ТЕОРЕТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА: В УКРАЇНІ ТА ЗА КОРДОНОМ

С.М. ГАЙДЕНКО, канд.екон.наук, доц.
М.А. ЯКИМЧУК, студент 2 курсу
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

Готельне господарство є однією з головних складових туристичної індустрії України, при цьому в сьогоднішніх умовах можна зазначити про відсутність у цьому секторі національної економіки висококонкурентних позицій. Міжнародним нормам проживання та відпочинку не відповідає інфраструктура закладів розміщення в Україні, при цьому вона характеризується недостатньою кількістю готельних підприємств, у структурі готельних підприємств низька частка закладів високої категорії, матеріально-технічна база застаріла та потребує модернізації, відсутні сучасні засоби зв'язку та інформаційних комунікацій, ефективні та надійні системи захисту, які є передумовою високого рівня якості послуг.

Сучасні тенденції розвитку всесвітнього готельного господарства можна представити у вигляді рис. 1.

Постійно відбувається у світі процес освоєння нових концепцій готельного бізнесу і модернізації старих. У створенні великих корпорацій і готельних мереж виявляються глобалізація та концентрація готельного господарства, при цьому даний підхід дозволяє перегрупуватися та притягнути додаткові ресурси готельним підприємствам для розвитку свого бізнесу. Шляхом створення союзів або асоціацій концентруються готельні підприємства, що не порушують їх юридичну і господарську самостійність, але дозволяють проводити спільні маркетингові програми та дослідницьку діяльність, формувати єдину систему підготовки.



Рис. 1 - Сучасні тенденції розвитку всесвітнього готельного господарства

і перепідготовки кадрів, при цьому поширюється тенденція індивідуалізації обслуговування клієнта.

Отже, персонал намагається створити у нього враження, що він є бажаним гостем, за рахунок запам'ятовування його ім'я, улюбленого напою. Й так звані компліментарні послуги на це спрямовані. Готельний продукт з точки зору екологізації нині набуває великого значення у зв'язку з необхідністю збереження довкілля, зростанням попиту туристів на екологічно безпечні послуги і товари. Екологічно безпечні матеріали в інтер'єрі та обладнанні, практикувати «безвідходні» технології, пропонувати гостям спеціальну білизну «для алергіків», екологічно чисті продукти і напої в ресторані намагаються використовувати готелі. Також відмітимо, що для деяких готелів екологія перетворилася на концепцію їх діяльності.

На ринку розміщення готельне господарство змусили шукати свою нішу, що призвело до процесу спеціалізації їх в процесі диверсифікації туристичного

попиту. Види туризму, типи клієнтури та обраного нею транспорту, смаки та інтереси гостей лежать в основі спеціалізації. На лікувально-відновлювальних процедурах різного профілю широко спеціалізуються курортне готельне господарство, при цьому вони пропонують курс регенерації шкіри, коригування фігури, позбавлення зайвої ваги, а також з'являється готельне господарство для вегетаріанців.

Регулювання регіонального розвитку сфери гостинності становить інтерес зарубіжний досвід, адже саме в регіонах розміщені туристичні та рекреаційні ресурси, виробляється і споживається туристичний продукт, створюється певний імідж не лише окремої місцевості, а й країни загалом. В багатьох країнах на регіональному (мезоекономічному) рівні розвитку туризму діють відповідні органи центральної виконавчої влади, які вирішують питання ліцензування і сертифікації послуг, координують місцеві та національні ініціативи, створюють привабливий туристичний імідж регіону. Незаперечним слід визнати той факт, що в процесі дослідження сучасного стану розвитку готельного господарства у світі, яке в багатьох країнах світу давно сформувалась і стабільно розвивається, як індустрія гостинності, при цьому вона має матеріальну базу та забезпечує роботою мільйони людей, що, безперечно, позитивно впливає на економіку окремої держави.

В усьому світі сьогодні готельне господарство розвивається на індустріальній основі та є галуззю економіки, яка забезпечує значні валютні надходження завдяки поширенню іноземного туризму й на цій основі виокремлюють деякі основні напрямки розвитку підприємств готельного господарства, які для деталізації представимо рис. 2.

