УДК 338 DOI: 10.22394/2079-1690-2020-1-1-115-120

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Григорьева Наталья Станиславовна кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой «Экономика и инновационные рыночные исследования», Южный университет (ИУБиП) (344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, пр. М. Нагибина 33а/47). E-mail: iubip502@yandex.ru

Аннотация

Одной из наиболее важных категорий в экономике является понятие конкурентоспособности, характеризующее степень превосходства фирмы по отношению к конкурентам. В современном мире основной причиной и движущей силой непрекращающегося поиска направлений роста конкурентоспособности предприятия является именно конкуренция. А в связи с тем, что главная цель предпринимательской деятельности по определению заключается в максимизации прибыли, вопрос поддержания высокой степени конкурентоспособности определенно выносится на первый план. В статье представлены итоги исследования по конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса, определены направления повышения в сфере гостеприимства.

Ключевые слова: *туризм, гостеприимство, конкуренция, конкурентоспособность, туристский поток, инновации, субъекты туристской индустрии, номерной фонд, коллаборация, цифровые технологии.*

В современных рыночных условиях отрасль гостеприимства, все более усиленно, пробивается в лидирующие позиции по степени привлекательности для развития бизнеса. Предпосылкой к такой действительности являются кризисные процессы, начавшиеся в 2013 году и поставившие экономику страны в нестабильное положение. В таких условиях гостиничная сфера является одной из немногих отраслей, способных быстро адаптироваться к постоянно изменяющемся реалиям [1]. В связи с этим, благодаря возможностям максимизации прибыли и эффективного функционирования, сегмент гостеприимства характеризуется рентабельностью и высокой степенью приспособляемости. Важно отметить, что за последние несколько лет российская гостиничная сфера увеличивает свое влияние на рынке. По результатам 2019 г. спрос на отечественные курорты увеличился на 37 %. Более того, отмечается усиление привлекательности российских мест отдыха для иностранных граждан – в среднем число прибытий возросло на 40%. В результате, растущие показатели туристического сегмента способствуют привлечению более пристального внимания к гостиничному бизнесу.

Теоретические и методологические основы изучения конкуренции и конкурентоспособности были заложены такими учеными, как: А. Смит, К. Маркс, А. Маршалл, Д. Риккардо, Дж. Робинсон, Дж. Кейс, Й. Шумпетер, Э. Чемберлен, Ф.А. Хайек, М. Портер, К. Макконелл, С. Брю, а также многими другими выдающимися экономистами. Кроме того, весомый вклад в разработку проблемы конкурентоспособности внесли следующие отечественные авторы: Н.И. Кабушкина, Г.А. Бондаренко, Л.П. Шматько, С.С. Скобкина, В.К. Карнаухова и Г.А. Яковлева, О.В. Аристова, Т.Н. Гоголева, Л.А. Жигуна, А.Н. Чекменева, В.А. Шабашева, А.И. Добрынина, П.Р. Завьялова и др.

Именно поэтому большую актуальность представляет собой вопрос основных инструментов и направлений повышения конкурентоспособности гостиницы. На рис. 1 представлены основные направления повышения конкурентоспособности субъектов туриндустрии на примере гостиничного бизнеса.



Рис. 1. Основные направления повышения конкурентоспособности гостиницы

В первую очередь, рассмотрим такой инструмент повышения конкурентоспособности, как коллаборация [2]. Термин можно интерпретировать как совместную деятельность людей или компаний, направленную на достижение общих целей. Данное направление дает существенные плоды как в сфере гостеприимства, так и других сегментах экономики. Взаимная деятельность позволяет предприятиям обмениваться опытом, получать новые идеи для работы, увеличивать число бизнес партнеров и расширять целевую аудиторию.

