ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПУТЕЙ СГЛАЖИВАНИЯ СЕЗОННЫХ КОЛЕБАНИЙ СПРОСА НА ГОСТИНИЧНЫЙ ПРОДУКТ

Екатерина ДЕМЧИК
CZU: 334:640.4/.46:366 demcikekaterina@mail.ru

В ходе завершающего цикла обучения была разработана лицензионная работа на тему «Определение путей сглаживания сезонных колебаний спроса на гостиничный продукт».

Нами была проанализирована деятельность «Zentrum Apart-Hotel», а также определены меры для поддержания необходимого уровня потребительского спроса в условиях сезонности и повышения эффективности деятельности отеля.

Данная проблема является весьма актуальной на сегодняшний день, поскольку все предприятия индустрии гостеприимства, да и не только они, из года в год сталкиваются с сезонными спадами спроса на гостиничный продукт. Ввиду этого анализируются различные факторы, влияющие на изменение уровня спроса на их продукт, и определяются оптимальное решение для выхода из столь непростой ситуации.

В ходе разработки темы лицензионной работы нами были достигнуты поставленные цели и задачи, а также определены необходимые инструменты и меры, способствующие повышению эффективности деятельности отеля в условиях сезонности и направленные на совершенствование гостиничного продукта «Zentrum ApartHotel».

Была изучена и проанализирована ситуация о состоянии гостиничного сектора в период сезонного спада спроса на гостиничный продукт, а также проанализированы различные факторы, влияющие на деятельность предприятия.

Полученная информация помогла выявить сильные и слабые стороны предприятия, а также возможности и угрозы, которые могут возникать в процессе деятельности, и предложить для внедрения необходимые новшества, которые, в свою очередь, не только смогут минимизировать угрозы, но и придать новые конкурентные преимущества, а также повысить заинтересованность в услугах отеля со стороны потребителей.

Начнём с определения сезонности, поскольку именно это понятие является одним из ключевых в данной работе. *Сезонность – это регулярные изменения спроса и предложения в зависимости от времени года*. Фактор сезонности в индустрии туризма неизбежен. И с тем чтобы сгладить сезонные колебания в наиболее слабые месяцы, рекомендуется применять различные методы стимулирования сбыта: начиная от различных способов рекламы гостиничного продукта, организации программ лояльности и заканчивая разработкой и продвижением новых видов гостиничного продукта, предоставлением новых услуг. Из года в год предприятия индустрии гостеприимства разрабатывают и применяют различные инструменты и меры, направленные на решение данной проблемы.

Поскольку объектом исследования в данной работе выступает деятельность «Zentrum ApartHotel» в условиях сезонности, вкратце представим его. «Zentrum ApartHotel» – особенное место на карте Кишинёва. Здание, в котором расположен отель, было построено при участи знаменитого зодчего Александра Бернардацци в 1875 году.

Первой владелицей здания, в котором на сегодняшний день находится «Zentrum ApartHotel», была Севастия Балабанова. Так как она была большой поклонницей прикладных искусств и живописи, на первом этаже она организовала картинную галерею.

Отель сохранил дух и культуру искусства и по сей день и предлагает постояльцам номера, выполненные в уникальном стиле. Каждый номер представляет собой произведение искусства. Здесь пересекается искусство прошлого с искусством настоящего времени.

В ходе данной работы, с целью подробного изучения факторов, влияющих на деятельность отеля, был проведен ряд анализов: SWOT анализ, PEST анализ, а также анализ пяти сил Майкла Портера.

Был проведён SWOT анализ с целью выявления слабых сторон и угроз, влияющих на деятельность предприятия и своевременного устранения негативных факторов. А также в ходе данного анализа были выявлены положительные стороны и возможности

предприятия с целью их рационального использования для получения ряда конкурентных преимуществ.

При проведении PEST анализа были проанализированы политические, экономические, социальные и технологические аспекты, влияющие на деятельность отеля. Было выявлено, что политическая обстановка в стране является более менее благоприятной. Политика государства направлена на планомерное развитие туристического сектора, в особенности индустрии гостеприимства.

