

Познякова О.О., к.е.н.

ДДМА, старший викладач

ID ORCID 0000-0001-6063-1355

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СФЕРИ НАДАННЯ ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ

З кожним кроком розвитку сучасного стану конкурентної боротьби майже кожна організаційна структура, що діє на території України, стикається з двома нагальними проблемами: 1) рентабельність; 2) здатність виживати у все більш конкурентному середовищі. Тому, володіючи економічною незалежністю та повністю відповідальною за результати своєї господарської діяльності, структури готелів та ресторанів повинні формувати системи управління, які були б здатні гарантувати високу ефективність, конкурентоспроможність, а також стійке стабільне становище на ринку послуг гостинності та рамки, що не суперечать інтересам суспільства. Більше того, рівень розвитку конкуруючих бізнес-структур, їх темпи зростання на внутрішньому ринку послуг, а також ступінь їх конкурентоспроможної стабільності повинні певним чином мотивувати розміщення приміщення та харчування, щоб постійно активізувати діяльність свого апарату управління в пошуку нових способів вирішення питань управління. Важливе значення має розробка раніше невикористаних можливостей стратегічного розвитку, визначення управлінських, а також пріоритетів виробництва та впровадження у напрямку дотримання суворих стандартів та гарантування якості готельного продукту, виконаних відповідно до різноманітних змін та в уподобання споживчів.

Практика ведення готельного бізнесу в Україні виявляє проблематичне впровадження передових технологій міжнародної гостинності, включаючи управління, що пов'язано з: 1) недостатньо високою керованістю всіх економічних процесів; 2) недостатнє поєднання особистих та групових інтересів учасників виробничих та впроваджувальних процесів готельно-ресторанного напрямку з інтересами суспільства; 3) недостатня прозорість діяльності керованих структур у сфері сучасної гостинності; 4) проблеми

навчання та працевлаштування фахівців високо категоризованого готельно-ресторанного напрямку.

Тому вітчизняні організації готелів та ресторанів повинні систематично охоплювати передові методології та технології міжнародної гостинності та використовувати чинники та механізми конкурентної поведінки, які дозволяти б в умовах вітчизняного готельного виробництва створити більш досконалу споживчу пропозицію, яка могла б стати унікальною компетентністю, а отже, підвищувати конкурентоспроможність організації.

У сучасному розумінні конкурентоспроможності об'єкта гостинності є його здатність успішно конкурувати з подібними організаційними підрозділами, які діють у конкретному, строго визначеному сегменті споживчого ринку готелів. У той же час конкурентоспроможність може проявлятися і в частині управлінських процесів у сфері гостинності, а також у частині її відділів, ієрархічному рівні тощо. У той же час сукупність таких компонентів, як конкурентоспроможність готельного продукту, конкурентоспроможність організаційного підрозділу, конкурентоспроможність географічного регіону, конкурентоспроможність країни визначатиме можливість конкретного закладу гостинності у проведенні змагань [1, с. 112-119].

Концепція забезпечення конкурентоспроможності в галузі сучасної гостинності передбачає ситуаційне поєднання факторів конкурентоспроможності в секторі гостинності, які визначають потенціал даного закладу конкурувати з аналогічними об'єктами в обраному сегменті запланованого ринку, і базується на принципі конкурентоспроможності та закономірності стратегічного управління [2, с. 77].

Процес управління конкурентоспроможністю повинен включати розробку стратегії конкурентоспроможної гостинності, заснованої на всебічному розумінні правил конкуренції, що визначають привабливість та прибутковість різних видів сучасної готельно-ресторанної діяльності. Правила змагання поєднували взаємодію п'яти рушійних конкурентних сил і згодом були названі

теорією рушійних сил конкуренції. А саме: 1) вихід на ринок нових конкурентів, 2) загроза від заміників, 3) ринкова сила покупців, 4) ринкова сила постачальників, 5) конкуренція між конкурентами на ринку [3, с. 89-96; 7, с. 56-59; 8, с. 69-78].

