

УДК 338.1:338.48

Михальченко С.В.
студентка гр. МГКТС2021-1
Харківський національний університет міського господарства
ім. О.М. Бекетова
м. Харків, Україна
наук. кер. – д.е.н., професор Оболенцева Л.В.

**ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ
ФУНКЦІОНУВАННЯ**

Підвищення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності є безперечно актуальним та вкрай важливим в сучасних умовах функціонування,

оскільки індустрія гостинності є однією з найбільш динамічних та конкурентоспроможних галузей бізнесу, що стикається з численними викликами та змінами [1]. Існує кілька ключових причин, які підтверджують актуальність цієї теми:

- зростання конкуренції: конкуренція в галузі гостинності постійно зростає, що призводить до збільшення числа готелів, ресторанів, кафе та інших закладів, які розширюють свої можливості та інновації, і тим самим конкурують за увагу клієнтів;

- зміна споживчих уподобань: смаки та очікування клієнтів у сфері гостинності знаходяться у перманентному стані змін. Люди стають більш вимогливими до харчування, розваг та дозвілля, шукають нове різноманіття послуг з інноваціями та екологічним підходом;

- вплив криз та катастроф: недавні події, такі як пандемія COVID-19 та військові конфлікти, значно вплинули на сферу гостинності, вкотре підкреслюючи важливість гнучкості та адаптації у даній галузі;

- глобалізація та міжнародний туризм: туристична галузь все більше та активніше набуває світового значення, через що безліч підприємств з усіх регіонів конкурують за клієнтів;

- збільшення свідомості про сталість та відповідальність: все більше людей активніше звертають увагу на відповідальність та сталість в аспектах екологічних та соціальних проблем, що зумовлює потребу саме в такій конкурентоспроможній спрямованості підприємств [2];

- вплив технологій: з кожним роком інтернет та технології посідають важливіше місце серед клієнтів, оскільки це є запорукою зручності та якості;

- зростання попиту: галузь гостинності постійно зростає завдяки збільшенню туристичного руху та кількості подорожуючих. Це призводить до більшої конкуренції, оскільки багато підприємств бажають привернути цих клієнтів та утримати їхню увагу на своїх послугах та обслуговуванні.

Усі ці фактори підкреслюють необхідність та актуальність постійного

підвищення конкурентоспроможності для підприємств індустрії гостинності в сучасних умовах.

Оскільки галузь гостинності постійно піддається впливу різноманітних факторів, підприємства повинні постійно адаптуватися до змін, щоб забезпечити свою високу конкурентоспроможність. Ось кілька ключових аспектів, які допоможуть підвищити планку серед конкуруючих підприємств індустрії гостинності:

1. Вдосконалення обслуговування клієнтів: висока якість обслуговування завжди була і залишається основною конкурентною перевагою в галузі гостинності. Персонал має бути дружнім, професійним і готовим задовольнити потреби гостей та надавати комфорт для своїх клієнтів. Підвищення навичок персоналу і тренінги щодо клієнтського обслуговування повинні проводитися на регулярній основі.

2. Підвищення професійної компетенції персоналу: кваліфікований та мотивований персонал відіграє важливу роль у задоволенні потреб клієнтів і в їхньому виборі конкретного підприємства. Інвестування в навчання та розвиток персоналу покращить якість обслуговування, наблизить симпатію клієнтів [4].

3. Інновації та технології: перманентний розвиток та інтеграція різних технологічних інновацій, таких як використання онлайн-бронювань, мобільних додатків, інтернет-простору, покращують обслуговування клієнтів та надають перевагу на ринку послуг [3].

4. Сталість і відповідальність: підприємства повинні розуміти екологічні проблеми та соціальні виклики, демонструвати свою готовність брати відповідальність за свої дії і їх вплив на оточення, запроваджувати відповідні практики.

5. Ціноутворення: знижки, акції та конкурентоспроможні ціни допомагають привернути клієнтів. Однак, важливо зберігати прибутковість і уникати глибоких знижок.

6. Маркетинг і реклама: рекламні кампанії, веб-сайти, соціальні медіа та інші засоби просування допомагають підприємствам бути помітними серед

конкурентів. Партнерські угоди з іншими підприємствами та туристичними агентствами, спрямовані маркетингові стратегії просування допомагають підприємствам привертати більше нових клієнтів та підтримувати існуючих.

7. Підтримка лояльності клієнтів: побудова довгострокових стосунків з клієнтами, надання індивідуального обслуговування та врахування їхніх побажань є важливими факторами в конкурентній боротьбі. Програми лояльності, нагороди, знижки та бонусні системи будуть стимулювати клієнтів повертатися до конкретного підприємства знову і знову.

8. Постійне вдосконалення: конкуренція вимагає від підприємств постійної роботи над покращенням своїх послуг та продуктів на основі фідбеку та побажань клієнтів, тенденцій ринку та конкурентів задля виділення серед інших, а також активної боротьби за увагу клієнта.

9. Уміння діяти і приймати рішення в умовах ризику та стресових ситуаціях: здатність вчасно та ефективно реагувати на різного роду обставини, починаючи від скарг клієнтів, закінчуючи глобальними катастрофами, забезпечить не лише утримання високої конкурентоспроможності, а й її підвищення.

Отже, формування конкурентних переваг для підприємств індустрії гостинності вимагає комплексного підходу, постійного вдосконалення та адаптації до змін в сучасному середовищі. Це дозволяє підприємствам зберігати конкурентоспроможність та залучати клієнтів в умовах жорсткої конкуренції. У даному дослідженні виокремлені та описані лише 9 основних аспектів, але цей список не є вичерпним.

Література:

1. Гаврилко П.П., Гуштан Т.В. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу в умовах ризику і невизначеності. *Туризм XXI століття: глобальні виклики та цивілізаційні цінності* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Пряшів, 10-11 квіт. 2019 р. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. С. 18–20.

2. Розметова О.Г. Корпоративна соціальна відповідальність в індустрії

гостинності як інструмент забезпечення стратегії сталого розвитку. *Туризм XXI століття: глобальні виклики та цивілізаційні цінності* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Пряшів, 10-11 квіт. 2019 р. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. С. 83–84.

3. Ткачук Т.М. Ключові тренди розвитку світових туристичних мереж. *Туризм XXI століття: глобальні виклики та цивілізаційні цінності* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Пряшів, 10-11 квіт. 2019 р. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. С. 92–94.

4. Харченко О.М. Підвищення кваліфікації персоналу в індустрії гостинності. *Туризм XXI століття: глобальні виклики та цивілізаційні цінності* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Пряшів, 10-11 квіт. 2019 р. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. С. 130–131.