Экономическая составляющая нестабильна. Однако с привлечением иностранных инвестиций, а также с внедрением различных проектов, финансируемых из казны государства, индустрия гостеприимства начнёт развиваться в ускоренном темпе и сможем достичь небывалых успехов.

Социальный аспект демонстрирует, насколько открыты и радушны граждане. Жители нашей страны гостеприимны и готовы подать руку помощи любому, кто в ней нуждается, даже незнакомцу из другой страны. Это один из главных факторов, способствующих развитию туризма и индустрии гостеприимства в Республике Молдова.

Что касается технологических аспектов, можно сказать, что наша страна активно следит за возникающими тенденциями и новшествами и активно внедряет их в различные виды деятельности. Индустрия гостеприимства активно развивается и перенимает зарубежный опыт, повышая тем самым эффективность своей деятельности.

Был проведен и анализ пяти сил Майкла Портера для определения степени угроз со стороны ряда факторов. По результатам данного анализа можно утверждать, что отель движется в нужном направлении и занимает высокие позиции на рынке. Ввиду уникальности предложения «Zentrum ApartHotel», ему невозможно найти замену, ведь отель является единственным и первым в своем роде.

Угроза появления новых отелей не является ощутимой, но следует всё же быть начеку, изучать деятельность других отелей, совершенствуя собственную. Потеря текущих клиентов тоже не

страшна, так как на сервисах по типу booking отель имеет одну из самых высоких оценок.

Отель не выбирает нестабильных поставщиков, поэтому качество остается высоким и неизменным. Единственное, на что стоит направить максимальные усилия – это на улучшение и постоянное развитие внутриотраслевой конкуренции.

Нами разработан ряд внедрений, направленных на повышение эффективности деятельности «Zentrum ApartHotel»:

1. Проведение курсов повышения квалификации персонала.
2. Организация деятельности спа салона на территории отеля.
3. Интеграция IP-телефонии с CRM.
4. Открытие фитнес-центра на территории отеля.
5. Установка информационных терминалов на территории отеля.
6. Предоставление услуг нотариуса, переводчика, секретаря.

Разработаны также мероприятия, необходимые для сглаживания сезонных колебаний спроса на гостиничный продукт «Zentrum ApartHotel»:

1. Создание сайта с встроенной системой бронирования.
2. Организация видеотуров по отелю.
3. Преобразование сайта в интернет-магазин.
4. Выход на новые рынки.
5. Работа с клиентской базой и организация программ лояльности.
6. Активное продвижение отеля в сети Интернет.
7. Организация туров выходного дня.

При внедрении данных инструментов и мер, отель сможет достичь положительных результатов не только в условиях сезонности, но и в перспективе. Соответствующие новшества позволят расширить деятельность отеля, завоевать новые сегменты рынка и повысить его узнаваемость не только в стране, но и за рубежом. Рост спроса на гостиничный продукт «Zentrum ApartHotel» повысит и прибыль отеля от осуществления деятельности, что позволит расширить границы отеля и вполне возможно, открыть новые филиалы в стране и за рубежом.

В заключение отметим, что отель предоставляет высококачественные услуги по весьма приемлемым ценам. Однако как и

другие предприятия индустрии гостеприимства, «Zentrum Apart-Hotel» сталкивается со спадом спроса на гостиничные услуги в период сезонности. С тем чтобы сгладить сезонные колебания спроса и улучшить ситуацию, необходимо внедрить новшества, которые смогут заинтересовать потребителя.

Рекомендациями для повышения эффективности деятельности отеля в условиях сезонности являются следующие.

1. Диверсификация перечня предоставляемых услуг.
2. Выход на новые рынки и завоевание новых сегментов рынка.
3. Организация различных программ лояльности.
4. Расширение деятельности отеля.
5. Модернизация и совершенствование гостиничного продукта «Zentrum ApartHotel».

Все эти действия будут способствввовать росту потребительского спроса на услуги отеля. Это поможет легче перенести период сезонности и извлечь из этого дополнительную выгоду, а также занять выгодную позицию в конкурентной борьбе.