

По-третє, це вибір і приведення у відповідність до здійснюваної стратегії стилю лідерства і підходу до управління підприємством. Усі ці завдання вирішуються за допомогою змін. Тому саме зміна є серцевиною виконання обраної стратегії.

Особливість процесу виконання стратегій на підприємствах ресторанного господарства полягає в тому, що він не є процесом її виконання, а лише створює базу для реалізації стратегії і досягнення конкретним закладом поставлених цілей. Дуже часто спостерігаються випадки, коли підприємства виявляються не в змозі здійснити обрану стратегію. Це буває тому, що невірно був проведений аналіз і зроблені невірні висновки, або тому, що відбулися непередбачені зміни у зовнішньому середовищі. Проте часто стратегія не здійснюється і тому, що керівництво не може належним чином залучити наявний у закладі потенціал для виконання стратегії. Особливо це відноситься до використання людського потенціалу. Основне завдання етапу виконання стратегії полягає в тому, щоб створити необхідні передумови для успішної реалізації стратегії.

Таким чином, виконання стратегії – це проведення стратегічних змін в підприємстві, що переводять це підприємство в такий стан, в якому воно буде готове до втілення стратегії в життя.

Т.П. Кононенко, канд. техн. наук, проф. (ХДУХТ, Харків)

ГОТЕЛЬНА ПОСЛУГА ЯК СПЕЦИФІЧНИЙ ВИД ТОВАРУ

Готельний бізнес – невід’ємна частина індустрії гостинності, який напряму залежить від рівня витрат своїх клієнтів.

Індустрія гостинності, одна із крупних галузей мирової економіки, яка бурхливо розвивається. Це діється завдяки соціальному, економічному і політичному прогресу. Одночасно з ростом загальної чисельності туристів примітний розвиток отримали інфраструктура туризму та її головний компонент – готельний сектор. В сучасних умовах, особливо у крупних мегаполісах, готелі примушені конкурувати між собою. Готелям необхідно не тільки розширювати спектр послуг, які надаються, але і, звичайно, підвищувати якість обслуговування.

Проблема виходу економіки України із кризового стану може бути успішно подоланою посиленням ролі невиробничої сфери економіки. Одним з таких напрямів є становлення і розвиток готельного бізнесу.

Готельний бізнес є найважливішим елементом соціальної сфери, що відіграє велику роль у підвищенні ефективності суспільного виробництва і відповідно, зростання життєвого рівня населення.

Сутність готельного бізнесу полягає у тому, що він має нематеріальний характер. Результатом діяльності готелів є не «готовий продукт», а пропозиція особливого виду послуг.

Готельні послуги не можуть вироблятися окремо від матеріального продукту, тобто без експлуатації матеріально – технічної бази, яка є основою виробництва та реалізації пропонованих послуг.

Готельна послуга – це дії виконавця з тимчасового розміщення споживача шляхом надання номера або місця для ночівлі, а також надання інших послуг, пов’язаних із тимчасовим проживанням у готелі або в аналогічному засобі розміщення.

Готельна послуга складається з основних і додаткових послуг, що надаються споживачеві при розміщенні і проживанні у готелі.

Готельні послуги мають наступні відмінні риси: послуги неможливо накопичувати та зберігати; мінливість послуг; послуги невідчутні, одночасність виробництва і споживання послуг.

Невідчутність послуг означає, що послуги нематеріальні, тобто вони існують тільки в процесі їх надання і споживання. Споживач не може подивитися на послугу до її придбання, тому, що продаж послуги попереджує її виробництво.

Накопичення та зберігання послуг зв’язано з тим, що неможливо створити запас послуг.

Одночасність виробництва і споживання послуг обумовлена тим, що надання послуг припускає прямий контакт з особою, яка надає послугу.

Готельний продукт виробляється і споживається одночасно, що обмежує можливість контролювати якість послуг. Виробниче підприємство має час, щоб перевірити та усунути недоліки і дефекти, у сфері готельного бізнесу переробити погано надану послугу неможливо.

Нерозривність виробництва та споживання є саме тим чинником, що робить послуги дійсно послугами та відрізняє їх від товару у матеріальній сфері. Коли споживач виїздить з готелю, у нього не залишається нічого матеріального, крім сплаченого готельного рахунку. Але у споживача, яка купила будь яку послугу, залишається ще спогади та враження, якими вона може поділитися з іншими.

Неминучим наслідком нерозривності виробництва та споживання є мінливість надання послуг. Якість послуги суттєво залежить від того, хто її надає та за яких умов.

