3) розробки спеціальних економічних режимів для залучення вітчизняних інвесторів у розвиток мережі хостелів;

4) впровадження електронних інформаційних та автоматизованих систем бронювання місць в готелях, сучасних технічних засобів обслуговування в готелях.

3. Для окупності державних та приватних інвестицій в об'єкти інфраструктури, в тому числі об'єкти готельного господарства, доцільно вже на сучасному етапі брати приклад з Польщі та шукати можливості реалізації в майбутньому інших масштабних заходів з метою ефективного використання новостворених готельно-туристичних об'єктів.

Висновки. На підставі розглянутого теоретичного й практичного матеріалу можна зробити висновок, що готельний бізнес України знаходиться в тяжкому становищі. Як би там не було, а бізнес-туризм є найважливішою складовою гостьового потоку в українські засоби розміщення. На нього припадає близько однієї третини всіх гостей за програмними цілями поїздки. Природно домінує звичайний відпочинок (leisure-туризм). Помітною є і частка медичного туризму, про розвиток якого необхідно подбати в першу чергу.

Вітчизняний готельний бізнес повинен розвиватися з урахуванням накопиченого світового досвіду. Україна активно входить в усі світові процеси, і глобалізація починає справляти все більший вплив на діяльність наших готелів. Використання багатого закордонного досвіду в практиці ведення готельного бізнесу за умови його адаптації до українських умов дозволить підвищити його ефективність.

Список використаних джерел

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Навч. посібник для студ. вищ. навч. закл./ Київський ун-т туризму, економіки і права. - К.: Знання України, 2002. - 360 с.
2. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: Підручник. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2006. - 448 с.
3. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні. - К.: Вища школа, 2002. – 195 с.
4. Цивільний кодекс України: Офіційний текст / Міністерство юстиції України. - К.: Юрінком Інтер, 2004. - 464 с.
5. 68. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії: Навчальний посібник.-К.: Атака, 2006.

ЛИТВИН О.В.
викладач кафедри технологій та організації туризму
і готельно-ресторанної справи
Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини
м. Умань

РОЛЬ КОНКУРЕНЦІЇ В ЕФЕКТИВНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Інтенсивний розвиток туристичної індустрії відкриває величезний потенціал для ефективної діяльності підприємств готельного господарства. За останні роки все більше уваги приділяється комплексному вирішенню проблеми підвищення

конкурентоспроможності закладів розміщення та наданню якісних основних та додаткових послуг.

Одним з найважливіших показників успішної діяльності підприємства є якість наданих послуг, яка спонукає до розробки комплексних програм, що охоплюють різні ланки управління готельним підприємством. Збільшення обсягу реалізації готельних послуг, підвищення рентабельності підприємства та досягнення високого рівня конкурентоспроможності можливе лише за умови якісно наданої послуги.

На якісне обслуговування в готелі впливають багато факторів:

– стан матеріально-технічної бази: зручне планування і якісне облаштування приміщень готелю, оснащення його громадських приміщень і житлових номерів комфортабельними меблями та устаткуванням, повні комплекти високоякісної білизни, сучасне високопродуктивне кухонне обладнання, зручні ліфти та ін.;

– прогресивна технологія обслуговування (чає порядок і способи прибирання громадських приміщень і житлових номерів, реєстрацію і розрахунок з клієнтами та ін.);

– високий професіоналізм і компетентність обслуговуючого персоналу, його уміння і готовність чітко, швидко і культурно обслуговувати гостя;

– управління якістю обслуговування, що передбачає розробку і впровадження стандартів якості, навчання персоналу, контроль, коригування, вдосконалення обслуговування на всіх ділянках готелю [1].

Надання якісних послуг може бути однією із конкурентних переваг закладу розміщення, яка забезпечить в подальшому успішну його діяльність.

Конкурентні переваги – це сильні сторони підприємства, які забезпечують перевагу над конкурентами та є привабливими на ринку.

Формування конкурентних переваг можливе за допомогою екзогенних та ендогенних чинників.

