

Отже, стандартизація обслуговування споживачів є важливим інструментом для досягнення стратегічних цілей готельно-ресторанних підприємств. Вона забезпечує не тільки високу якість обслуговування, але й сприяє зміцненню конкурентоспроможності, що є необхідним для стійкого розвитку в сучасних умовах ринку.

Список використаних джерел

1. Павлова Світлана. «Управління якістю послуг ресторану через механізми впровадження внутрішніх стандартів обслуговування.» *Економіка та суспільство* 34 (2021).
2. Kozhuhovskaya, R. «Використання міжнародного досвіду впровадження інновацій у сферу готельного бізнесу.» *Вісник Донецького національного університету. Серія В. Економіка і право* 1 (2015): 160–164.
3. Чепурда Лариса. «Ключові аспекти впровадження системи управління якістю ISO 9001: 2015 у готельно-ресторанній індустрії.» *Інновації та технології в сфері послуг і харчування* 1 (11) (2024): 26–31.
4. Милько Інна, Олена Нагорнова, Сергій Ожема. «Заходи підвищення ефективності управління розвитком готельно-ресторанного комплексу.» URL: <https://mdes.khmnu.edu.ua/index.php/mdes/article/view/21> (2021).
5. Нечаюк Лідія Іванівна, Н. О. Телеш. «Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент.» К.: ЦУЛ (2003).
6. Мігус І, А. Бієвець. «Міжнародні стандарти якості послуг суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу.» *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки* 43 (1) (2016): 29-34.
7. Демко Валентина Сергіївна, А. Г. Попова, А. Попова. «Світові інноваційні тренди в культурі обслуговування споживачів підприємств сфери гостинності.» (2023).

Робота виконана під науковим керівництвом канд. екон. наук, доцента ПОЛТАВСЬКОЇ О. В.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ПОСЛУГ

**ВОРОНІН М., 2 курс 11м група ФТБ ДТЕУ,
спеціальність «Готельно-ресторанна справа»,
освітня програма «Міжнародний готельний та ресторанный бізнес»**

У статті досліджено особливості конкурентоспроможності готельних та ресторанных мереж на міжнародному ринку послуг. Розкрито поняття конкурентоспроможності в контексті індустрії гостинності, розглянуто основні фактори, що впливають на конкурентну позицію готельних та ресторанных мереж на глобальному рівні, а також стратегії підвищення їх конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкурентоспроможність, готельні мережі, ресторанный мережі, міжнародний ринок послуг, індустрія гостинності

The article explores the features of competitiveness of hotel and restaurant chains in the international services market. The concept of competitiveness in the context of the hospitality industry is revealed, the main factors affecting the competitive position of hotel and restaurant chains at the global level are considered, as well as strategies for increasing their competitiveness.

Key words: competitiveness, hotel chains, restaurant chains, international service market, hospitality industry

Актуальність теми. В умовах глобалізації та зростаючої конкуренції на міжнародному ринку послуг, питання конкурентоспроможності готельних мереж набуває особливого значення. Розвиток туристичної галузі, зміни у споживчих уподобаннях та поява нових технологій вимагають від компаній сфери гостинності постійного вдосконалення своїх послуг та пошуку нових конкурентних переваг. Здатність готельних мереж адаптуватися до глобальних викликів та забезпечувати високу якість обслуговування на міжнародному рівні є ключовим фактором їхнього успіху та стійкого розвитку.

Дослідженню конкурентоспроможності в індустрії гостинності присвячені праці таких вчених як Портер М., Котлер Ф., Агафонова Л.Г., Байлик С.І., Мальська М.П., Расулова А.М. та інших. Проте, враховуючи динамічність міжнародного ринку послуг та постійні зміни у глобальному бізнес-середовищі, питання підвищення конкурентоспроможності готельних та ресторанних мереж залишається актуальним і потребує подальшого вивчення.

Метою дослідження є визначення ключових факторів конкурентоспроможності готельних та ресторанних мереж на міжнародному ринку послуг та аналіз стратегій підвищення їх конкурентної позиції.

Виклад основного матеріалу. Конкурентоспроможність готельної мережі на міжнародному ринку послуг можна визначити як здатність компанії ефективно функціонувати та розвиватися в умовах глобальної конкуренції, забезпечуючи високу якість послуг, задоволення потреб споживачів та досягнення стійких економічних результатів.

