

Мысова О.С.,

кандидат экономических наук, доцент

кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)

ДГТУ в г. Шахты

Россия, г. Шахты

Шитова Е.С.,

студент 4 курс,

кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)

ДГТУ в г. Шахты

Россия, г. Шахты

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ГОСТИНИЦЫ И ЕЕ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА

Аннотация: *Статья посвящена изучению понятия конкурентоспособности гостиничной услуги, влиянию факторов конкурентоспособности на уровень конкурентоспособности отеля. Рассмотрены положительные и отрицательные стороны конкурентной борьбы. Сделан вывод о необходимости выработки действенной стратегии развития отеля.*

Ключевые слова: *конкуренция, конкурентоспособность, факторы конкурентоспособности отеля, конкурентное преимущество, стратегия развития.*

Annotation: *The article is devoted to the study of the concept of competitiveness of hotel services, the influence of competitiveness factors on the level of competitiveness of the hotel. The positive and negative sides of competition are*

considered. It is concluded that it is necessary to develop an effective strategy for the development of the hotel.

Key words: *competition, competitiveness, factors of competitiveness of the hotel, competitive advantage, strategy development.*

Конкуренция на рынке услуг является одним из главных факторов функционирования и развития экономики страны, так как регулирует деятельность участников рынка, обеспечивает взаимодействие спроса и предложения на услуги, уравнивает цены на услуги.

В соответствии с Законом РФ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» и отдельные законодательные акты Российской Федерации от 03.07.2016 № 26-ФЗ, конкуренция – это соперничество между хозяйствующими субъектами, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается и ограничивается возможность в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке [1].

Конкуренция на рынке услуг – это процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы между функционирующими на рынке услуг предприятия сервиса в целях обеспечения лучших возможностей сбыта услуг, удовлетворения потребностей потребителей.

Конкурентоспособность каждой отдельно взятой услуги определяется как их относительное преимущество по сравнению с аналогичными при выборе, осуществляемом потенциальным потребителем.

Понятие конкурентоспособности организации, осуществляющей деятельность в индустрии гостеприимства, более сложное, включающее в себя преимущества не только по качеству предлагаемых услуг, но также и преимущества, которые дает удачное размещение гостиницы, высокий профессионализм персонала, эффективная работа в области маркетинга, качество принятия управленческих решений, эффективные методы управления персоналом, финансовая устойчивость и многое другое.

В современных условиях хозяйствования, исследуя проблему конкурентоспособности предприятий сферы гостеприимства, необходимо учитывать следующие обстоятельства.

1. В отельном бизнесе России появились дорогие отели высокого класса (4–5 звезд). Это, как правило, отели, где соучредителями являются зарубежные компании (гостиничные цепи), которые предлагают современные технологии обслуживания потребителей в соответствии с международными стандартами и правилами.

2. После распада СССР уменьшились взаимосвязи между бывшими союзными республиками, что сократило поток посетителей с деловыми целями и в качестве туристов в России.

3. Произошел резкий спад въездного туризма, так как большинство тех, кто хотел посетить Россию, уже побывал здесь, а тех, кто хочет побывать пугают целый ряд факторов, связанных с криминогенной обстановкой, увеличением терроризма и политической ситуацией.

4. За последние годы резко увеличился выездной туризм, появилась возможность сравнить уровень обслуживания в зарубежных гостиничных предприятиях с тем, что предоставляют отечественные гостиницы. Данное сравнение оказалось не в пользу российских предприятий [2].

Все эти факторы повлияли на снижение загрузки номерного фонда имеющихся гостиничных предприятий. Если раньше гостиницы были бюджетными организациями, то сейчас в основном – это сфера частного капитала, следовательно, от загрузки номерного фонда прямо зависит доход гостиницы.

Кроме того, существуют факторы, определяющие уровень конкурентоспособности гостиницы, которые зависят от персонала и руководства гостиницы (рисунок 1).