До екзогенних чинників відносяться ті, на які безпосередньо може впливати курівництво підприємства або його працівники (організація процесу обслуговування, оперативність вирішення проблемних ситуацій із клієнтами, оперативність виявлення специфічних вимог клієнтів та їх задоволення, організація управління готелем, система морального і матеріального становища, співвідношення обсягу і структури обслуговування та ін.)

Ендогенні чинники можуть лише опосередковано впливати на формування конкурентних переваг готельного господарства при правильному їх застосуванні (вплив держави, зовнішньоекономічна та податкова політика, рівень науково-технічних розробок та інновацій, природно-кліматичні чинники, соціально-економічна ситуація, розвиток інфраструктури ринку, розвиток конкуренції, стан попиту та пропозиції на ринку).

У сучасних умовах найпотужнішими конкурентними перевагами підприємств готельного бізнесу є:

– місце розташування;
– визначення додаткових послуг;
– цінова політика номерного фонду;
– наявність активної маркетингової політики;
– унікальні активи, якими володіє підприємство;
– наявність дисконтної програми або спеціальних програм [2, с. 145].

Кожний готель має правильно оцінити свою ринкову позицію для визначення оптимальних стратегічних заходів та інструментів ведення конкурентної боротьби. Стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного господарства обов'язково повинна враховувати як загальний рівень конкурентоспроможності країни в цілому, так і у відповідних сферах зокрема.

Конкурентоспроможність готелю — це здатність і можливість засобів розміщення здійснювати діяльність з надання готельних послуг в умовах ринку, а також мати переваги

перед готелями-конкурентами і за рахунок цього отримувати додатковий прибуток, який спрямовується як на розвиток готелю та його кадрового складу, так і на забезпечення якісного обслуговування клієнтів [3, с. 17].

Поняття конкурентоспроможності пов'язане з визначенням сутності та ролі конкуренції, які обумовлені низкою ключових проблем господарської діяльності. Можливості підприємства конкурувати на певному ринку безпосередньо залежать від конкурентоспроможності товару, сукупності соціально-економічних і організаційних чинників, а також методів діяльності підприємства, які мають вплив на результати конкурентної боротьби. Останнім часом все більшого поширення на ринку готельних послуг набуває «утворююча» конкуренція, спрямована на пошук способів співпраці конкурентів у сфері збуту й маркетингу. Конкурентоспроможність готельних підприємств знаходиться в залежності від сезонності, природних, загальнополітичних та інших зовнішніх факторів.

Щоб підвищити якість обслуговування і лояльність клієнтів, впроваджуються додаткові послуги, акції та спеціальні пропозиції, а також розробляються спеціальні програми лояльності клієнтів, зокрема [4, с.47]:

— різного роду знижки: дітям, туристичним групам, постійним клієнтам;

— накопичувальні картки, бонусні програми — коли клієнт отримує за замовлення послуг бали, які потім трансформуються в знижки; надаються бонусні дні перебування та інші особливі умови;

— індивідуальні програми і привілеї — коли готель накопичує інформацію про постійних клієнтів і вибудовує індивідуальну стратегію обслуговування в залежності від їх вимог і переваг;

— програми обслуговування корпоративних клієнтів, які можуть включати безкоштовний трансфер, спеціальну дисконтну систему, допомогу в організації конференцій, екскурсій, бізнес-ланчів.

Отже, лише за наявності конкуренції підприємства готельного господарства зможуть надавати якісні послуги та підвищувати ефективність своєї роботи.

Список використаних джерел:

1. Поворознюк І.М. Шляхи підвищення якості готельних послуг в Україні / І.М. Поворознюк [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://dspace.udpu.org.ua:8080/jspui/bitstream/6789/5582/1/

2. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес : навч. посіб. / Л.І. Нечаюк. – К. : ЦУЛ, 2009. – 344 с.

3. Жуков А.В. Обеспечение конкурентоспособности гостиничных услуг на основе применения инсентив-программ: дис.… канд. экон. наук: 08.00.05 / А.В. Жуков; Гос. университет упр. — М., 2014. — 172 с.

4. Охота, В. І. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії / В. І. Охота // Інвестиції : практика та досвід. – 2017. – № 5. – С. 46-49.