Автори та науковці, які досліджували тему. Дослідження конкурентоспроможності готельно-ресторанного бізнесу базується на працях відомих економістів та маркетологів. Одним з найвпливовіших науковців у цій галузі є Майкл Портер, який розробив модель п'яти сил конкуренції. Ця модель дозволяє оцінити вплив різних факторів на конкурентне середовище та залишається основоположною у вивченні стратегій конкурентоспроможності. Його робота «Competitive Strategy» (1980) визначила основні напрями аналізу конкурентного середовища.

Інший відомий науковець, Філіп Котлер, своїми працями значно вплинув на розвиток маркетингових стратегій у готельно-ресторанній сфері. Його підхід дозволяє підприємствам розробляти конкурентні переваги через ефективні маркетингові інструменти.

Українські науковці також внесли вагомий внесок у вивчення конкурентоспроможності. Гінзбург А. Г. досліджував методи підвищення конкурентоспроможності готельних і ресторанних мереж в умовах перехідної економіки, а Белявцева І. М. аналізувала глобальні стратегії готельного бізнесу та фактори, що впливають на конкурентоспроможність українських готелів на міжнародному ринку.

Специфіка конкурентоспроможності в індустрії гостинності визначається особливостями готельного та ресторанного продукту, який є комплексом матеріальних та нематеріальних послуг, спрямованих на задоволення потреб гостей. Невідчутність послуг, неможливість їх зберігання, висока залежність від людського фактору – всі ці аспекти впливають на формування конкурентних стратегій готельних та ресторанних мереж на міжнародному рівні.

Основними напрямками забезпечення конкурентоспроможності готельної мережі на міжнародному ринку послуг є [1]:

1. Дослідження міжнародного ринку гостинності, аналіз глобального попиту та пропозиції.
2. Розробка та вдосконалення готельного /ресторанного продукту відповідно до міжнародних стандартів.
3. Стратегічне ціноутворення з урахуванням глобальних тенденцій.
4. Просування та реалізація послуг гостинності на міжнародному рівні.
5. Формування міжнародного іміджу готельної/ресторанної мережі.

Ефективне застосування інструментів підвищення конкурентоспроможності дозволяє готельним та ресторанним мережам зміцнювати свої позиції на міжнародному ринку, збільшувати глобальну частку ринку та покращувати фінансові показники. Особливу роль в

сучасних умовах відіграє цифрова трансформація, яка надає широкі можливості для підвищення конкурентоспроможності через впровадження інноваційних технологій, оптимізацію бізнес-процесів та покращення клієнтського досвіду.

Таким чином, забезпечення конкурентоспроможності є невід'ємною складовою розвитку готельних та ресторанних мереж на міжнародному ринку послуг, сприяючи задоволенню глобальних потреб споживачів та досягненню стратегічних цілей компаній у сфері гостинності.

Серед найважливіших особливостей конкурентоспроможності готельних та ресторанних мереж на міжнародному ринку слід згадати:

- комплексність пропозиції, що включає як основні послуги розміщення та харчування, так і додаткові сервіси;
- географічна диверсифікація (здатність мережі функціонувати в різних країнах та регіонах);
- висока чутливість до економічних факторів та коливань попиту;
- необхідність адаптації до локальних ринків при збереженні єдиних стандартів якості;
- важливість бренду та репутації на міжнародному рівні;
- сезонність попиту в різних регіонах присутності.

Економічні наслідки діяльності міжнародних готельних та ресторанних мереж виявляються у формі створення робочих місць, генерування податкових надходжень, стимулювання розвитку суміжних галузей та загального впливу на економіку країн присутності.

Конкурентоспроможність підприємства формується на основі його здатності відповідати вимогам ринку та перевершувати своїх конкурентів у ключових аспектах діяльності. Серед таких чинників можна виділити якість послуг, ефективність управління, здатність швидко адаптуватися до змін і використання сучасних технологій. Успішні гравці міжнародного ринку вирізняються вмінням постійно удосконалюватися, пропонуючи клієнтам нові продукти та послуги, що відповідають світовим стандартам.