Отже, наголосимо на тому, що всебічне вивчення, аналіз і використання всіх резервів підвищення якості обслуговування та конкурентоспроможності підприємств готельного господарства України шляхом впровадження позитивного закордонного досвіду розвитку підприємств сфери гостинності, а також використання реінжинірингу у логістичних бізнес-процесах дасть змогу: ефективніше виявляти та задовольняти потреби клієнтів (споживачів);

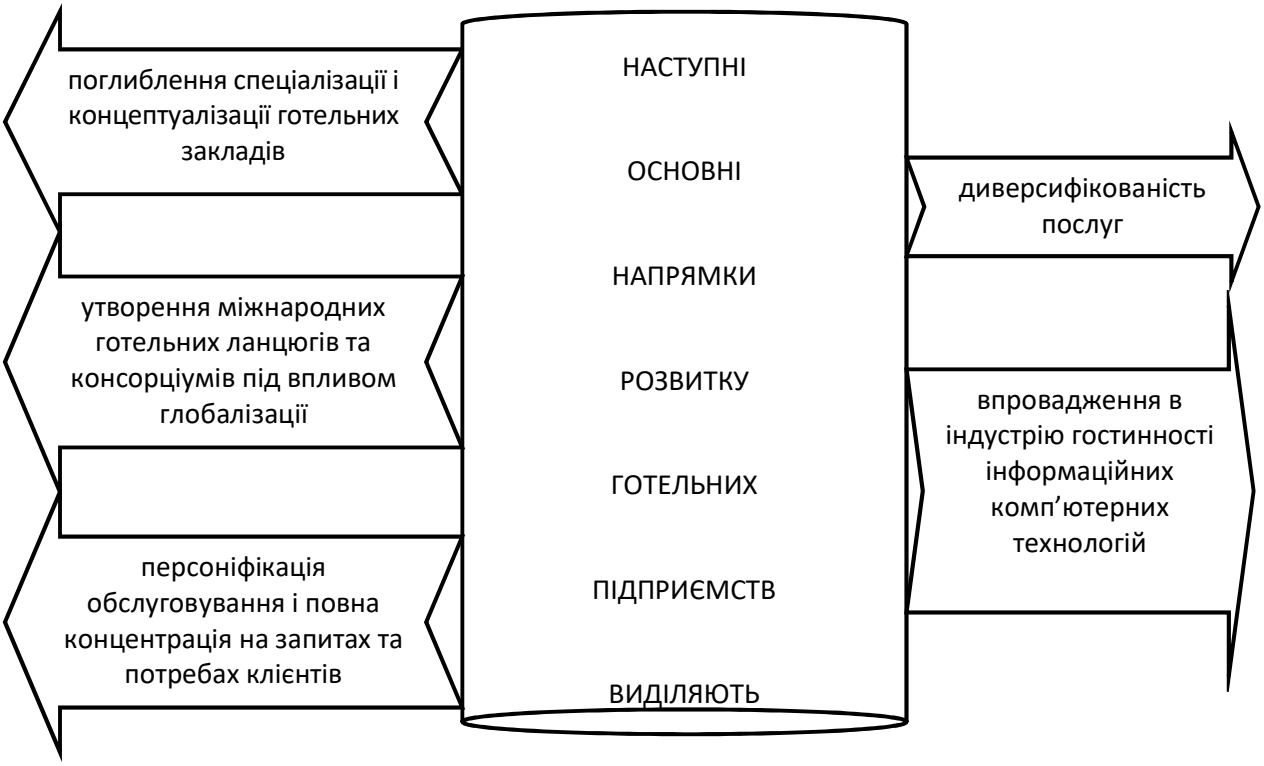


Рис. 2 - Основні напрямки розвитку готельних підприємств

знизити собівартість продукції (послуг, робіт, товарів) за рахунок ефективності управління; уніфікувати операції ділового циклу; мінімізувати час реакції підприємства для забезпечення швидкого оброблення замовлень клієнтів (споживачів) і швидкого розроблення нової продукції (послуг, робіт, товарів); підвищити якість продукції (послуг, робіт, товарів); ефективно використовувати як складні системи класу MRP/ERP, так і простіші системи автоматизації управління підприємством, а саме - переглянути та реконструювати процеси виконання замовлень з метою покращання показників системи обслуговування, а також розробити систему обслуговування за процесами створення доданої вартості для клієнтів (споживачів). Також потрібно ще відмітити проте, що ефективні моделі мотивації прибуткових клієнтів (споживачів), пропонуючи їм знижки, бонуси та інші мотиваційні засоби, що в остаточному підсумку підвищує лояльність клієнтів (споживачів) і сприяє зміцненню клієнтської бази дозволяють розробляти можливості CRM. Виявити разових замовників, за рахунок чого заощаджуються ресурси підприємства та знижуються витрати допомагає автоматичне дослідження даних у той же час. При цьому можна стверджувати, що на відповідні групи поділяються всі системи керування взаємовідносинами

з клієнтами (споживачами) відповідно до типу розв'язуваних завдань, які для деталізації представимо у вигляді рис. 3.

