

НЕГАТИВНІ ФАКТОРИ ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ГОТЕЛЬНІ ПОСЛУГИ

Під час кризи негативні явища проявляються одночасно, що погіршує діяльність національних економік та суб'єктів ринку, і тому, зважаючи на загальну ситуацію у світі, конкуренція в індустрії гостинності буде лише зростати. Майкл Портер (Michael E. Porter) зазначав, що інтенсивність конкуренції в галузі не є випадковістю або невдачею. Навпаки, конкуренція в галузі виникає з її основної економічної структури і виходить далеко за рамки поведінки діючих конкурентів, при цьому стан конкуренції залежить від п'яти основних конкурентних сил, сукупний вплив яких визначає довгостроковий показник прибутку на інвестований капітал.

Для індустрії гостинності ці конкурентні сили можуть бути сформульовані наступним чином:

1. Впливовість та компетентність існуючих конкурентів (наскільки багато конкурентів у компанії, на якому сегменті бізнесу вони зосереджені, чи достатнє у них фінансування).

2. Фінансова могутність і компетентність потенційних конкурентів (через зміни обставин вихід на ринок абсолютно нових, більш агресивних і потужних компаній, що значно перевершують існуючих конкурентів).

3. Вплив на ринок компаній-постачальників (відсутність альтернативи, агресивні стратегії та жадібність постачальників або ж переважає стратегія довгострокових взаємовигідних відносин).

4. Ринкова влада клієнтів (смаки споживачів змінюються достатньо швидко і лояльність до бренду може швидко зійти нанівець).

5. Загроза створення нової або надання існуючої послуги іншим способом (найбільш небезпечний фактор для бізнесу, де цифрові технології та нові уподобання клієнтів швидко змінюють структуру галузі).

Невизначеність на світових фінансових ринках значною мірою обумовлена неможливістю використати старі схеми подолання криз, а закладам гостинності недостатньо просто знати кількість потенційних клієнтів, адже більш важливо визначити перелік послуг, що споживачі забажають придбати. Для зменшення витратків «зіркові» готелі скорочують тривалість роботи закладів ресторанного господарства, перелік страв у меню та додають у нього більш дешеві страви, а замість сніданку «шведський стіл» переходять на персональні сніданки.

Відновлення подорожей на першому етапі стане можливим лише у певних регіональних географічних місцях, а міжнародний туризм тривалий час буде обмежений побоюваннями бути далеко від власної країни та

можливості повернутись у випадку інцидентів. Найбільшим попитом будуть користуватись пропозиції сільського або зеленого туризму, які асоціативно будуть дорівнювати покращенню здоров'я, а великі скупчення людей та міські пам'ятки будуть пов'язані із більш високим ризиком. Медична безпека стане всюдисущим фактором: у пріоритеті тепер гарантія особистої санітарії при використанні загальнодоступних засобів, серед яких столи-підноси авіакомпаній, телевізійні пульти готелю або руль автомобілю з прокату.

Має пройти достатньо часу, поки люди без коливань знову почнуть поводити себе більш розкуто, але на теперішній час захист від хвороб стане таким же очікуваним мандрівниками, як захист від тероризму.

Глобальне зменшення попиту та зосередження потенційних клієнтів на економії, із досвіду попередніх криз, триває щонайменше ще півроку після завершення кризи. В цей час готельні компанії намагаються оптимізувати видатки та шукають варіанти продовження своєї діяльності, а потенційні споживачі очікують на бонуси та значне зниження вартості послуг під час економічних складнощів. Важливою умовою утримання існуючих і залучення нових клієнтів, а також завоювання їх лояльності, є екологічність закладу розміщення, адже головними світовими тенденціями в галузі гостинності ще до початку кризи стали: унікальність послуги, турбота про безпеку гостей закладу, охорона навколишнього середовища із застосуванням принципів екологічності готелю при його будівництві та функціонуванні.

Період часу, коли кількість споживачів готельних послуг зменшується, доцільно використати для впровадження нових ресурсоощадних технологій, які створюють не лише додаткові іміджеві переваги, а і підвищують економічну ефективність закладу.

Сукупність негативних факторів на світову економіку призводить до порушення функціонування всіх її ланцюгів, особливо у сфері надання послуг. Індустрія гостинності, внесок якої у світовий ВВП складає понад 10%, фактично зупинила надання послуг, що загрожує не лише значним падінням надходжень до бюджетів країн, а і звільненням значної кількості задіяних у різних галузях співробітників. Різні шляхи підвищення енергоефективності дозволяють зменшити собівартість готельних послуг, що в результаті позначається на фінансових результатах роботи закладу розміщення і позитивно впливає на його конкурентоспроможність.