Одним із центральних аспектів є якість обслуговування. Компанії, що прагнуть утримати конкурентні позиції на міжнародному ринку, повинні гарантувати високий рівень обслуговування, незалежно від країни, де вони працюють. Це включає не лише технічну сторону обслуговування, але й створення позитивного досвіду для клієнтів, що веде до підвищення лояльності.

Не менш важливим фактором є здатність підприємств підтримувати конкурентні ціни. Оптиміальне поєднання ціни та якості надаваних послуг дозволяє залучати ширшу аудиторію, що стає критично важливим на міжнародному ринку, де конкуренція значно вища.

Конкурентні переваги готельних мереж на міжнародному ринку [4,7]

Міжнародні готельні мережі мають низку конкурентних переваг, що дозволяють їм утримувати сильні позиції у глобальному контексті. Однією з таких переваг є впізнаваність бренду, яка часто стає ключовим фактором при виборі споживачем конкретного готелю. Відомі бренди, які вже зарекомендували себе на ринку, мають високий рівень довіри серед клієнтів.

Також великі готельні мережі вирізняються своєю здатністю поєднувати стандартизацію послуг із локальними особливостями ринків, на яких вони працюють. Це дозволяє їм підтримувати стабільний рівень обслуговування, водночас адаптуючись до культурних та регіональних особливостей різних країн.

Окрім того, великі готельні мережі активно інвестують у розвиток персоналу. Підготовка кваліфікованих кадрів та їхня постійна перепідготовка дозволяє забезпечувати високі стандарти обслуговування, що особливо важливо для компаній, які працюють у багатьох країнах одночасно.

Ресторанні мережі також стикаються з унікальними викликами на міжнародному ринку. Вони змушені постійно адаптувати свої пропозиції до мінливих вподобань клієнтів, слідкувати за гастрономічними трендами та забезпечувати високу якість обслуговування. Сучасний клієнт

шукає не лише смачну їжу, але й нові враження, тому інновації у меню та обслуговуванні стають важливим чинником конкурентоспроможності [8].

Крім того, зростає інтерес до екологічно чистих продуктів та локальних інгредієнтів, що стає додатковою перевагою для тих ресторанів, які підтримують місцеве виробництво та використовують органічні продукти. Ресторани, які пропонують страви з локальних продуктів, а також приділяють увагу питанням сталого розвитку, приваблюють нову категорію споживачів, орієнтованих на екологічні цінності.

Важливу роль у підтримці конкурентоспроможності відіграє також інтеграція цифрових технологій. Використання мобільних додатків, онлайн-замовлень та інших цифрових рішень дозволяє значно підвищити зручність для клієнтів та оптимізувати внутрішні процеси управління.

Українські готельно-ресторанні мережі демонструють високий рівень конкурентоспроможності як на національному, так і на міжнародному ринках. Однією з провідних українських мереж є Premier Hotels and Resorts, яка активно розвивається і за межами України. Завдяки інноваційним підходам, високим стандартам якості та орієнтації на клієнта, ця мережа здобула довіру клієнтів і стабільно займає провідні позиції у своїй галузі.

Іншим прикладом є мережа ресторанів «Коффішка», яка поєднує сучасні технології з увагою до екологічних аспектів ведення бізнесу. Її орієнтація на сталий розвиток і використання інновацій у процесах обслуговування сприяють залученню клієнтів, які шукають нові ідеї та високий рівень сервісу [2].

За оцінками World Travel & Tourism Council (WTTC), станом на 2023 рік частка готельно-ресторанної індустрії у світовій економіці перевищує 10% глобального ВВП, що підкреслює вагомість цього сектору. Аналітики прогнозують подальше зростання цього сегменту до 2025 року, що може сягнути 6% приросту. Серед лідерів ринку варто виділити такі глобальні мережі як Marriott International, яка володіє більш ніж 7 500 готелями по всьому світу, та Hilton Worldwide з понад 6 200 об'єктами.

Що стосується ресторанного бізнесу, дані Statista показують, що у 2022 році цей ринок перевищив обсяг у 4 трильйони доларів США. Серед ключових гравців на глобальному рівні виділяються McDonald's, мережа якого налічує понад 39 000 ресторанів у більш ніж 120 країнах, та Starbucks з понад 32 000 кав'ярнями в 83 країнах світу.

