

Конкурентоспроможність підприємств готельного бізнесу

Ющенко Ольга

Нікітіна Тетяна Андріївна., к.е.н

Національний університет харчових технологій (НУХТ), Київ, Україна

Вступ. Індустрія гостинності зростає дуже швидко і складає близько 10% [1] світового ВВП. Важливим атрибутом ринкової економіки є конкурентоспроможність підприємства.

Матеріали і методи. У дослідженні були використані загальнонаукові і спеціальні методи. Зокрема, метод аналізу та синтезу, узагальнення та наукової абстракції а також економіко-статистичного аналізу. Інформаційною базою дослідження виступають роботи вітчизняних і зарубіжних вчених, статистичні матеріали, опубліковані в періодичних виданнях, тощо.

Результати і обговорення. Розвиток готельного бізнесу є важливим чинником для нових можливостей роботи та стимулювання місцевої економіки країни. Конкурентні ціни, доступність послуг та безкоштовні послуги є основними трьома факторами, що впливають на умови проживання та вибір готелів.

Лише нещодавно дослідники почали вивчати міжнародну конкурентоспроможність сектору послуг з особливим акцентом на туристичні напрямки та готельну індустрію, яка заслуговує систематичного та аналітичного огляду.

Індустрія гостинності все більше стикається з посиленням конкурентоспроможності на глобальному рівні, у зв'язку з швидким розвитком технологій і більш високим очікуваннями клієнтів. Серед найбільш важливих факторів впливу на конкурентоспроможність індустрії гостинності, що підкреслюються дослідженнями, є:

1. фактори, що характеризують підприємство - імідж готелю, його місце знаходження, кваліфікованість персоналу, фінансовий стан готельного підприємства;

2. фактори, що характеризують - структура і стан номерного фонду, якість інженерно-технічного та господарського забезпечення послуг, їх безпеку та ціна;

3. фактори, що характеризують обслуговування клієнтів - вимоги та потреби клієнтів постійно зростають, на що підприємства готельного бізнесу стараються запроваджувати нові товари та послуг;

4. фактори, що характеризують маркетинг – сюди відносять цінову, комунікативну, асортиментну і збутову політику готельного підприємства.

Варто зазначити, що на сьогоднішній день ключем до залучення та забезпечення лояльності клієнтів є не просто проживання, а й гарантія незабутніх вражень. Готелі все більше впроваджують інновації для створення унікального середовища, від готельних номерів до вестибюлів і ресторанів. Таким чином, введення інновацій та новітніх технологій є важливим стратегічним активом, що дозволяє готельним мережам покращувати свою продуктивність та конкурентоспроможність.

Висновки. Отже, сучасні готелі працюють в надзвичайно конкурентному середовищі, оскільки, на сьогодні індустрія гостинності стрімко розвивається. Відповідно до факторів, конкуренція дійсно впливає на ефективність виробництва, підвищуючи його технічний рівень та забезпечуючи поліпшення якості послуг.

Література.

1. Human Resource Management in the Hospitality Industry. Front Cover. M. J. Voella. Nelson Thornes, 2000 - Business & Economics - 348 page

2. Дорошілова Я.В., Заремба В.П. Фактори конкурентоспроможності готельного підприємства. [ДонНУЕТ], 2014 – 254 с.