

УДК 338.4

Манжула Т.Є.
студентка гр. БРмз-61
Тернопільський національний технічний університет
імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
наук. кер. – д.е.н., доцент Шерстюк Р.П.

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВ ВІТЧИЗНЯНОЇ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Враховуючи наявні ресурси, наша країна має значні перспективи для розвитку туристичного бізнесу. Тому розгляд української туристичної галузі з погляду конкурентоспроможності, дослідження особливостей формування та функціонування, аналіз пріоритетних тенденцій її розвитку є актуальним. Середовище, яке сприяло б гостинності та туризму, має бути сформоване за рахунок таких конкурентних переваг: унікального клімату та природних ресурсів, які є дефіцитними для населення континентальної частини Східної

Європи, Північної і Центральної Азії; значного історико-культурного потенціалу, який здатний задовольнити найвибагливіший попит на отримання нових вражень від подорожі; регіональної розгалуженості туристичних центрів та зон відпочинку; наявності великої кількості територій з лікувальними можливостями; забезпеченості розвитку туристичної індустрії нормативно-правовою базою; привабливості туристичної індустрії нашої країни для іноземного інвестування, яка пояснюється наявністю умов для високоефективної рекреаційно-економічної діяльності.

Згідно з Законом України «Про туризм», готель – це «підприємство будь якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням». Кількість проживаючих в готельних підприємствах безпосередньо визначається обсягами внутрішнього й іноземного туризму. Аналогічні готелям засоби розміщення відрізняють від готелів тим, що надають обмежений обсяг готельних послуг [2]. Спеціалізовані засоби розміщення можуть бути неприбутковими, мати єдине керівництво, надавати мінімум готельних послуг, а в якості номерів пропонувати колективні спальні приміщення або одиниці житлового типу, і, крім розміщення, виконують ще яку-небудь функцію (наприклад, оздоровлення, лікування, транспортування, соціальну допомогу тощо) [2, с. 3]. До інших колективних засобів розміщення відносять засоби розміщення, що можуть бути неприбутковими, мають єдине керівництво, надають мінімум готельних послуг, а в якості одиниць житлового типу пропонують колективні спальні приміщення або майданчики для кемпінгу [2, с. 3].

Аналіз нормативно-правових актів дає підставу стверджувати, що недоцільно відносити до підприємств готельного бізнесу всі види засобів розміщення через суттєві відмінності в організації їхньої діяльності, а також кількості і якості послуг, що вони надають. Враховуючи різноманітність і неоднорідність засобів розміщення, зроблено висновок про необхідність ототожнювання поняття «підприємства готельного бізнесу» з «готелями» або «готельними підприємствами».

У сучасній індустрії гостинності поряд з традиційними підприємствами готельного господарства, які пропонують своїм клієнтам повний комплекс послуг з приймання, розміщення, харчування та обслуговування, існують так звані нетрадиційні місця для проживання (літні будиночки, котеджі, квартири тощо, які здаються під час відпускнуго періоду). Ці місця для проживання, як правило, обмежуються лише можливістю розміщення. При цьому харчування, прибирання номерів та додаткові послуги або цілком відсутні, або клієнт потрібне виконує самостійно, або замовляє за окрему плату. Ринок послуг нетрадиційних місць для проживання розвивається останнім часом швидше, ніж готельна сфера загалом. Дослідження свідчать, що останнім часом суттєву конкуренцію підприємствам готельного господарства створюють фізичні особи-підприємці та власники приватних будинків та квартир, кількість яких за останні роки інтенсивно зростає. Вони пропонують відвідувачам повний спектр основних та додаткових готельних послуг при значно нижчій їх вартості [1, с. 8].

Серед існуючої безлічі визначень категорії «конкурентне середовище», на нашу думку, досить ємним є наступне: «це результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загально ринкову ситуацію. Важливим є те, що конкурентне середовище утворюється не лише і не стільки власне суб'єктами ринку, взаємодія яких викликає суперництво, але, в першу чергу, – відносинами між ними» [4, с. 39].

Конкурентне середовище – це система взаємовідносин, для якої характерні такі риси: ієрархічна структура, цілісність, взаємозалежність, взаємодія, спрямованість. Даний підхід базується на тому, що для суб'єкта підприємництва конкурентне середовище є обумовленим станом ринку, результатом дії окремих економічних агентів. Суб'єкту підприємництва, який є складовою конкурентного середовища, з метою виживання слід оперативно реагувати на чинники формування конкурентного середовища.

Не менш важливими є чинники зовнішнього середовища, що впливають на конкурентоспроможність підприємств готельного бізнесу. Їхнє виникнення та

інтенсивність прояву не залежить від діяльності підприємства, а обумовлюється станом зовнішнього середовища. За джерелами походження чинники зовнішнього середовища неоднорідні, тому що є проявом систем різного рівня, і поділяються, у свою чергу на дві групи: чинники макросередовища і чинники мікросередовища [4, с. 333].

Враховуючи різноманітність внутрішніх чинників, які забезпечують конкурентоспроможність підприємств готельного бізнесу, вважаємо необхідним розділити їх на три групи (рис. 1): чинники, що характеризують підприємство; чинники, що характеризують готельну послугу; чинники, що характеризують якість обслуговування споживачів.



Рис. 1. Структура внутрішніх чинників, які забезпечують конкурентоспроможність підприємств готельного бізнесу (розроблено автором)

Макросередовище створює загальні умови перебування організації в зовнішньому середовищі. У більшості випадків макросередовище не має специфічного характеру до окремо взятого підприємства.

Література:

1. Бортник Л. В. Сучасний стан і проблеми розвитку готельного бізнесу м. Одеси // Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Економічні науки. Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин О. В, 2011. Випуск 4. С. 525-528.
2. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення: ДСТУ 4527:2006. [Чинний від 2006-10-01]. К.: Держспоживстандарт України, 2006. 28 с. (Національні стандарти України).
3. Табенська О.І. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності // Інтелект ХХІ. 2022. №2. С. 51-56.
4. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / С. М. Клименко, О. С. Дуброва, Д. О. Барабась та ін. К.: КНЕУ, 2008. 520 с.