

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ: СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ

ПРОКОПЕЦЬ Ярослав

аспірант,

Хмельницький національний університет

НЕСТОРИШЕН Ігор

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0003-0765-195X>

e-mail: nestor_nema@ukr.net

РУДНІЧЕНКО Євгеній

доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту та адміністрування,

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0002-9407-2026>

e-mail: e.m.rudnichenko@gmail.com

В статті досліджено особливості забезпечення конкурентоспроможності підприємств туризму та готельно-ресторанної справи в контексті їх взаємодії в процесі надання послуг мандрівникам. Авторами зазначено, що запорукою успіху в сучасних умовах є розроблення інноваційних продуктів, забезпечення високого рівня сервісу та зручності для клієнтів, що робить партнерство між готелями, ресторанами та туристичними агенціями надзвичайно важливим. Зауважено, сучасні реалії диктують високі вимоги до якості послуг та індивідуального підходу до кожного клієнта, оскільки подорожуючі все більше очікують отримати не просто проживання та харчування, а незабутні враження та емоції.

Ключові слова: туризм, конкурентоспроможність, індустрія гостинності, готельно-ресторанна-справа.

COMPETITIVENESS OF TOURISM AND HOTEL AND RESTAURANT ENTERPRISES: A SYSTEMATIC APPROACH TO MANAGEMENT

PROKOPETS Yaroslav, NESTORYSHEN Ihor, RUDNICHENKO Yevhenii

Khmelnytskyi National University

The urgency of researching the competitiveness of tourism and hotel-restaurant enterprises is due to the need to increase their effective interaction to ensure quality service to tourists and increase the profitability of both industries. In modern conditions, tourists increasingly choose complex solutions that combine accommodation, food and entertainment, which stimulates interdependence and close cooperation between hotel and restaurant enterprises and tourist operators. In the conditions of increasing competition in the global market, enterprises must offer innovative products, provide a high level of service and convenience for customers, which makes partnerships between hotels, restaurants and travel agencies extremely important.

The purpose of the study is to study the key factors that determine the ability of enterprises in the tourism and hotel and restaurant sectors to successfully compete in the modern service market.

Therefore, modern realities dictate high requirements for the quality of services and an individual approach to each client. Tourists increasingly expect to receive not just accommodation and food, but unforgettable impressions and emotions. This encourages enterprises to constantly search for new solutions and implement innovations. An important aspect of competitiveness is the ability of enterprises to adapt to changes in the external environment. the competitiveness of tourism and hotel-restaurant enterprises is the ability of enterprises to successfully compete in the market, offering unique services and products that satisfy the needs of consumers better than the services of competitors. In the field of tourism and hospitality, competitiveness depends on many factors, including the quality of service, innovation, flexibility of business models, efficiency of resource management, as well as the ability to adapt to rapid changes in the market.

To summarize, the competitiveness of tourism and hotel-restaurant enterprises is a multifaceted concept that covers a wide range of factors. To achieve success, enterprises need to constantly work on improving the quality of services, introducing innovations, adapting to market changes and effective interaction with partners.

Key words: tourism, tourism entrepreneurship, integration, internally displaced persons, refugees.

ПРОКОПЕЦЬ, Я., НЕСТОРИШЕН, І., & РУДНІЧЕНКО, Є. (2024). КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ: СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ. *Development Service Industry Management*, (3), 235–238. [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-7\(35\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-7(35))

PROKOPETS, Y., NESTORYSHEN, I., & RUDNICHENKO, Y. (2024). COMPETITIVENESS OF TOURISM AND HOTEL AND RESTAURANT ENTERPRISES: A SYSTEMATIC APPROACH TO MANAGEMENT. *Development Service Industry Management*, (3), 235–238. [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-7\(35\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-7(35))

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Актуальність дослідження конкурентоспроможності підприємств туризму та готельно-ресторанної справи зумовлена необхідністю підвищення їхньої ефективної взаємодії для забезпечення якісного обслуговування туристів і збільшення прибутковості обох галузей. У сучасних умовах туристи дедалі частіше обирають комплексні рішення, які поєднують проживання, харчування та розваги, що стимулює взаємозалежність і тісну співпрацю між готельно-ресторанними підприємствами і туристичними операторами. В умовах зростаючої конкуренції на глобальному ринку підприємства повинні пропонувати інноваційні продукти, забезпечувати високий рівень сервісу та зручність для клієнтів, що робить партнерство між готелями, ресторанами та туристичними агенціями надзвичайно важливим. Комплексний підхід до обслуговування туристів дозволяє створювати унікальний споживчий досвід, що сприяє підвищенню лояльності клієнтів і формуванню конкурентних переваг. Взаємодія готельно-ресторанних та туристичних підприємств також сприяє зниженню витрат через спільне використання ресурсів і координацію маркетингових зусиль, що особливо важливо для малих і середніх підприємств, які прагнуть зміцнити свої позиції на ринку. Спільні програми лояльності, акцій та пакети послуг дозволяють залучати більше клієнтів і забезпечувати їхній повторний вибір цих послуг.

