

УДК.334.012.42:338

**ИНТЕГРАЦІЙНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ***Нездоймінов С.Г., Андрєєва Н.М.*

Розглянуто сучасні напрями інтеграції готельних підприємств для підвищення конкурентоспроможності регіону. Визначені основні проблеми та обґрунтовані пропозиції щодо розвитку інтеграції підприємств гостинності в регіоні, що дозволить закріпити конкурентні переваги Одеського регіону. Запропоновані форми і методи інтеграції готельних підприємств в регіоні.

Ключові слова: інтеграція, конкурентоспроможність, готельні підприємства, регіон, готельний франчайзинг, регіональний розвиток

Для забезпечення ефективного функціонування та укріплення своїх позицій в ринкових умовах готельні підприємства регіону повинні постійно аналізувати та оперативно реагувати на зміни в конкурентному середовищі. Конкурентоспроможність визначає здатність витримати конкуренцію, на відміну від аналогічних об'єктів на цьому ринку. Регіональні ринки готельних послуг характеризується високим рівнем конкуренції, що зумовлює необхідність пошуку стійких конкурентних переваг у довгостроковому періоді.

Вивченню проблем конкуренції та конкурентоспроможності присвячено багато уваги у наукових працях зарубіжних та вітчизняних вчених, а саме: М.Портера, Р.Фатхутдінова, І.Ревинського, Л.Баумгартена, І.Должанського, Т.Загорної, Ю.Правика [1, 2, 3, 4, 5, 6]. Концепції досліджень відрізняються різноманітністю наукових підходів до формування конкурентоспроможності, а тому потребує подальшого розгляду не тільки в контексті загальних рис і умов функціонування готельних підприємств, але із врахуванням специфіки галузі та регіональних параметрів її розвитку.

Глобалізація світу та інтеграційні процеси в економіці вимагають вивчення міжнародного досвіду в індустрії гостинності та найбільш ефективного його пристосування до регіональних умов. Конкуренція на світових ринках дедалі більше стає конкуренцією регіонів, і саме тому висуває необхідність регіонального підходу для аналізу ринку готельних послуг.

Метою дослідження є вивчення міжнародного та вітчизняного досвіду підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств та його узагальнення щодо інтеграційних напрямів регіонального розвитку за результатами аналізу сучасного стану та тенденцій розвитку готельних підприємств в регіоні (на прикладі Одеської області).

В сучасних ринкових умовах готельним підприємствам доводиться діяти у динамічному конкурентному середовищі, в якому змінюються пріоритети держави, оновлюються технології, асортимент продукції, потреби, інтереси і смаки споживачів, набирають сили і множаться конкуренти або, навпаки, економічно слабнуть і переорієнтовуються на інші ринки. Наявність конкурентних переваг стає визначальним критерієм комерційного успіху і збереження своїх позицій у довгостроковому періоді. Аналізуючи різні підходи до пояснення природи конкурентоспроможності фірми й національної економіки, М.Портер дійшов до висновку, що конкурентна перевага як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках залежить від наявності й ефективності використання ресурсів, що перебувають у розпорядженні підприємства [1].

Конкурентоспроможність регіону досягається як за рахунок конкурентних переваг готельних підприємств, так і системи їх взаємодії. Глобалізація на ринку готельних послуг є невід'ємною частиною інтеграційних процесів у світовій індустрії гостинності. В європейських країнах інтеграція малих та середніх готелів щодо створення готельних консорціумів, ланцюгів, кластерів набуває значної популярності, що пояснюється орієнтуванням на потреби споживачів, сегментуванням ринку.

Кластерна модель управління розвитком підприємницького потенціалу в туристсько-рекреаційній сфері є найбільш перспективною для туристичних регіонів, так як саме у кластерах здійснюється реальна взаємодія між місцевим фірмами, регіональними підприємствами та іншими інституціями. [7, с.126].

На світовій арені товарів та послуг давно вже конкурують не товари і послуги, а бренди [8, с.81]. Відомий бренд допомагає споживачу ідентифікувати готельну послугу та асоціювати її із характерним для всієї мережі й очікуваним рівнем якості. Аналізуючи міжнародний досвід інтеграції у сфері гостинності, можна навести приклад готельної мережі Formula 1, що створена під патронатом французької готельної корпорації Ассор і об'єднує більше 370 готелів у багатьох країнах світу. Сьогодні готелі Formula 1 вважаються одними їх лідерів європейського ринку серед бюджетних готелів. Цільовий сегмент даної мережі становлять учасники автобусних турів і водії автопоїздів.

