

Богдан Н.М.,
д.е.н., професор,
професор кафедри туризму і готельного господарства,
Забуз Є.С.,
студент гр. МГРС 22-1,
Гросіцький М.О.,
студент гр. МГРС 22-1,
Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова,
м. Харків, Україна

ЯКІСТЬ ПОСЛУГ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

З розвитком ринкового механізму проблема конкурентоспроможності підприємств готельного господарства різко загострилася, і її вирішення потребує від усіх суб'єктів ринку активного пошуку шляхів і методів підвищення конкурентоспроможності на ринку готельних послуг. У зв'язку з цим підвищення конкурентоспроможності необхідно для закріплення позицій на ринку з метою отримання максимального прибутку.

Аналіз ситуації в сфері розвитку готельного бізнесу дозволив зробити висновок, що найбільш гострою проблемою, з якою найчастіше стикаються менеджери підприємств туріндустрії, є зовнішнє середовище і, перш за все, конкуренція на ринку готельних послуг. Від вирішення цієї проблеми залежить як рівень процвітання підприємств, так і розвиток туризму в країні, адже готелі є найважливішою інфраструктурної складової туризму. На жаль, в нашій країні готельна індустрія з багатьох причин не досягла такого розмаху, як за кордоном, і тому причини вивчення і використання іноземного (світового) досвіду в сфері забезпечення конкурентоспроможності підприємств для України є актуальним.

Зміни в економіці і політиці, що відбулися на Україні за останні кілька років, поставили нас перед необхідністю заново осмислювати і визначити місце і роль індустрії гостинності в Україні та світі.

Дослідженню теоретичних проблем конкурентоспроможності підприємств

у ринкових умовах господарювання присвячені праці М. Портера, І. Ансоффа, А. Курно, Ф. Еджуорт, Дж. Робінсона, Ж.-Ж. Ламбена, Ф. Котлера, Д. Кемпбела, Дж. Стоунхауса, Б. Х'юстона, С.І. Савчука, Г.Л. Азосва, А.Ю. Юданова та ін.

Підвищення конкурентоспроможності – це процес творчий, пов'язаний з аналізом величезної кількості чинників, що вимагає на свою реалізацію певних коштів, так під підвищенням конкурентоспроможності розуміється створення нових додаткових послуг або конкурентоспроможного продукту [1, с.24]. Підвищення конкурентоспроможності передбачає введення нових елементів, закриття старих, модернізацію існуючих, інакше кажучи, оновлення. Але оновлюючи та розвиваючи як саме підприємство, так і його готельний продукт, важливо пам'ятати, що кожне підприємство особливе та самобутнє, і для підвищення його конкурентоспроможності необхідно зберегти найбільш привабливі елементи цієї самобутності. Крім цього, серед факторів та складових конкурентоспроможності одне з провідних місць займає якість послуг (рис. 1).



Рис. 1. Класифікація факторів конкурентоспроможності підприємства

Якість – найважливіший складовий елемент конкурентоспроможності продукції (послуг). Зарубіжні фахівці з управління вважають, що конкурентоспроможність продукції на 70–80 % залежить від її якості. Якість продукції та послуг залежить від значної кількості факторів [2], які можна об'єднати в 4 групи: технічні, організаційні, економічні, суб'єктивні. Якість продукції (послуги) є основним фактором досягнення її конкурентоспроможності. До інших статичних факторів належать ціна витрати на споживання послуги і якість сервісу для споживачів послуг.

Проблема підвищення рівня конкурентоспроможності готельних підприємств в умовах подальшого розвитку економіки пов'язана, насамперед, з розробкою системи управління якістю, забезпечення належного рівня якості та постійного підвищення якості.

Завоювання й утримання конкурентних переваг – ключові фактори успіху підприємства в конкурентній боротьбі. Особливої гостроти ця проблема досягає в умовах посилення інтенсивності конкуренції на окремих ринках, зокрема, на ринку готельних послуг, де виробникам та постачальникам послуг та готельного продукту потрібно постійно відслідковувати зміни попиту, вартості сировинних ресурсів, рентабельності активів, зміни потреб споживачів, зміни споживацької поведінки, що залежить від ступеня використання новітніх підходів у сфері стратегічного маркетингу.

Таким чином, одним із головних факторів підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу є забезпечення високого рівня якості готельних послуг. Заходи, які пов'язані із удосконаленням систем якості, допомагають організовувати сучасне ефективне виробництво та збільшувати обсяги реалізації конкурентоспроможних послуг.

Література:

1. Конкурентоспроможність : проблеми науки та практики: монографія / [В. С. Пономаренко, Л. І. Піддубна, В. М. Горбатов, А. В. Доровский, Х. Н. Гизатуллин]; Харків. нац. економ. ун-т и НАН України. НДЦ індустр. проблем розвитку. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2007. 264 с.

2. Система управління якістю. Основні положення та словник термінів (ISO 9000:2005, IDT), ДСТУ ISO 9000:2007. [Чинний від 2008-01-01]. Київ : Держспоживстандарт України, 2008. 29 с. (Національний стандарт України)