Також важливою є адаптація підприємств до цифрових інновацій, які дозволяють оптимізувати бронювання, розширювати канали комунікації з клієнтами та покращувати якість обслуговування. У період глобальних викликів, таких як пандемія COVID-19, важливою є можливість підприємств швидко реагувати на зміни попиту та адаптувати свої послуги. Враховуючи високий рівень конкуренції у сфері туризму та гостинності, забезпечення конкурентоспроможності підприємств залежить від здатності ефективно взаємодіяти між собою, формуючи ціннісні пропозиції для споживачів і підвищуючи привабливість туристичного регіону в цілому.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Аналіз наукових публікацій вітчизняних та зарубіжних науковців вказує на зростаючу увагу до питань адаптації бізнесу в умовах глобальних змін, цифровізації та зміни споживчих уподобань. Дослідження останніх років наголошують на важливості інтеграції цифрових технологій у бізнес-процеси, які є основою для підвищення конкурентоспроможності за рахунок покращення якості обслуговування клієнтів і автоматизації операційних процесів [2]. Такі технології, як онлайн-бронювання, системи управління відгуками та впровадження мобільних додатків значно розширюють можливості комунікації з клієнтами і формують позитивний досвід споживачів. Значна частина досліджень зосереджена на питаннях сталого розвитку та екологічності. Наприклад, роботи Заваріка Г. та Видренко А. [3] підкреслюють, що сучасні туристи віддають перевагу підприємствам, які активно впроваджують стратегії сталого туризму та екологічно відповідального ведення бізнесу. Це включає використання екологічно чистих матеріалів, заходи для зменшення викидів CO₂ та енергоефективні рішення. Іншим важливим аспектом є стратегічне партнерство між підприємствами туризму та готельно-ресторанної сфери для формування комплексних пропозицій для туристів. Вчені Михайліченко Г., Кравцов С., Забалдіна Ю., Антошкова Н. [1, 5] наголошують, що спільні програми лояльності, створення туристичних пакетів і взаємна інтеграція послуг готелів та туристичних операторів забезпечують конкурентні переваги, оскільки це підвищує задоволеність клієнтів і залучає більше туристів.

Крім того, дослідження про роль управлінських компетенцій та якості персоналу також показують, що підготовка кадрів, здатних адаптуватися до інновацій і змін попиту, є ключовим елементом забезпечення конкурентоспроможності [4]. Деякі науковці також підкреслюють значення креативного підходу до розвитку нових послуг, таких як створення коворкінг-просторів у готелях для залучення цифрових кочівників [9]. Таким чином, сучасні дослідження показують, що конкурентоспроможність у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу залежить від багатофакторного підходу, що включає інновації, сталий розвиток, партнерство і високу якість обслуговування..

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ СТАТТЯ

В той же час, незважаючи на значну кількість публікацій, на сьогодні не вирішеними є питання практичної взаємодії підприємств туристичного бізнесу та готельно-ресторанної справи в контексті взаємодії їх діяльності щодо підвищення рівня конкурентоспроможності індустрії туризму.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою дослідження є вивчення ключових чинників, які визначають здатність підприємств туристичного та готельно-ресторанного секторів успішно конкурувати на сучасному ринку послуг.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Конкурентоспроможність є однією з найважливіших інтегральних характеристик, яку застосовують як критерій оцінки ефективності економічної діяльності господарюючих суб'єктів. У перекладі з латини термін «конкурентоспроможність» означає суперництво, боротьба за досягнення найкращих результатів. С. Гареллі вважає, що «конкурентоспроможність стала в економіці тим, чим гравітація у фізиці – це одна із найважливіших сил, яка формує сьогоднішнє наше світу, це сила, яку неможливо не враховувати» [6, 10]. На думку Носирева О. О., в Україні стан готельно-ресторанної та туристичної інфраструктури поки що не відповідає туристично-ресурсному потенціалу країни і вимагає поліпшення і приведення до міжнародних стандартів, інакше, навіть за умови покращення інвестиційного клімату і активізації туристичної діяльності, вітчизняна готельно-ресторанна індустрія буде витіснена значно сильнішими конкурентами. Розвиток індустрії гостинності як один із найбільш соціально важливих складників сфери послуг у сучасних кризових умовах надає змогу згладити нерівномірності функціонування економічних систем різних рівнів та забезпечити швидке відновлення їх у посткризових умовах. Конкурентоспроможність підприємств індустрії гостинності та в цілому туристичного бізнесу – це багатовимірна характеристика, яка відображає здатність підприємства та бізнесу як системи динамічно реагувати на зміни ринкової ситуації, щоб підтримувати домінування над іншими суб'єктами господарювання [7].

