

Пошивалова О.В.

доцент

Осипова Є.П.

Дюкар К.В.

студентки

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

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, що спрямовується як на розвиток готелю і його кадрового складу, так і на забезпечення якісного обслуговування клієнтів готелю [1, с. 17]

Конкурентоспроможність готелю визначається на основі порівняльного аналізу з готелями-конкурентами. При цьому необхідно враховувати часові та просторові межі аналізу, на основі достовірної та об'єктивної інформації. Конкурентоспроможність є результатом, що фіксує наявність конкурентних переваг, без яких неможливе досягнення конкурентоспроможності. Необхідно зазначити, що процес формування конкурентних переваг є дуже трудомістким і вимагає від готелів постійної роботи по вдосконаленню своєї діяльності.

Основними напрямками підвищення якісних показників конкурентоспроможності готелю є впровадження міжнародних стандартів обслуговування, діючих в готельному бізнесі; впровадження сучасних інформаційних технологій, що розширюють доступність готельних послуг; вдосконалення організації всіх циклів обслуговування споживачів готельного підприємства; підвищення кваліфікації персоналу, безпосередньо пов'язаного з організацією основних і додаткових послуг та ін.

До основних напрямів підвищення економічних показників конкурентоспроможності готельних підприємств слід віднести: вдосконалення фінансового менеджменту та підвищення ефективності використання фінансових ресурсів готельного підприємства; удосконалення, прогнозування і бюджетування діяльності готельного підприємства. До основних напрямів підвищення маркетингових показників конкурентоспроможності готельних підприємств слід віднести: вдосконалення комунікаційної політики, просування готельних послуг на ринок, розвиток різноманітних форм співробітництва з організаціями турбізнесу, ЗМІ, конгрес-центрами, великими корпораціями, міжнародними організаціями; удосконалення збутової політики на основі постійного контролю ефективності збутових каналів; вдосконалення ціноутворення на основі аналізу попиту та пропозиції, розробки систем знижок, диференціації цін та інше. Однак, слід зазначити, що при розробці стратегічних та оперативних рішень керівникові необхідно враховувати всі фактори, що впливають на конкурентну позицію готелю; односпрямовані заходи не дадуть бажаного ефекту підвищення конкурентоспроможності.

Конкуренція в готельному бізнесі є ефективним механізмом зниження індивідуальних витрат виробництва готельних послуг, економії всіх видів ресурсів, поліпшення якості обслуговування в індустрії гостинництва, впровадження інноваційних технологій протягом всього циклу виробництва готельних послуг, подальшої диференціації пропозиції в сфері гостинності.

У 2004 році офіційна статистика показує поліпшення готельного бізнесу майже на 20% і справи стрімко поліпшувалися до початку бойових дій на території України.

Підсумки першого кварталу 2017 року показали досить нестабільний стан готелів України. Через політичні зміни, кількість туристів знизилася майже на 50%, що стало причиною різкого підвищення тарифів.

Але маркетологи, всупереч всьому, радять не впадати в паніку, а використовувати таке становище з користю:

- забезпечити туристам безпечні умови проживання;
- спростити процес оформлення віз;
- застосовувати різні заходи по підвищенню комфорту готелю;

Щодо ресторанно-готельного бізнесу України, соціальні опитування, що проводилися з вересня 2016 року по вересень 2017, здивували своїми результатами. Як виявилось, зниження курсу гривні ніяк не позначилося на кількості відвідувань кафе і ресторанів. Тому готелі, які розпоряджаються як невеликими кафе, так і престижними ресторанами, не зазнали практично ніяких збитків.

Ресторанно-готельний бізнес не тільки допоміг уникнути втрат власникам готелів, але і дозволив заспокоїти багатьох громадян, для яких походи в подібні заклади стали єдиною насолодою [2].

1. Жуков, А. В. *Забезпечення конкурентоспроможності готельних послуг на основі застосування ін센тив-програм: дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05 / А. В. Жуков ; Держ. університет упр. — М., 2014. — 172 с.*

2. *Мезоекономіка розвитку : монографія / під ред. чл.-корр. РАН Г. Б. Клей нера. — М. : Наука, 2011. — 236 с.*

Шоп'як М.В.

студентка

Завербний А.С.

к.е.н., доцент

Національний університет «Львівська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ КОНКУРЕНЦІЇ НА РЕГІОНИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Конкурентоспроможність є важливим агрегатом для можливості виходу регіональних товарів України на міжнародний ринок. Це достатньо трудомісткий процес, для особливо нашої держави, адже не завжди продукція відповідає європейським стандартам якості, тому в основному до країн Європи експортується сировина, а не готова продукція. Низький рівень конкурентоспроможності можна пояснити умовами, що на європейському ринку українські товари з'явилися порівняно недавно і ще не стали достатньо конкурентними в порівнянні з міжнародними. Підписання угоди між Україною та ЄС про зону вільної торгівлі стало вагомим стимулом для українських підприємств та регіонів в цілому [1]. Це був вагомий крок для нашої держави, потрібно було прикласти достатньо сил для вдосконалення виробництва. У 2016 р. обсяг торгівлі між Україною та ЄС склав 35 923,2 млн. дол. США, з яких 30 635,2 млн. дол. США припадає на торгівлю товарами, а 5 287,5 – послугами [2]. У порівнянні з показниками 2015 р. зросли обсяги експорту наступних товарів: жири та олії тваринного або рослинного походження (77,5%); маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів (52,2%); промислові товари (44,6%); вироби з каменю, гіпсу, цементу (12,9%); полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них (12,7%) тощо. Завдяки зростанню продажів Європейська комісія наростила розмір квот в галузі сільського господарства, але це не означає, що можна розслабитись, навпаки потрібно покращувати якість продукції в усіх сферах [3]. За показниками експорту товарів у 2016 р. в порівнянні до 2015 р., лідерські позиції зі зниження займають Чернігівська, Хмельницька, Харківська області, збільшення спостерігається у Харківській, Хмельницькій, Чернігівській областях [4]. На підвищення рівня конкурентоспроможності економіки країни, перш за все впливає зміна конкретних