

Атаман Л. В.

*К.г.н., старший викладач кафедри географії
Вінницького державного педагогічного
університету імені Михайла Коцюбинського
м. Вінниця, Україна*

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Ефективне функціонування підприємств індустрії гостинності можливе завдяки чіткій стратегії конкуренції та суперництва. Підвищення конкурентоспроможності індустрії гостинності стосується всіх її рівнів: якості продукції та послуг, галузей, регіону та держави в цілому. Незважаючи на велику кількість факторів, які впливають на конкурентоспроможність індустрії гостинності, визначальним залишається його здатність продукувати якісну продукцію чи послуги та створювати сприятливі умови для їх просування на ринок. Прагнення підприємств індустрії гостинності досягти комерційного успіху зумовлює необхідність підвищення конкурентоспроможності послуг, що надаються, за рахунок комплексного розв'язання проблеми через удосконалення діяльності всіх ланок та підрозділів.

Туристична галузь є однією з найперспективніших галузей сучасності та майбутнього. Її розвитку на території області сприятиме комплексна оцінка туристичного потенціалу, застосування нових методів господарювання і управління, створення оптимальних умов для його розвитку, що в умовах вільної конкуренції забезпечить насичення ринку високоякісними послугами і сприятиме комплексному соціально-економічному розвитку регіону [1].

Необхідною складовою стратегії розвитку конкурентоспроможності регіону є формування бреду. Процес формування та конструювання іміджу регіону, визначення бренду регіону потребує багато часу та залучення великої

кількості фахівців різних сфер та галузей діяльності. Серед яких важливе значення мають спеціалісти в галузі туризму, бізнесмени, політики, журналісти, науковці, фахівці та експерти, які зможуть на засадах професійно проведених досліджень та експертиз спрогнозувати та сформуванати належний імідж для досліджуваного регіону. Саме тому стратегічно правильним буде застосування методології «форсайт», яка є спільним дослідженням фахівців різних галузей, що полягає у моделюванні та конструюванні розвитку туризму регіону в майбутньому [2].

Основними напрямками вдосконалення нормативно-правової бази у створенні сприятливих умов для нарощення конкурентоспроможності індустрії гостинності, є:

- впровадження європейських стандартів та вимог що стосуються виробництва й реалізації продукту;
- впорядкування та спрощення процедур регулювання діяльності в туристичній та суміжних галузях;
- використання ефективних механізмів зі сприяння інвестуванню в розвиток ресурсів індустрії гостинності, зокрема рекреаційних, та туристичної інфраструктури;
- забезпечення умов для підготовки конкурентоспроможних кадрів індустрії гостинності та стимулювання впровадження інновацій;
- розробка та впровадження специфічних для управління конкурентоспроможністю управлінських інструментів і технологій;
- забезпечення співпраці органів влади і громадських об'єднань та асоціацій індустрій гостинності;
- інтеграція механізмів галузево-територіального управління конкурентоспроможністю індустрії гостинності, досягнення балансу інтересів готельного, туристичного бізнесу й територіального розвитку.

Оцінюючи все різноманіття стратегічних завдань із досягнення конкурентоспроможності індустрії гостинності, можна виокремити такі стратегічні напрями управління його розвитком:

- вдосконалення нормативно-правової бази у сфері регулювання індустрії гостинності;
- розробка та реалізація програм залучення інвестицій;
- упровадження заходів зі збереження екологічних та історико-архітектурних туристичних об'єктів;
- сприяння інноваціям у системі територіального туризму та готельного бізнесу;
- стимулювання підвищення якості територіального готельного та туристичного продукту;
- формування туристичного іміджу території на вітчизняному та міжнародних туристичних ринках і ринках інвестицій;
- моніторинг ринку туристичних та готельних послуг та вчасне реагування на зміну тенденцій у його розвитку прийняттям адекватних до ситуації управлінських дій;
- підвищення рівня безпеки життя, здоров'я туристів, збереження майна.

Сучасні умови розвитку ринку змушують підприємства індустрії гостинності бути більш технологічними і намагатися максимально відповідати запитам сучасного туриста. Для сучасного споживача важливі три складові: швидкість і якість пропозицій, з яких він зможе вибрати підходящий варіант; вигідна ціна, а також самореалізація. У такій ситуації туристичні компанії, які хочуть бути конкурентними, повинні не тільки відповідати високим критеріям, але і запропонувати також додану цінність у вигляді безпеки та професійного супроводу. У сфері індустрії гостинності практично неможливо утримувати лідерство у довгостроковій перспективі, а значить, потрібні нові стратегії. Тому найбільш гостро постає питання знаходження нових механізмів управління підприємствами та використання стратегій, які враховують як рівень розвитку фірми, так і фактори конкурентного середовища [3].

Основними рекомендаціями при вирішенні проблем у сфері конкурентоспроможності послуг індустрії гостинності є такі:

- 1) розробка організаційно-економічного механізму територіального управління якістю туристичних та готельних послуг;
- 2) формування єдиної системи державного контролю якості вищезазначених послуг;
- 3) впровадження міжнародних стандартів та інших нормативних документів у практику готельного господарства та туристичної сфери;
- 4) організація системи навчання і підвищення кваліфікації кадрів з питань управління діяльністю підприємств туризму та готельного господарства.

Отож, у сучасних ринкових умовах головною метою та стратегічним завданням розвитку індустрії гостинності є досягнення конкурентних переваг у довгостроковому періоді, які забезпечуватимуть високий рівень прибутку та стабільне економічне зростання. Розвиток ринкових відносин, отримання підприємствами готельної індустрії, що надають конкурентоспроможні послуги, права виходу на загальний ринок вимагають постійного вдосконалення підходів до стратегічного управління та впровадження сучасних інновацій. Без ретельно сформульованих стратегічних напрямів неможливо конкурувати на сучасному ринку послуг. Відсутність таких стратегій призводить до застою та погіршення фінансових результатів діяльності. Оптимальне поєднання наведених стратегічних напрямів дасть змогу індустрії гостинності отримати такі позитивні результати, як збільшення числа туристів, підвищення популярності, зростання прибутку і т. п.

Список використаних джерел:

1. Атаман Л. В., Собко А. Актуальні стратегії розвитку туризму Вінницької області. Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації. VI Міжнародна науково-практична конференція. Київ: Вид.центр КНУКіМ, 2019. 249 с. С. 88 – 90.
2. Атаман Л. В., Терешко Д. Методологія «форсайт» як інноваційний підхід до розвитку туризму регіону. Туризм XXI століття: глобальні виклики та цивілізаційні цінності: матеріали міжнародної науково-практичної конференції / відп. ред. А. А. Мазаракі. Київ: КНТЕУ, 2019. 196 с. С.60-62.
3. Ольшанський О.В. Заходи з підвищення конкурентоспроможності підприємств туристичного профілю. *Економічна стратегія і перспективи*

розвитку сфери торгівлі та послуг. 2013. Вип. 1(1). С. 291-297. Режим
доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2013_1\(1\)__42](http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2013_1(1)__42)