У готельному господарстві комбінована дія вищевказаних сил визначає здатність об'єкта гостинності отримувати середню віддачу від вкладеного капіталу, що перевищує вартість капіталу. Загальна потужність цих п'яти сил змінюється в залежності від категоризації, виду або споживчої ніші готельного господарства і може змінюватися в міру розвитку. Практичне застосування цієї теорії дає можливість визначити стратегічні нововведення, використання яких сприяє максимізації прибутку в індустрії гостинності, а її головна мета - збільшити шанси керівництва на пошук необхідних стратегічних нововведень у процесі управління конкурентоспроможністю закладів гостинності.

Цикл управління конкурентоспроможністю в галузі сучасної готельно-ресторанної галузі повинен базуватися на етапах стратегічного управління, які включають механізми стабілізації різних модифікацій основ стратегічного встановлення цілей об'єкта гостинності. А саме: 1) розробка стратегії для індустрії гостинності, 2) розробка та впровадження алгоритмів адаптації розробленої стратегії до специфічних особливостей індустрії гостинності, що діють на українському ринку гостинності; 3) розробка та використання механізмів реалізації стратегії, зменшення можливості збиткової модифікації основних принципів індустрії гостинності [4, с. 41-49].

Стратегія компанії індустрії гостинності, що складається з всебічного плану управління структурою організації готелів та ресторанів, повинна зміцнювати позиції закладу гостинності на ринку конкурентів і, таким чином, координувати зусилля та можливості галузі індустрії гостинності, спрямовані на залучення задоволення потенційної клієнтури, успішної конкуренції та досягнення глобальних цілей [5, с. 12-18], а також врахування нюансів конкурентних умов ринку готелів в Україні.

Процес розроблення готельної стратегії повинен базуватися на детальному аналізі всіх можливих напрямків розвитку готельно-ресторанної галузі, а також на основі аналізу діяльності основних прямих конкурентів для кожної категоризації та типу сегменту. Тому алгоритм готельної стратегії полягає у виборі: 1) загальної сфери бізнесу для індустрії гостинності, 2) розробленої категоризації та видових сегментів внутрішнього ринку гостинності, 3) сегментів обслуговуваних клієнтів, 4) методів готельної конкуренції, 5) залучені ресурси, 6) моделі управління гостинністю.

Інвестуючи у вітчизняний готельно-ресторанний сектор підприємницької діяльності, необхідно усвідомити складність та довгострокову окупність таких підприємств, а також той факт, що перед тим, як почати продавати готельний продукт, потрібно довести його до стан конкурентоспроможності у вітчизняному виробництві. Досвід міжнародних готельних корпорацій, які успішно використовують можливості розбудови свого бізнесу на вітчизняних ринках гостинності, показує, що сильні сторони успішної сучасної структури готелів та ресторанів: 1) навички та досвід; 2) цінні матеріальні цінності; 3) кваліфікований персонал; 4) цінні організаційні ресурси; 5) цінні нематеріальні активи; 6) конкурентні можливості; 7) партнерство або спільне співробітництво.

Таким чином, головним завданням вітчизняного готельного бізнесу має стати перетворення конкурентних сил українських закладів розміщення та харчування в стійку конкурентну перевагу, а також визначення переліку стратегічних дій, які зможуть у майбутньому усунути конкурентоспроможні недоліки розглянутих організаційних підрозділів. Крім того, якщо готельно-ресторанний комплекс має значну конкурентну перевагу в секторах готельного бізнесу, в яких конкуренти слабкі, це дозволить йому розпочати наступ і зайняти лідируючі позиції.

Література:

1. Фатхутдинов Р.А. Стратегическая конкурентоспособность: ученик. М, 2005. 458 с.

2. Baumol, William J., John C. Panzar, and Robert D. Willing, with contributions by Elizabeth E. Bailey, Dietrich Fischer, and Herman C. Quirmbach. Contestable Markets and The Theory of Industry Structure. New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1982. 512 p.

3. Лузин А. Ключевые концепции современного менеджмента: Словарь управленческого революционера М, 2007. 345 с.

4. Сорокина Т.В. Управление конкурентоспособностью объектов гостеприимства в Российской Федерации (Competitive Management in Hospitality Industry in Russian Federation). М., 2010. 355 с.

5. Мировой опыт развития индустрии гостеприимства. М., 2008. 289 с.