

XV ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЯ «Обліково-аналітичні й статистичні методи та моделі в оподаткуванні, бізнесі, економіці» м. Ірпінь, 25 листопада – 1 грудня 2019 р.

Тетяна НІКІТІНА

к.е.н, доцент,

доцент кафедри готельно – ресторанної справи

Національного університету харчових технологій

Київ, Україна

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ГОТЕЛЬНОГО ПРОДУКТУ.

Активізація конкуренції в готельній індустрії вимагає використання більш ефективних методів управління конкурентоспроможністю готельних підприємств та застосування різноманітних інновацій, як одного з інструментів конкурентоспроможності підприємств готельного типу.

Конкурентопридатність це потенційна можливість продавця досягти відповідної конкурентоспроможності на ринку. Конкурентопридатність готельного продукту складається з сукупності його конкурентних переваг. Отже, в готельній індустрії важливим є створення конкурентних переваг і підвищення конкурентопридатності готельних послуг.

Якість забезпечує конкурентопридатність готельного продукту. Основними чинниками якості готельного продукту є такі [1, с.312]: стан матеріально-технічної бази; технології обслуговування; компетентність персоналу; асортимент і рівень якості додаткових послуг; внутрішні стандарти якості; відсутність недоліків у процесі обслуговування споживачів.

Виділяють наступні складові конкурентних переваг готельного продукту [1, с.313]:

- наявність сертифікату на підтвердження категорії готелю;
- переваги місця розташування готелю;

- індивідуальний технічний проект готелю;
- унікальний дизайн інтер'єру та екстер'єру;
- рівень комфорту (наявність максимальної кількості зручностей для споживача, більшої, ніж у підприємств-конкурентів);
- наявність унікальних послуг;
- наявність унікальних технологій обслуговування (продукції);
- якість кадрового забезпечення;
- можливість отримання цінових знижок;
- використання сучасних ІТ-технологій в діяльності підприємства.

Підвищення конкурентопридатності готельного продукту можна досягти внаслідок впровадження інноваційних готельних послуг і технологій обслуговування, які сприятимуть забезпеченню конкурентоспроможності готельного підприємства на ринку. З метою підвищення конкурентопридатності готельного продукту на ринку доцільним є розроблення і освоєння нових готельних послуг (модифікованих, поліпшених), удосконалення існуючих та впровадження унікальних технологій готельного обслуговування.

Якість готельного продукту складається з суми якості самої готельної послуги за переліком показників та якості обслуговування. Якість у готельній індустрії це властивості і характерні особливості послуги, які викликають почуття задоволення у гостя, або відсутність недоліків, які посилюють стан задоволення у нього. Якість – це відчуття задоволеності гостя обслуговуванням, а якісна послуга – це послуга, що відповідає потребам гостя.

Існують два підходи до визначення якості обслуговування у готелях. Перший підхід полягає у визначенні якості обслуговування на основі оцінювання корисних властивостей і характерних особливостей процесу надання послуг, які викликають задоволення попиту. Сутність підходу базується на корисних властивостях готельних послуг. Другий підхід полягає у оцінюванні недоліків в процесі обслуговування гостей, що визначає ступінь задоволення попиту споживачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. HoReCa: навч. посібн.: у 3 т. Т.1. Готелі / [А.А.Мазаракі, С.Л.Шаповал, С.В.Мельниченко та ін.] ; за ред. А.А.Мазараки. – Київ : Київ. Нац.. торг.-екон. Ун-т, 2016. – 348с.