

Карлова О.А., Селищева А.О.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА СЕРВІСНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ

У сучасних дослідженнях найчастіше перевага надається вивченню конкурентоспроможності товару (послуги). Віддаючи належне такому підходу, все ж таки найбільш важливою як з мікро-, так і з макроекономічних позицій є конкурентоспроможність підприємства.

Товар (послуга), перш за все, виступає як результат виробничо-господарської діяльності, здійснюваної підприємством. Саме на підприємстві на етапі технічної підготовки виробництва і безпосередньо в ході виробничого процесу закладаються ті якісні характеристики товару, котрі формують його споживчу цінність, що відповідає вимогам ринку. Підприємство з урахуванням зовнішніх обставин і власних можливостей визначає стратегію просування і збуту продукції, створюючи умови для успішної її реалізації споживачам. З погляду макроекономічних процесів конкурентоспроможність галузі, регіону або національної економіки може бути реалізована тільки через виробничо-господарську діяльність відповідних підприємств.

Конкурентоспроможність – річ змінна. Відомо, що, якщо система не розвивається, вона у результаті гине; це повною мірою стосується готелів. Звичайно, мова йде не про фізичну загибель, а про те, що готель може втратити свої позиції на ринку у зв'язку з відсутністю необхідних ресурсів для здійснення своєї діяльності. Самий поверхневий аналіз діяльності таких готелів показує, що на якомусь етапі їх розвиток не відповідає вимогам дійсності і вони задовольнялися станом, який колись дозволяло їм отримувати гарні фінансові результати. Але в сучасних умовах, коли склався і працює ринок готельних послуг, який розбитий на сегменти і всередині кожного сегмента йде жорстка конкуренція, для збереження конкурентоспроможності необхідно розвиватися, причому безупинно.

Щоб здійснити певну конкурентну готельну послугу, підприємство повинно мати основні й оборотні кошти. У цьому плані готельна діяльність характеризується низкою особливостей: виробництво і реалізація послуги не залежать від часу; готель повинен бути постійно готовою надати послугу. Причому внаслідок сезонності, нерівномірності попиту на готельні послуги в готельному господарстві повинні бути передбачені резерви основних, оборотних та інших засобів; реалізація готельних послуг не потребує посередників і в створенні або допомогі спеціальних збутових структур; у виробництві готельних послуг відсутня незавершене виробництво.

Оскільки кожен покупець має індивідуальний критерій оцінки задоволення власних потреб, конкурентоздатність здобуває ще й індивідуальний відтінок. Кількість її параметрів залежить від виду та складності продукту в технічному і експлуатаційних відношеннях, а також від необхідної точності оцінки, мети дослідження та інших зовнішніх факторів. Особливе місце у забезпеченні та підтримці конкурентоспроможності послуги займає сервіс – за його відсутності послуги втрачає споживчу цінність (або частина її), стає неконкурентоспроможним і відкидається споживачем. У сервісному обслуговуванні готельного господарства включається безліч різноманітних послуг. Перелік послуг постійно доповнюється, видозмінюється і диференціюється в залежності від розмірів готелю, її місця розташування, рівня комфортабельності й інших причин. Виробництво готельних послуг вимагає високих матеріальних постійних витрат при істотно менших змінних витратах.