Дослідження досвіду України та Одеського регіону зокрема в процесах інтеграції показує, що на ринку готельних послуг з'являються регіональні готельні ланцюги, маркетингові консорціуми, які використовують франчайзингові технології для формування стратегії конкурентоспроможності. Серед них: «Чорне море» – готельний бренд, що об'єднує сьогодні шість готелів в Одесі та Одеській області. З метою управління і підтримки єдиних стандартів якості і персоніфікованого обслуговування відбулось об'єднання готелів класу люкс під брендом Premier Hotels. На сьогодні учасниками мережі Premier Hotels є 7 готелів: «Прем'єр Палас» у Києві, «Ореанда» в Ялті, «Дністер» у Львові, «Аврора» і «Космополіт» в Харкові, «Стар» в Мукачеві і «Відрада» в Одесі.

Набирає розвитку і регіональний франчайзинг. Так, бренд групи «Аккорд» об'єднав українські бізнес-готелі середнього рівня, з 2009 року готель «Юність»*** в Одеському регіоні став учасником цього готельного ланцюга. Вперше в історії українського готельного бізнесу готель «Донбас палас» увійшов до міжнародної готельної асоціації Leading Hotels of the World. Готельна мережа «Красотель» здобула широку популярність на ринку готельного бізнесу завдяки таким комерційно успішним проектам, як «Красотель-Яр», «Красотель-Норд» та «Красотель-Левант». Готельний бренд «7 днів» об'єднує тризіркові готелі у чотирьох містах України.

Таким чином, глобалізація у готельному бізнесі набуває широкого розповсюдження як на світовому, так і на національному та регіональному ринках. Об'єднання у готельні мережі та маркетингові консорціуми сприяє підвищенню конкурентоспроможності готельних підприємств регіонів України.

Фундаментом для пошуку конкурентних переваг є аналітична робота з вивчення стану та тенденцій розвитку ринку загалом та активності конкурентів зокрема. Важливим аспектом даного дослідження є аналіз стану готельних підприємств регіону, так як за допомогою показників, що характеризують їх динаміку розвитку, можна спрогнозувати подальшу діяльність ринку готельних послуг. Нами проведено дослідження динаміки розвитку готельних підприємств в Одеському регіоні за 1995 – 2008 роки.

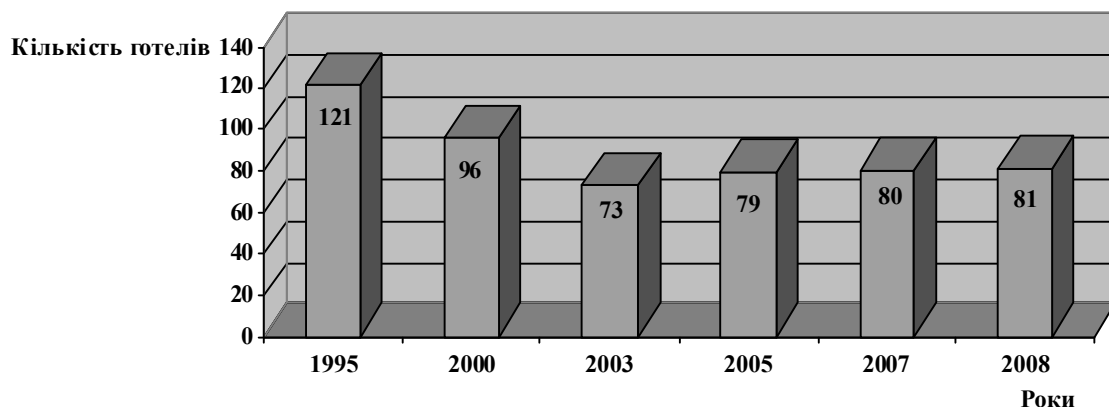


Рис.1. Динаміка розвитку готелів та інших місць для тимчасового проживання в Одеській області за 1995 – 2008 роки

За даними Державного комітету статистики України, в готельному господарстві Одеської області за період з 1995 по 2008 р. кількість готелів та інших місць тимчасового проживання зменшилась на 40 підприємств [9]. Після спаду у 2003 році спостерігається тенденція поступового зростання кількості готельних підприємств (див. рис.1).

Водночас знижується коефіцієнт використання місткості готелів як в масштабах країни, так і стосовно Одеського регіону з 0,28 у 2004 до 0,20 у 2008 році, що свідчить про необхідність зміни ситуації в готельному бізнесі.

Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року» одним із пріоритетних напрямів Причорноморського регіону визначено розвиток «туристично-рекреаційного комплексу», що є в свою чергу одним із заходів підвищення конкурентоспроможності областей та зміцнення їх ресурсного потенціалу [10]. Аналізуючи стан розвитку готельного бізнесу в Одеському регіоні цілком логічним та актуальним, на наш погляд, є порівняння його з іншими регіонами нашої держави.

Таблиця 1.