Мінливість послуг зв’язана з тим, що якість послуг залежить від того, хто їх надає та при яких умовах. Для забезпечення постійної якості послуг широко застосовують розробку стандартів послуг (фірмовий стиль, рівень кваліфікації персоналу тощо).

На мінливість послуг впливають дві основні групи чинників:

- ступінь кваліфікації персоналу;
- високий ступінь індивідуалізації послуг відповідно до вимог споживача.

У наданні готельних послуг найважливішу роль відіграють питання якості. Без якісного обслуговування готель не здатний досягти своїх головних цілей. Історія розвитку різних готельних корпорацій і мереж, як правило, свідчить, що отримання прибутку є результатом якості наданих послуг.

Якість обслуговування справляє найбільший вплив на життєздатність готелів. Успішна реалізація якісних послуг споживачам є головним джерелом їхнього існування.

Якість послуг – це відповідність наданих послуг очікуваним або встановленим стандартам. Таким чином, стандарти, їхня реальна форма і зміст є критерієм якості обслуговування у готелі.

О.В. Куценко, викл. (ХТЕК КНТЕУ, Харків)

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

В сучасному середовищі готельна індустрія України являє собою галузь з високим рівнем конкуренції. Чимало прикладів, коли відкриваються нові готелі, проте через певний час деякі з них не витримують конкуренції та залишають бізнес. В готельному бізнесі основним чинником покращення якості обслуговування є саме конкуренція.

Конкурентоздатність підприємства готельної індустрії визначається такими чинниками:

- якість продукції та послуг;
- наявність ефективної стратегії маркетингу та збуту;
- рівень кваліфікації персоналу;
- рівень менеджменту;
- податкова среда тощо.

Сьогодні конкурентоздатність готельного підприємства – це відносна характеристика, яка відображає відмінності певного готелю від розвитку його конкурентів за ступенем задоволення власними послугами потреб клієнтів.

Слід відмітити, що найбільш складним в функціонуванні підприємств готельного господарства є те, що оцінка якості обслуговування споживачем залежить від багатьох факторів і є досить суб'єктивною. Конкурентні переваги отримують саме ті підприємства готельного господарства, які всебічно та систематично досліджують та втілюють в свою діяльність особливості сприйняття послуг споживачем, які постійно використовують маркетингові технології для впливу на цей процес.

Для досягнення конкурентних переваг на ринку підприємствам готельного господарств необхідно враховувати наступні тенденції готельного бізнесу:

- послуга, яка надається споживачам, носить індивідуальний характер, як наслідок – персоніфікація обслуговування та повна концентрація на потребах клієнтів;
- використання новітніх технологій в діяльності підприємств готельного господарства, наприклад, використання мережі Інтернет для просування готельних послуг;
- посилення спеціалізації готельного бізнесу, що дозволить більш чітко орієнтуватися на певні сегменти споживачів;
- активна взаємодія підприємств готельного господарства з підприємствами інших галузей.

Нажаль багато власників готелів не проводять ні маркетингові дослідження, ні аналіз стану конкурентного середовища. Як наслідок, розвиток готельного бізнесу в Україні частіше йде за таким сценарієм. Спочатку з'являється бажання відкрити власний готель, потім приходять думки, що саме власний готель буде самим найкращим в світі, проте з'являється «готельний» продукт, який не підходить під жодні стандарти та який не можливо класифікувати. З-за неправильної процедури організації та реалізації проекту, відсутності досвіду і професіоналізму в створенні готельних підприємств, з'являються такі «горе-готелі», які працюють не на власників, а вимагають, щоб власник та інвестори працювали на нього.

Серед задач підвищення конкурентоздатності підприємств готельного господарства можна виділити наступні:

- проведення досліджень з формування принципів управління підприємством готельного господарства в ринкових умовах;
- використання наукових підходів в менеджменті готелю;
- орієнтація діяльності готельного бізнесу на інноваційний шлях розвитку тощо.

Таким чином можна зробити висновок, що підприємство готельної індустрії буде конкурентоспроможними лише тоді, коли відбувається постійний процес підвищення якості сервісу при наданні послуг, оптимізація ціни послуг, ресурсозбереження у сфері споживання послуги. Разом з тим конкурентоспроможною послуга може бути лише за умови ефективного управління персоналом, організації розробки і виконання управлінських розв'язань у рамках системи забезпечення конкурентоспроможності.