категорії закладів. Наприклад, автостоянка обов'язкова для готелів категорії «3 зірки» і вище, якщо вона буде передбачена в готелі категорії «2 зірки», то ця послуга стане джерелом формування конкурентної переваги порівняно з іншими готелями даної категорії.

Будь яке підприємство готельного бізнесу знаходиться під впливом чинників різного рівня: макросередовища, мікросередовища і внутрішнього середовища. У роботі доведено, що, з точки зору забезпечення конкурентоспроможності, головними є чинники внутрішнього середовища, які підприємство формує самостійно. З огляду на специфіку діяльності підприємств готельного бізнесу, вважаємо, що ключовими внутрішніми чинниками забезпечення їхньої конкурентоспроможності є якісні та кількісні характеристики готельних послуг та рівень обслуговування споживачів.

Розвиток готельного бізнесу в Україні, зростаюча конкуренція, що вимагає постійного підвищення якості готельних послуг, потребують підвищення вимог до всіх категорій персоналу готелів, оскільки якість готельного сервісу, в першу чергу, визначається роботою служб, що відповідають за стан номерного фонду та безпосередньо контактують з клієнтами. Потребу в систематичному підвищенні кваліфікації персоналу обумовлює також і глобалізація ринків.

Література:

1. Дишкантюк О.В. Теоретичні основи функціонування індустрії гостинності. *Економіка: реалії часу*. 2015. № 6 (22). С. 96–101.
2. Кирилов Ю.Є., Грановська В.Г., Алещенко Л.О. Формування конкурентних переваг суб'єктів туристичної галузі. *Економіка АПК*. 2020. № 5. С. 45-50.
3. Цалко Т.Р., Харченко Т. О., Хондока А. М. Особливості формування конкурентних переваг на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2019. № 9. [Електроний ресурс]. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7261>.