

69. Основні напрямки конкурентоспроможності готельних підприємств

Олена Цишек, Тетяна Примак

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Конкурентоспроможність - багатоаспектне поняття, що означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки за своїми якісним, економічним, технічним, естетичним, ергономічним характеристикам, але і за умовами його реалізації.

Матеріали та методи. Основної переваги готель домагається тоді, коли ефективно використовується номерний фонд і в той же час пропонується такий набір додаткових послуг, який враховує потреби клієнтів.

Результати та обговорення. Готель, виходячи з того, що номерний фонд повинен принести йому найбільший дохід за рахунок постійного потоку клієнтів, може вибрати напрямок на зміну невикористаного номерного фонду і розмістити тренажерний та спортивний зали, більярдну, конференц-залу, картинну галерею, оздоровчий центр та ін. Вибір повинен визначатися не тим, яке рішення прийняв конкуруючий готель, а тим, які послуги будуть затребувані саме клієнтами даного готелю. Основним напрямком конкурентоспроможності готельного підприємства є підвищення ефективності експлуатаційної діяльності готелю за рахунок покращення послуг і надання нових додаткових послуг. Таким чином, конкурентоспроможність підприємства готельного господарства можлива за рахунок надання нових додаткових послуг, з одночасним процесом реконструкції і модернізації існуючих готелів. У сервісне обслуговування готельного господарства включається безліч різноманітних послуг. Перелік послуг постійно доповнюється, видозмінюється і диференціюється в залежності від розмірів готелю, його місця розташування, рівня комфортабельності та інших причин.

Висновки. Сучасний стан готельних послуг характеризується відсутністю реальних інвестицій, низьким рівнем готельного сервісу, недостатньою кількістю готельних місць, дефіцитом кваліфікованих кадрів. Виробництво готельних послуг вимагає високих матеріальних постійних витрат при істотно менших змінних витратах. Особливе значення для розвитку готельних послуг має вивчення всієї готельної індустрії, її стану і тенденцій розвитку.

Література

1. Апатовская Т. Брендинг в индустрии гостинности как метод конкурентной борьбы малых готелей с глобальными ланцюжками // Бренд-менеджмент, 2004, № 3.
2. Савченко Г. 100% Успіху // Індустрія гостинності. - 2005. - № 11. - С.27-29.
3. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: Навч. посібник. -К.: Кондор, 2005. - 408 с