

Павлова С.І.
*кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки,
менеджменту, маркетингу та готельно-ресторанної справи*

Гуцало С.О.
*здобувач другого (магістерського) рівня, гр. 25Мд-Готб
Житомирський державний університет ім. І. Франка
м. Житомир, Україна*

ПЕРЕДУМОВИ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

У сучасній динамічній ринковій економіці успіх підприємств готельно-ресторанного бізнесу значною мірою залежить від їх здатності підтримувати конкурентоспроможність. Індустрія гостинності відома своєю гострою конкуренцією, що змушує компанії приймати гнучкий стиль управління та постійно вдосконалювати свої послуги. Успіх бізнесу в цій галузі залежить не тільки від якості обслуговування, але й від здатності компанії адаптуватися до зовнішніх змін, впроваджувати нові ідеї та підтримувати базу лояльних клієнтів. Як наслідок, розробка стратегії конкурентоспроможності є вирішальним аспектом управління, що дозволяє підприємствам не тільки вистояти, але й процвітати в умовах гострої конкуренції [2].

Застосування стратегічного підходу дозволяє визначити сильні та слабкі сторони компанії, що, у свою чергу, допомагає сформулювати ефективні плани майбутнього розвитку. Крім того, добре продумана стратегія дозволяє мінімізувати ризики та підвищити прибутковість бізнесу. Як наслідок, створення стратегії конкурентоспроможності є вирішальною вимогою для забезпечення сталого зростання та ефективної роботи підприємств готельно-ресторанного бізнесу [1].

Сфера готельно-ресторанного бізнесу охоплює широкий спектр послуг, пов'язаних із гостинністю, харчуванням та відпочинком. Вона вміщує широкий спектр видів засобів розміщення та закладів ресторанного господарства, таких як готелі, мотелі, хостели, пансіонати, ресторани, кафе, бари та інші заклади громадського харчування. Основними складовими цієї галузі є забезпечення проживання і харчування туристів, відряджених і місцевих жителів. Крім того, сфера охоплює низку додаткових послуг, включаючи організацію заходів,

кейтеринг, оздоровчі та спа-процедури, а також дозвілля та розваги.

Конкурентоспроможність, як концепція, охоплює численні аспекти, які демонструють здатність продукту чи послуги відповідати ринковим умовам і задовольняти потреби споживачів. Вона враховує не лише якість, економічні та технічні аспекти, але й такі фактори, як ціна, терміни доставки, канали збуту, обслуговування та реклама.

Однією з ключових аспектів досягнення конкурентоспроможності в готельно-ресторанній індустрії є надання найвищих послуг, які перевершують ті, що пропонуються конкурентами. Дослідження показують, що в закладах, де нехтують якістю, до 60% часу присвячується виправленню помилок в обслуговуванні [3].

Поняття «стратегія конкурентоспроможності» підприємства є багатограним і охоплює різні підходи до забезпечення стійких позицій компанії на ринку. Усі наведені у науковій літературі визначення містять спільні елементи, такі як використання ресурсів, створення конкурентних переваг, адаптація до ринкових умов, а також досягнення довгострокових цілей підприємства. Основними аспектами, що впливають на конкурентоспроможність, є якість продукції чи послуг, інноваційність, ефективне управління витратами та можливість залучати споживачів через унікальні ціннісні пропозиції [3].

Вважаємо, що стратегія конкурентоспроможності підприємства – це системний та довгостроковий план дій, спрямований на створення та підтримку стійких конкурентних переваг підприємства на ринку шляхом ефективного використання наявних ресурсів, інноваційного підходу до розвитку продукту або послуг, оптимізації бізнес-процесів та маркетингових стратегій. Вона передбачає адаптацію до динамічних ринкових умов, забезпечення відповідності продукції або послуг вимогам споживачів, а також утримання або покращення ринкових позицій через впровадження інновацій, підвищення якості, зниження витрат та формування унікальної ціннісної пропозиції. Основним призначенням стратегії є досягнення стабільного зростання прибутковості, зміцнення репутації та підвищення конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі.

Водночас, стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства готельно-ресторанного бізнесу - це комплексний план дій, спрямований на зміцнення позицій компанії на ринку шляхом підвищення якості послуг, впровадження інновацій, оптимізації витрат та ефективного використання ресурсів. Стратегія передбачає аналіз потреб цільових клієнтів, адаптацію до мінливих ринкових умов та конкурентного середовища, а також розробку унікальної ціннісної пропозиції для залучення та утримання клієнтів. Ключовими елементами стратегії є розвиток бренду, управління репутацією, використання технологічних рішень для покращення сервісу та розробка ефективних маркетингових інструментів для забезпечення стабільного зростання прибутковості підприємства готельно-ресторанного бізнесу [1].

При створенні стратегії конкурентоспроможності для компаній готельно-ресторанного бізнесу необхідно враховувати специфічні характеристики цього

сектору, такі як орієнтація на обслуговування клієнтів, якість обслуговування та клієнтський досвід.

Метою розробки стратегії конкурентоспроможності для підприємств готельно-ресторанного бізнесу є забезпечення стійкої ринкової позиції компанії та досягнення довгострокової прибутковості шляхом створення та утримання конкурентних переваг. Це включає в себе підвищення якості обслуговування, реагування на потреби клієнтів, надання інноваційних рішень та оптимізацію бізнес-процесів. Вона також спрямована на залучення нових клієнтів, утримання постійних клієнтів, покращення репутації організації та підвищення її впізнаваності на ринку, що забезпечує стабільний розвиток компанії в конкурентному середовищі [2].

Ключові завдання стратегії конкурентоспроможності підприємства готельно-ресторанного бізнесу на ринку охоплюють низку дій, спрямованих на досягнення стійких конкурентних переваг і забезпечення успіху.

В умовах посилення конкуренції та зміни споживчих вподобань важливо вивчити принципи, які забезпечують конкурентоспроможність підприємств готельно-ресторанного бізнесу. В умовах динамічного ринку важливо розуміти фактори, які впливають на успіх компаній цього сектору. Застосовуючи принципи ефективної конкурентоспроможності, підприємства готельно-ресторанного бізнесу можуть не тільки задовольняти потреби своїх клієнтів, але й підтримувати стабільне зростання та розвиток. Тому поглиблене вивчення цих принципів є необхідним для розробки стратегій, спрямованих на покращення позицій компанії на ринку.

Таким чином, розробка стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу є ключовим аспектом успішної роботи в сучасних умовах. Постійні зміни вподобань споживачів, технологічні інновації та посилення конкуренції вимагають від бізнесу адаптації підходів до управління клієнтами та обслуговування. Ефективна стратегія не лише задовольняє потреби клієнтів, але й диференціює їх від конкурентів завдяки унікальним пропозиціям та якісному обслуговуванню. Крім того, таке стратегічне планування допомагає оптимізувати витрати, підвищити прибутковість і забезпечити сталий розвиток.

Список використаних джерел:

1. Завідна Л. Д. Стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємства сфери готельних послуг. *Проблеми економіки: наук. журн.* 2018. № 1. С. 187-193.
2. Мазаракі А. А., Завідна Л. Д. Методологічні засади формування конкурентної стратегії підприємства готельного бізнесу. *The development of International Competitiveness: State, Region, Enterprise : International Scientific Conference, December.* 2016. № 6. Lisbon, Portugal : Baltija Publishing. 200 p. С. 185–188.
3. Сегеда І. В. Підходи до вдосконалення стратегічного управління розвитком готельного господарства регіону. *Бізнес Інформ.* 2018. № 4. С. 445-454.