Рейтинг Одеської області за кількістю засобів розміщення туристів серед усіх регіонів України

Регіони	2005 р.		2006 р.		2007 р.		2008 р.	
	Кількість	Місце	Кількість	Місце	Кількість	Місце	Кількість	Місце
Україна - усього (27 підрозділів)	1232		1269		1420		1595	
Львівська обл.	100	3	110	2	128	1	148	1
м.Київ	109	1	117	1	123	2	125	2
Херсонська обл.	34	15	32	18	38	15	120	3
Дніпропетровська обл.	106	2	106	3	107	3	103	4
Луганська обл.	56	6	79	5	83	5	101	5
Миколаївська обл.	30	17	27	21	84	4	95	6
АР Крим	79	4	82	4	83	5	93	7
Одеська обл., - у т.ч. у % до підсумку	79	4	76	6	80	6	81	8
	6,40%		6,00%		5,60%		5,10%	

Результати дослідження (див. табл. 1), за основу якого покладені офіційні дані Державного комітету статистики України, свідчать про втрату Одеським регіоном з 2005 по 2008 рік своїх конкурентних позицій: переміщення з 4 на 8 місце за кількістю засобів розміщення туристів та зменшення питомої ваги готельних підприємств на 1,3%.

Таблиця 2.

Аналіз стану ринку готельних послуг в Одеському регіоні

Роки	Показники										
	Кількість готелів та інших місць для тимчасового проживання		Обслуговано приїжджих		Коефіцієнт використання місткості	Кількість санаторіїв та пансіонатів з лікуванням		Кількість будинків та пансіонатів відпочинку		Кількість дитячих таборів	
	од.	%	тис.чол.	%		од.	%	од.	%	од.	%
2004	74	6,18	267,7	6,85	0,28	36	6,78	13	4,30	947	4,85
по Україні	1197	100	3907,7	100	0,31	531	100	302	100	19443	100
2008	81	5,07	241,7	5,28	0,20	37	7,14	11	3,64	1247	6,67
по Україні	1595	100	4575,7	100	0,24	518	100	302	100	18672	100

Стан ринку готельних послуг в Одеському регіоні з 2004 по 2008 рік свідчить про зниження кількості обслугованих приїжджих у готельних підприємствах на 26 тис. чол. та скорочення їх частки серед готельних підприємств України на 1,57% у порівнянні з 2004 роком (див. табл. 2).

Дослідження міжнародного та вітчизняного досвіду ведення готельного бізнесу свідчить про необхідність інтеграційних процесів з метою підвищення конкурентоспроможності готельних послуг. Таким чином, досягнуті конкурентні переваги повинні підтримуватись шляхом пошуку більш ефективних способів обслуговування, підвищенню якості готельних послуг, впровадженню інноваційних технологій та форм готельного франчайзингу.

ВИСНОВКИ

Наукове та прикладне значення проведеного дослідження полягає в узагальненні світового та регіонального досвіду щодо формування стратегій конкурентоспроможності готельних підприємств. Для усіх гілок державної влади і підприємців готельного бізнесу туристичного регіону необхідно сформулювати комплексні дії щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств сфери гостинності, які є базою розміщення закордонних та вітчизняних туристів, підвищувати якість готельних послуг. В локальних районах Одеської області готельний бізнес розвивається недостатньо швидкими темпами, тому необхідно активізувати інвестиційну діяльність підприємців за рахунок створення сприятливих умов, завдяки підвищенню стійкості правової стабільності при реалізації довгострокових інвестиційних проектів, створенню інформаційної прозорості, коли потенційний інвестор зможе одержати повні та достовірні дані про фінансовий стан позичальника та про критерії для інвестиційних показників, прийнятих в практиці розвинених країн. Сучасні тенденції розвитку готельного бізнесу в регіонах виявляються у створенні регіональних корпорацій і готельних мереж. Інтегровані готельні мережі в регіонах просувають і реалізують однорідний готельний продукт, що дає їм змогу досягнути конкурентних переваг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Портер М. Стратегія конкуренції / М.Портер. – К.: Основа, 1998. – 309с.
2. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А.Фатхутдинов. – М.: ИНФРА, 2000. – 312с.
3. Ревинский И.А. Поведение фирмы на рынке услуг. Туризм и путешествия: учебное пособие / И.А. Ревинский, Л.С. Романова. – Новосибирск: Сиб. унив. изд-во, 2001. – 304с.
4. Баумгартен Л. В. Стратегический менеджмент в туризме: учеб. пособие для ВУЗов / Л. В. Баумгартен. – М.: Издательский центр «Академия», 2007. – 352с.
5. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб./ І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384с.
6. Правик Ю.М. Маркетинг туризму: підручник / Ю.М. Правик. – К.: Знання, 2008. – 303с.
7. Нездоймінов С.Г. Туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід: моногр. / С.Г. Нездоймінов. – Одеса: Астропринт, 2009. – 304с.
8. Диніна К. Стратегія формування конкурентних переваг / К. Диніна // Персонал. – 2009. - № 1. – С. 78 – 82.
9. Статистичний щорічник України за 2008 рік /за ред. О.Г. Осауленка; відп. за випуск Н.П. Павленко ; Державний комітет статистики України. – К.: Консультант, 2009. – 566с.
10. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року» № 1001 від 21.07.2006 р. //Офіційний вісник України. – 2006. – №30. – С.36 – 78.