

УДК 338.488:640.4

Корж Ю.С.¹, Паньків М.М.²

¹ студ. гр. ДІТ-ГР-23мг, ННІ Українська інженерно-педагогічна академія
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, м. Харків

² канд. іст. наук, доцент, ННІ Українська інженерно-педагогічна академія
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, м. Харків

ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ АСОРТИМЕНТУ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЯХ

Сьогодні характерними рисами розвитку індустрії гостинності є: змінні тенденції на ринку послуг, жорстка конкуренція між суб'єктами господарювання та підвищення рівня вимог споживачів до послуг. Сьогодні запити гостей постійно зростають і, щоб задовольнити їх, готельним підприємствам доводиться впроваджувати інновації, зокрема і в асортиментній політиці. Асортиментна політика - це визначення набору видів і різновидів продуктів і послуг, найбільш прийнятних для успішної роботи на ринку, що забезпечують економічну ефективність і конкурентоспроможність діяльності підприємства.

Асортиментна стратегія готельного підприємства визначає правила і прийоми дослідження і формування потенційних ринків послуг, що відповідають його місії. Серед завдань асортиментної стратегії є координування перспективних завдань розвитку з потенційними можливостями ринку і ресурсами готельного підприємства [1].

Враховуючи особливості готельного менеджменту, слід зазначити, що при використанні стратегії широкого асортименту, вдається задовольнити потреби груп відвідувачів, запити яких носять вузько спрямований характер.

При використанні стратегії поглибленого асортименту готель пропонує відвідувачам вибір окремих послуг. Обираючи цю стратегію, готель автоматично робить сегментацію ринку і починає цільову роботу на окремий

цільовий сегмент. Це відсікає певну частину відвідувачів, проте дозволяє сформувати групу лояльних клієнтів, що виділяють цей готель із загальної маси. Стратегія поглибленого асортименту вимагає істотно менших фінансових витрат, чим стратегія широкого асортименту, і при цьому (за умови правильного вибору цільового сегменту) може забезпечити готелю більш високу доходність і стабільність.

Окремим видом стратегії поглибленого асортименту є стратегія товарної диференціації, відповідно до якої в готелі надаються унікальні послуги, повністю або практично повністю відсутні в асортименті готелів-конкурентів. В цьому контексті ефективним методом оптимізації асортиментної політики є розробка інноваційних послуг [2]. Якщо готельний заклад хоче бути достатньо конкурентоспроможним, він повинен якомога активніше запроваджувати інноваційні додаткові послуги. Додаткові послуги для засобів розміщення – це додатковий прибуток і елемент позиціонування, розширення сегменту гостей, формування «економічної подушки безпеки» і підвищення конкурентоспроможності засобу розміщення. Доцільно вивчати зарубіжний та вітчизняний досвід впровадження інноваційних послуг, які могли б зробити відпочинок гостей незабутнім, виходячи з принципу «перевершувати очікування гостей».

Отже, успіх сучасного готельного підприємства на ринку значною мірою залежить від його асортиментної політики. Питання оптимізації асортименту послуг сьогодні вирішується різними шляхами, серед яких особливе місце займає розробка та впровадження інноваційних додаткових послуг, в результаті чого готель отримує додатковий прибуток, формує позитивний імідж і елементи позиціонування.

Список використаних джерел:

1. Капліна Т. В., Капліна А. С. Індустрія гостинності України: тенденції розвитку. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2021. № 27. С. 116–127.

2. Кіш Г. В. Інноваційн технології в діяльності готельно-ресторанних підприємств. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2023. № 6 (12). С. 65–77.