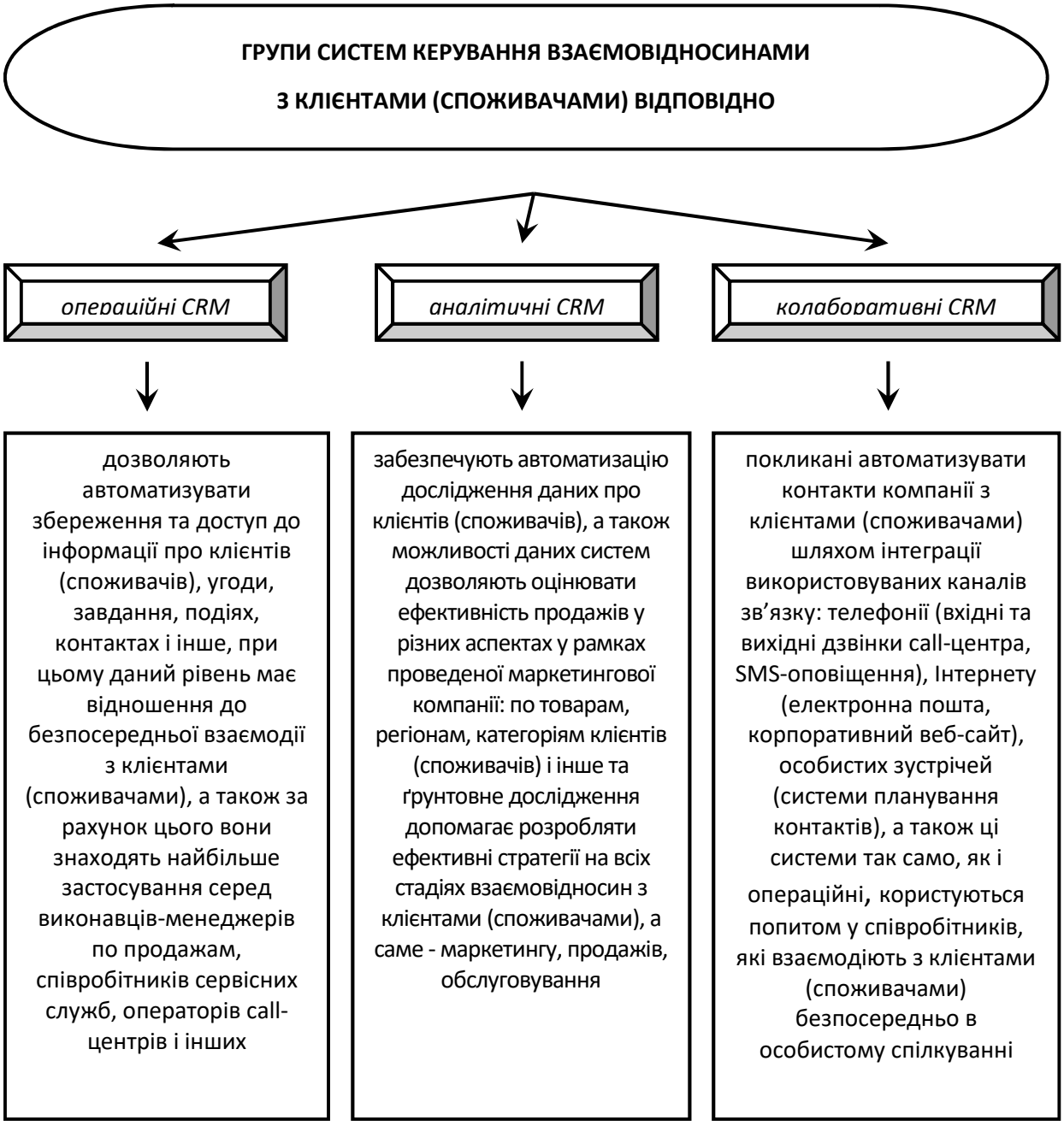


Рис. 3 - Різновиди груп систем керування взаємовідносинами з клієнтами (споживачами)