Незважаючи на економічні труднощі, готельно-ресторанний бізнес в Україні продовжує зростати. На початку 2023 року, за даними Державної служби статистики України, кількість готелів та подібних закладів у країні становила близько 3 500 одиниць. Однією з найбільших національних готельних мереж є Reikartz Hotel Group, яка активно розширює свою присутність на міжнародному ринку.

У сфері ресторанного бізнесу в Україні на 2023 рік налічувалося понад 18 000 закладів. Основні гравці ринку, такі як Salateira та Коффішка, активно впроваджують міжнародні тенденції у своїй діяльності [2].

Підвищення конкурентоспроможності готельно-ресторанних мереж [4, 6].

Забезпечення конкурентних переваг у сучасному готельно-ресторанному бізнесі вимагає комплексного підходу до управління. Підприємства, що прагнуть утримати свої позиції на міжнародному ринку, повинні бути готовими до постійної адаптації до нових умов, інвестувати у новітні технології та персонал.

Інтеграція сучасних технологій, таких як мобільні додатки для взаємодії з клієнтами, автоматизовані системи бронювання та CRM-системи для аналізу даних, дозволяє значно підвищити ефективність бізнесу та полегшити процес управління. Також важливо підтримувати високий рівень кваліфікації

Конкурентоспроможна пропозиція готельної/ресторанної мережі на міжнародному ринку може бути визначена як сукупність послуг та продуктів, що пропонуються за конкурентними цінами та відповідають глобальним стандартам якості. Це включає не лише базові послуги розміщення та харчування, але й додаткові сервіси, програми лояльності, інноваційні технологічні рішення та унікальні концепції гостинності.

Підходи до забезпечення конкурентоспроможності готельних та ресторанних мереж на міжнародному ринку постійно еволюціонують, враховуючи глобальні тренди та зміни у споживчих уподобаннях. Сучасне трактування конкурентоспроможності в індустрії гостинності включає такі аспекти як сталий розвиток, цифрова трансформація, персоналізація послуг та здатність створювати унікальний клієнтський досвід на глобальному рівні.

Конкурентоспроможність готельної/ресторанної мережі визначається як комплекс заходів, пов'язаних із визначенням і розробленням унікальної пропозиції послуг, а також її просуванням відповідно до психологічних та соціальних факторів, які необхідно враховувати для задоволення потреб індивідуумів і груп людей у розміщенні, харчуванні, розвагах за допомогою надання їм високоякісного сервісу, комфортного житла, різноманітного меню, організації дозвілля тощо.

Конкурентоспроможність у галузі готельного та ресторанного бізнесу – це система вивчення міжнародного ринку гостинності, всебічного впливу на клієнта, його запити з метою надання максимальної якості послуг і одержання сталого прибутку мережею.

Конкурентоспроможність готельної/ресторанної мережі на міжнародному ринку – серія основних методів і прийомів, вироблених для дослідження, аналізу і вирішення поставлених завдань у глобальному контексті. Виявлення можливостей найбільш повного задоволення потреб людей у міжнародному масштабі

Отже, багато фахівців в галузі гостинності бачать у конкурентоспроможності готельної/ресторанної мережі систему безперервного узгодження послуг в процесі діяльності з тими, які користуються попитом на міжнародному ринку, і які плануються виводити на ринок з більшим прибутком, ніж це роблять глобальні конкуренти.

Види стратегій конкурентоспроможності в готельно-ресторанній галузі [2]:

1. Стратегія диференціації послуг

Діяльність на задоволення унікальних потреб міжнародних клієнтів і погодження їх з можливостями та цілями мережі. Результатом такої діяльності є надання споживачам готельного/ресторанного продукту, що найбільш повно відповідає їх вимогам, а мережі – отримання сталого прибутку.

2. Стратегія лідерства за витратами

- Система комплексного вивчення і аналізу міжнародного попиту та оптимізації витрат
- Надання конкурентоспроможних послуг, орієнтованих на задоволення виявлених потреб клієнтів при збереженні економічної ефективності

3. Стратегія фокусування

- Концентрація на певному сегменті міжнародного ринку або групі споживачів. Це діяльність з метою створення, підтримування або зміни сприятливої позиції щодо конкретної ніші на глобальному ринку.

