

Планування розвитку підприємств готельного і ресторанного господарства на основі дослідження особливостей попиту.

Катерина Осипова, Тетяна Нікітіна

Національний університет харчових технологій

Вступ. В умовах розвитку ринку готельно-ресторанної індустрії виникають тимчасові або довготермінові диспропорції між пропозицією й попитом. Саме тому актуальності набуває дослідження особливостей формування попиту на готельний продукт.

Матеріали і методи У дослідженні були використані такі методи, як 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. Пропозиція на ринку готельно-ресторанних послуг перебуває під впливом таких факторів, як прагнення підприємств до збільшення обсягу виручки від реалізації продукції й послуг, зменшення грошових доходів середнього класу населення, зниження продуктивності праці й заробітної плати, скорочення фондів накопичення й споживання та ін. Вивчення обсягу попиту на послуги підприємств готельно-ресторанного бізнесу є важливим моментом при прогнозуванні стратегічного розвитку, адже дослідження особливостей попиту дає можливість скеровувати пропозицію в залежності від контингенту споживачів.

Виділяють дві категорії факторів, вплив яких або стимулює, або знижує попит. Об'єктивні фактори, до яких відносяться: розміри доходу населення й національного доходу; демографічні; вплив середовища; культурні та інші. Суб'єктивні фактори, до яких відносяться: психологічні основи побажань споживачів; звички споживачів; традиції; мода тощо. Обсяг реалізованого попиту на виготовлену продукцію можна визначити й через товарообіг, який характеризує загальний обсяг торгово-виробничої діяльності підприємств громадського харчування.

Вивчення зарубіжної літератури з питань прогнозування попиту на готельно-ресторанні послуги вказує на необхідність звужувати коло досліджуваних факторів, які впливають на мінливість попиту.

Висновки. Аналіз і дослідження зазначених факторів повинні бути предметом вивчення при прогнозуванні розвитку підприємств, тому що саме від них залежить формування нових ринків збуту послуг, підготовка пропозицій нових видів послуг, впровадження нових видів готельного продукту.