Отже, сучасні реалії диктують високі вимоги до якості послуг та індивідуального підходу до кожного клієнта. Туристи все більше очікують отримати не просто проживання та харчування, а незабутні враження та емоції. Це спонукає підприємства до постійного пошуку нових рішень та впровадження інновацій. Важливим аспектом конкурентоспроможності є здатність підприємств адаптуватися до змін зовнішнього середовища. Економічні кризи, політичні події, природні катаклізми можуть суттєво вплинути на попит на туристичні послуги. Тому підприємства повинні бути гнучкими та готовими швидко реагувати на зміни.

Розвиток цифрових технологій також вносить свої корективи у сферу туризму та готельно-ресторанного бізнесу. Онлайн-бронювання, мобільні додатки, соціальні мережі стали невід'ємною частиною життя сучасних туристів. Підприємства, які не йдуть в ногу з часом, ризикують втратити своїх клієнтів. Конкурентоспроможність підприємств також залежить від їхньої здатності створювати унікальну пропозицію цінності. Це може бути ексклюзивний сервіс, нестандартний продукт або особлива атмосфера. Відмінність від конкурентів дозволяє залучити лояльних клієнтів та підвищити ціну на послуги. Важливу роль відіграє також співпраця між підприємствами. Спільні маркетингові кампанії, пакетні пропозиції, партнерські програми дозволяють збільшити обсяги продажів та залучити нових клієнтів.

На нашу думку, конкурентоспроможність підприємств туризму та готельно-ресторанної справи являє собою здатність підприємств успішно конкурувати на ринку, пропонуючи унікальні послуги та продукти, які задовольняють потреби споживачів краще, ніж послуги конкурентів. У сфері туризму та гостинності конкурентоспроможність залежить від багатьох факторів, зокрема якості обслуговування, інноваційності, гнучкості бізнес-моделей, ефективності управління ресурсами, а також здатності адаптуватися до швидких змін на ринку. Ключовими факторами, що визначають конкурентоспроможність підприємств у цій галузі, є:

1. якість послуг – один із найважливіших факторів, оскільки споживачі часто обирають готелі, ресторани та туристичні послуги на основі власного досвіду та відгуків.
2. інновації – сучасні технології, як-от автоматизація бронювання, онлайн-відгуки, мобільні додатки, забезпечують зручність та сприяють підвищенню лояльності клієнтів.
3. сталий розвиток – зростаючий інтерес туристів до екологічно чистих та відповідальних підприємств стимулює бізнес впроваджувати екологічні практики.
4. партнерство та синергія – співпраця між готелями, ресторанами та туристичними агентствами сприяє створенню комплексних продуктів для туристів, що підвищує конкурентоспроможність і покращує споживчий досвід.
5. маркетинг і брендинг – створення впізнаваного бренду та просування унікальної цінності на ринку залучає більше клієнтів і підвищує лояльність.
6. цифровізація – використання технологій для оптимізації внутрішніх процесів, збору даних і персоналізації послуг допомагає утримувати конкурентні позиції.

Здатність швидко реагувати на зміну попиту, забезпечувати високу якість послуг, а також інтегрувати нові бізнес-підходи дозволяє підприємствам у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу підтримувати свою конкурентоспроможність і досягати довготривалого успіху на ринку.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Підсумовуючи, конкурентоспроможність підприємств туризму та готельно-ресторанної справи є багатогранним поняттям, яке охоплює широкий спектр факторів. Для досягнення успіху підприємствам необхідно постійно працювати над підвищенням якості послуг, впровадженням інновацій, адаптацією до змін ринку та ефективною взаємодією з партнерами.