4. Стратегія інновацій

Впровадження передових технологій та інноваційних концепцій обслуговування. Це діяльність, спрямована на створення унікальних конкурентних переваг через інновації в сервісі, технологіях та управлінні.

Однією з найвідоміших моделей аналізу конкурентного середовища є модель Майкла Портера «П'ять сил», яка застосовується і в готельно-ресторанному бізнесі. Вона передбачає аналіз наступних чинників:

- вплив клієнтів на ціноутворення та їх можливість обирати між різними мережами,
- залежність підприємств від якості постачання продукції та послуг, рівень конкуренції між міжнародними мережами та її вплив на місцеві підприємства,
- можливість нових гравців виходити на ринок через міжнародні франшизи,
- розвиток альтернативних послуг, таких як Airbnb у сфері готельного бізнесу.

Ще однією популярною моделлю є маркетинговий мікс 7P, який включає:

- Продукт: створення унікальних пропозицій для клієнтів,
- Ціна: розробка ефективної цінової стратегії,
- Місце: забезпечення доступності закладів,

- Просування: використання цифрового маркетингу для просування,
- Персонал: навчання та розвиток співробітників,
- Процес: оптимізація процесів бронювання та обслуговування,
- Фізичні докази: покращення інфраструктури та відгуків клієнтів.

Висновки. Отже, підводячи підсумки слід зазначити, що конкурентоспроможність готельної/ресторанної мережі на міжнародному ринку послуг – це, насамперед, комплекс заходів, спрямованих на найбільш повне задоволення запитів глобальних споживачів за допомогою розробки, просування на ринку та доведення до кінцевого споживача відповідного продукту, який дозволяє на основі аналізу попиту і пропозиції, прогнозувати тенденції розвитку міжнародного ринку гостинності, більш правильно організувати поточну комерційну діяльність, та вносити пропозиції щодо розвитку перспективної територіальної структури галузі.

Список використаних джерел

1. World Travel & Tourism Council (WTTC). Annual Global Economic Impact Report. 2023.
2. Белявцева І. М. Глобальні стратегії в готельному бізнесі – Київ: КНЕУ, 2018.
3. Гінзбург А. Г. «Підвищення конкурентоспроможності готелів у перехідних економіках» – Харків: ХНЕУ, 2018.
4. Державна служба статистики України. Офіційний звіт за 2023 рік. Київ.
5. Ковальчук О. І. Конкурентоспроможність ресторанних мереж: маркетингові аспекти. – Львів: ЛНУ, 2020.
6. Котлер Ф. Маркетинг готельних та ресторанних послуг. – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська Академія», 2019.
7. Мартинюк А. В. Впровадження інновацій в ресторанному бізнесі: український досвід. – Харків: ХНЕУ, 2021.
8. Петренко М. В. Особливості розвитку готельного бізнесу в Україні. – Київ: Наукова думка, 2019.
9. Портер М. Конкурентна стратегія: методика аналізу галузей і конкурентів. – Київ: Основи, 2020.
10. Расулова А.М. Управління конкурентоспроможністю ресторанів. дисерт. на здобут. звання канд. екон. наук, КНТЕУ, – 2006. – 359 с.
11. Савченко О. А. Інноваційні підходи до управління готельно-ресторанним бізнесом – Донецьк: ДонНУ, 2020.

Робота виконана під науковим керівництвом канд. екон. наук, доцента РАСУЛОВОЇ А. М.

СТРАТЕГІЯ МАРКЕТИНГУ МІЖНАРОДНОЇ РЕСТОРАННОЇ МЕРЕЖІ

**ГАРКАВЕНКО В., 2 курс 11м група ФТБ ДТЕУ,
спеціальність «Готельно-ресторанна справа»,
освітня програма «Міжнародний готельний та ресторанный бізнес»**

Стаття присвячена дослідженню основ забезпечення стратегії маркетингу міжнародної готельної мережі. Наведено авторські підходи до сутності поняття «маркетингова стратегія». В статті досліджено ціннісні аспекти маркетингу, увага зосереджена на етапах розвитку стратегії міжнародної ресторанної мережі. Наостанок сформовано етапи