

ЯКІСНА ПОСЛУГА – ОСНОВНИЙ ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Кюрчева Л.М., канд. с.-г. наук, доц.
Кюрчева Ю.С., студентка гр. 21 ГРС

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Сьогодні завдяки економічному, соціальному та політичному прогресу індустрія готельно–ресторанного сектору, одна із великих галузей економіки, яка бурхливо розвивається. Відбувається ще, завдяки росту загальної чисельності туристів та розвитку так званого “ділового туризму”.

Український готельний ринок є однією з основних складових туристичної індустрії країни. Сьогодні, за даними Держадміністрації туризму України, на індустрію гостинності в нашій країні працюють 1300 готелів різної категорії зірок. На готельному ринку присутні сучасні комплекси, еко–готелі, міні готелі, котеджні містечка, конгрес – комплекси, які відповідають міжнародним вимогам до об’єктів подібного класу. Матеріальна складова багатьох готелів має однакові параметри, але вони відрізняються нематеріальною складовою сервісу – послугою, яка є важливою частиною кінцевого продукту будь–якого готельного комплексу, а також якість надання цієї послуги. Тому проблема підвищення якості послуг виходить на передній план.

У великих містах, особливо в крупних мегаполісах, готелі примушені конкурувати між собою. Підприємствам цієї сфери необхідно розширювати спектр послуг, бути креативними для підтримки постійного інтересу та довіри від споживачів. Послуга, яка надається готелем, принципово відрізняється від інших послуг (товарів) і потребує постійного удосконалення системи обслуговування споживачів. Якість найчастіше є визначальним фактором успіху у готельному бізнесі та успішної конкуренції на ринку послуг.

Слід зазначити, що послуга – процес, що протікає в часі. Специфіка готелів полягає в тому, що проблеми, що стосуються виробництва, повинні зважуватися швидко. У сучасних умовах клієнти вимагають швидкого обслуговування (цей фактор – краща умова вибору готелю). Час надання ряду послуг вимірюється не тижнями і днями, а годинами і навіть хвилинами.

Отже, запорукою успіху готельного підприємства є доведення права на отримання готельних послуг до споживача в максимально зручній для нього формі, в найкоротші терміни і доступну ціну.

Література:

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання / Навч. посібник. — К.: Знання України, 2002.
2. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні. – К.: Юрінком Інтер, 2018. — 640 с. Вип.12, Т.4. С. 222–229.