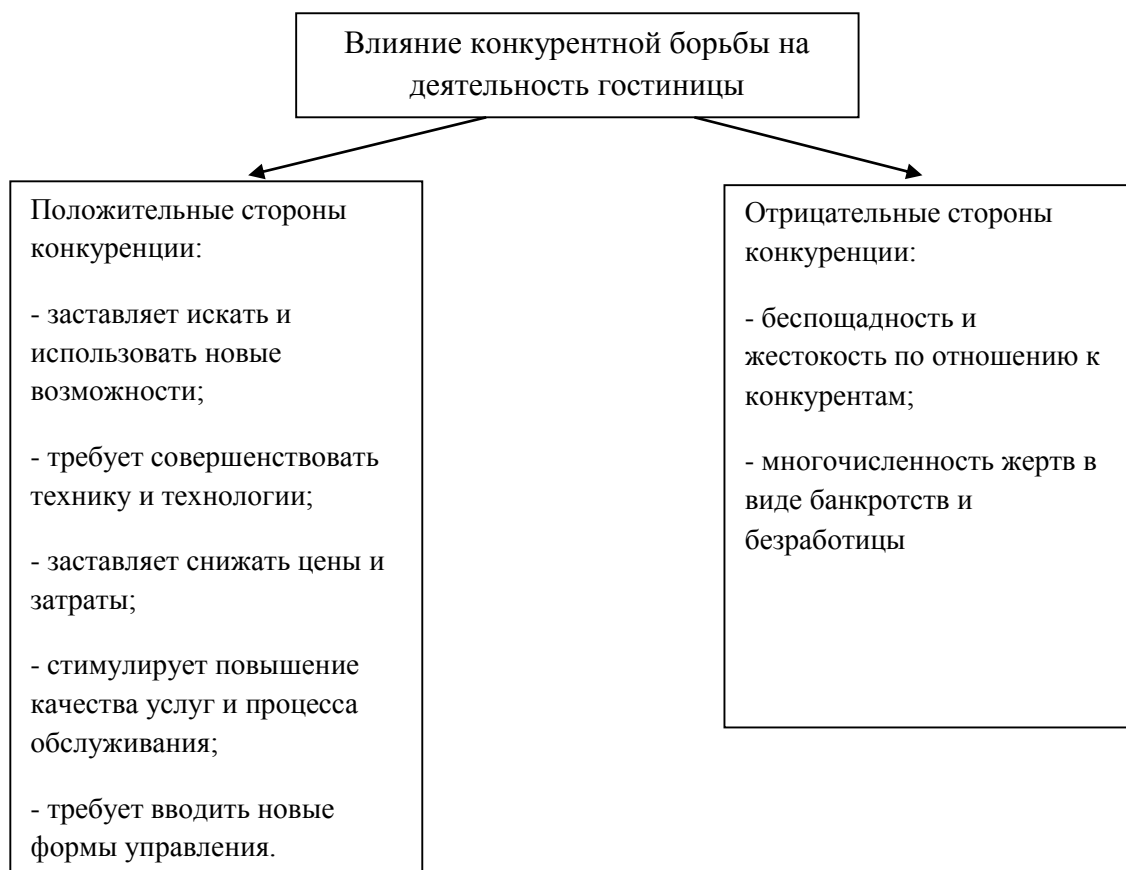
Рисунок 1. Факторы, определяющие конкурентоспособность услуг гостиницы [составлено автором]

Таким образом, в отличие от факторов, которые определяют глобальные проблемы гостиничного бизнеса в России, факторы, влияющие на конкурентоспособность услуг, могут и должны регулироваться персоналом и руководством гостиницы. Эти факторы создают конкурентные преимущества для гостиницы.

Конкурентное преимущество гостиницы – это те характеристики, свойства гостиничных услуг, которые создают для гостиницы определенное превосходство над своими прямыми конкурентами. Эти характеристики могут быть самыми различными и относиться как к базовой услуге (проживание, питание), к дополнительным услугам, к технологиям организации и обслуживания, формами продвижения услуг, специфичными для конкретной гостиницы.

Конкурентное преимущество является относительным, определяемым по сравнению с предприятиями-конкурентами, занимающими наилучшие позиции в стратегической группе.

Таким образом, участие в конкурентной борьбе имеют свои преимущества и недостатки (рисунок 2).



***Рисунок 2 – Положительные и отрицательные стороны конкуренции
[составлено автором]***

Конкурентоспособность гостиницы представляет собой совокупный результат использования рыночных инструментов в деятельности хозяйствующего субъекта [3, с.7].

Для достижения результатов в конкурентной борьбе необходима выработка эффективной стратегии развития, соответствующей сложившейся рыночной ситуации. Стратегия развития является одним из важнейших направлений стратегического управления предпринимательской деятельностью, для которой характерен высокий уровень нововведений, значительная степень риска и способность быстро адаптироваться к изменениям внешней среды [4, с.65].

Таким образом, конкуренция в гостиничном бизнесе – сложный процесс, который требует постоянного совершенствования. Конкурентная борьба гостиниц является динамичным, ускоряющим движением процессом, который служит лучшему обеспечению качественных услуг на рынок.

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

1. «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» и отдельные Законодательные акты Российской Федерации»: ФЗ от 29.07.2016 № 264-ФЗ // Консультант Плюс

URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_200582/ (Дата обращения 19.10.2018).

2. Конкурентоспособность гостиничного предприятия: учебно-методическое пособие / Правительство г. Москва, 2007. – 94 с.

3. Елисеева О.С. Повышение эффективности использования рыночных инструментов в сфере туризма и индустрии гостеприимства / автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Майкоп. гос. технол. ун-т. Майкоп. – 2006. – С.22

4. Мысова О.С. Специфика разработки стратегии развития гостиничного предприятия // В сборнике: Актуализация проблем развития гостиничной индустрии Материалы всероссийской научно-практической конференции. МИНОБРНАУКИ РОССИИ, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Майкопский государственный технологический университет», Инженерно-экономический факультет, Кафедра экономики и управления на предприятии. – 2014. – С. 65-68.