Література

1. Антошкова Н. А. Аналіз сучасного ринку ресторан-них послуг в Україні // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення» (м. Львів, 18–19 червня 2020 р.). Львів, 2020. С. 203–205.
2. Барабах Р. Т., Дуда О. М., Дуда Х. О., Кунанець Н. Е., Машіка Г. В., Пасічник С. О. Побудова туристичних інтернет-порталів з інтуїтивно зрозумілими інтерфейсами. Науковий вісник НЛТУ України, 2024, т. 34, № 1 С. 67-77.
3. Заваріка Г., Видренко А. Сталій розвиток зеленого туризму в епоху змін. економіка та суспільство, (2024). (63). URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4196/4125>.
4. Коваленко О. В., Єпик Л. І. Науково-методичне забезпечення навчального процесу: Інноваційні технології сфери туризму та рекреації. Навчальний посібник для студентів спеціальності 242 «Туризм і рекреація», денної і заочної форми навчання освітнього ступеня «магістр». Суми : СНАУ, 2023. 179 с.
5. Михайліченко Г., Кравцов С., Забалдіна Ю. (2020) : Планування івентивного портфеля туристичної дестинації. Вісник КНТЕУ. № 4. С. 36–47.
6. Нагернюк Д.В., Нещадим Л.М., Тимчук С.В. Формування конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії. Економіка і суспільство. 2017, випуск № 13. С. 620-624.
7. Носирев О. О., Конкурентоспроможність та інноваційний розвиток підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу. Збірник наукових праць Одеського національного економічного університету, 2022 №11-12 (300-301), С. 110-122.
8. Петльовий М., Несторишен І. В. Особливості сучасного підприємництва в індустрії туризму та гостинності. Development service industry management, 2023. (3), С. 62-67.
9. Смочко Н. М., Лужанська Т. Ю., Лепкий М. І. Коворкінг- центр як інновація в умовах нових викликів суспільства. Міжнародний науковий журнал «ОСВІТА І НАУКА». Випуск 2(33), 2022. С. 307-319.
10. Garelli S. The Four Fundamental Forces of Competitiveness / S. Garelli // The World Competitiveness Report IMD. 1997.
11. Prospects for the development of the tourism and hospitality industry in Ukraine based on the experience of the European Union : Scientific monograph. Riga, Latvia : «Baltija Publishing», 2023. 228 p.

References

1. Antoshkova N. A. (2020) Analiz suchasnoho rynku restoran-nykh posluh v Ukraini // Materialy Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii «Suchasni napriamy rozvytku ekonomiky, pidpriemnytstva, tekhnolohii ta yikh pravovoho zabezpechennia» (m. Lviv, 18–19 chervnya 2020 r.). Lviv, P. 203–205.
2. Barabakh R. T., Duda O. M., Duda Kh. O., Kunanets N. E., Mashika H. V., Pasichnyk S. O. (2024) Pobudova turystychnykh internet-portaliv z intuityvno zrozumilymy interfeisamy. Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy, , t. 34, № 1 P. 67-77.
3. Zavarika H., Vydrenko A. (2024) Stalyi rozvytok zelenoho turyzmu v epokhu zmin. ekonomika ta suspilstvo,. (63). URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4196/4125>.
4. Kovalenko O. V., Yepyk L. I. (2023) Naukovo-metodychne zabezpechennia navchalnoho protsesu: Innovatsiini tekhnolohii sfery turyzmu ta rekreatsii. Navchalnyi posibnyk dlia studentiv spetsialnosti 242 «Turyzm i rekreatsiia», dennoi i zaочноi formy navchannia osvithnoho stupenia «mahistr». Sumy : SNAU,. 179 p.
5. Mykhailichenko H., Kravtsov S., Zabaldina Yu. (2020) : Planuvannia iventyvnoho portfelia turystychnoi destynatsii. Visnyk KNTEU. № 4. P. 36–47.
6. Naherniuk D.V., Neshchadym L.M., Tymchuk S.V. (2017) Formuvannia konkurentospromozhnosti pidpriemstv hotelnoi industrii. Ekonomika i suspilstvo., vypusk № 13. P. 620-624.
7. Nosyriev O. O., Konkurentospromozhnist ta innovatsiinyi rozvytok pidpriemstv hotelno-restorannoho i turystychnoho biznesu. Zbirnyk naukovykh prats Odeskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu, 2022 №11-12 (300-301), S. 110-122.
8. Nosyriev O. O. (2022) Konkurentospromozhnist ta innovatsiinyi rozvytok pidpriemstv hotelno-restorannoho i turystychnoho biznesu. Zbirnyk naukovykh prats Odeskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu, №11-12 (300-301), P. 110-122.
9. Smochko N. M., Luzhanska T. Yu., Lepkyi M. I. Kovorkinh- tsentr yak innovatsiia v umovakh novykh vyklykiv suspilstva. Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «OSVITA I NAUKA». Vypusk 2(33), 2022. S. 307-319.
10. Garelli S. The Four Fundamental Forces of Competitiveness / S. Garelli // The World Competitiveness Report IMD. 1997.
11. Prospects for the development of the tourism and hospitality industry in Ukraine based on the experience of the European Union : Scientific monograph. Riga, Latvia : «Baltija Publishing», 2023. 228 p.