Немаловажное значение имеет и тот факт, что за счет сотрудничества процесс коллаборации позволяет реализовать новый продукт, способный захватить внимание населения и создать общественный резонанс. В качестве примера коллаборации можно привести одно из последних объединений мировой ведущей сети деловых связей LinkedIn и одной из крупнейших в мире гостиничных групп Accor Hotels [3]. Результатом совместной деятельности стала разработка сервиса Business Check со свободным доступом гостям отелей через приложение. Благодаря новому продукту, человек, находясь в другом населенном пункте, может выяснить, кто из его «контактов» остановился в том же месте и связаться с ними.

В качестве второго метода увеличения конкурентоспособности гостиницы можно назвать выход в отрасль отельного бизнеса предприятий, функционирующих не в сфере гостеприимства. В связи с тем, что гостиничный рынок наиболее легко по сравнению с другими отраслями адаптируется к внешним изменениям, данный вид деятельности значительно повышает свою популярность среди фирм, главная работа которых не переплетена со сферой гостеприимства.

Так, международный фонд прямых инвестиций Hermes-Sojitz, работающий в сфере добычи полезных ископаемых, пищевой промышленности и инноваций, находится в процессе реализации туристического проекта Scandic Regatta в Карелии. Комплекс состоит из гостиницы на 135 номеров, яхт-клуба из 100 суден, 10 плавучих бунгало, 3 ресторанов, фитнес-зала, SPA-центра, вертолетной площадки и бассейна. Планируемый срок окончания строительства планируется на конец марта 2020 года. Следует отметить, что появление новых субъектов в отельном бизнесе свидетельствует о росте внимания и интереса к данному рынку, что объясняется большим количеством причин, в частности, сильно возросшим потоком отдыхающих. Согласно статистическим сведениям фирмы World Travel&Tourism Council, показатели мирового туризма возросли на 3,1%, обогнав прогнозируемую величину на 2,3 п.п.

Российский отельный сегмент тоже характеризуется положительным трендом. Так, большая часть туристического потока, согласно Ростуризму, приходится на россиян (75%). Что же касается иностранных граждан, то подобный туристический поток также набирает значительные обороты, главным образом, благодаря китайским отдыхающим. По данным Ростуризма, рост туристов именно за счет Китая на конец 2019 года составил около 50%. В основе третьего направления увеличения конкурентоспособности лежит индивидуальный подход и эксклюзивное отношение к посетителям. Дело в том, что в настоящее время турист выбирает не просто ночлег, а гостиницу, способную погрузить гостя в уникальную атмосферу с присущими только ей особенностями [4]. Интересно, что футуролог Джеймс Кэнтон (Institute for Global Futures) и эксперты Hotels.com сформировали прогноз возможных модификаций путешествий и гостиничной жизни спустя год, 25 лет и в 2060 году. Итоги исследования отображены в работе Hotels of the Future. Идеи, изложенные в труде, могут быть задействованы с целью формирования конкурентных преимуществ, способных создать неповторимость предлагаемой отельной услуги. Согласно разработчикам, новшества в науке, технологии, энергетики и сфере развлечений способны коренным образом поменять культуру проживания в гостинице. Так, например, процесс бронирования будет лежать на работе искусственного интеллекта – виртуальных роботов с встроенной программой поиска скрытых закономерностей в данных (data mining) и их обработки на интуитивном уровне (intuitive computing). Подобные передовые механизмы дадут возможность туристам получить в наивысшей степени персонализированные услуги. Основные идеи ученых можно изложить в виде схемы на рис. 2.

Идея временного отеля иллюстрирует гостиницу, работающую в течение конкретного периода времени, при этом локацию и дизайн можно определить посредством голосования через определенное мобильное приложение. Проект гостиницы, набравший наивысшее число голосов, будет воплощен в жизнь благодаря 3D-принтеру и нанотехнологий. Период функционирования подобных гостиниц будет ограничен; что же касается оплаты, то услуги будут приобретаться за счет криптовалюты HotelCoin, базирующейся на технологии блокчейн (досконально упорядоченная база данных с конкретными алгоритмами создания цепочек транзакций и доступа с данным, позволяющей свести к нулю потерю информации, мошенничество и т.п.).

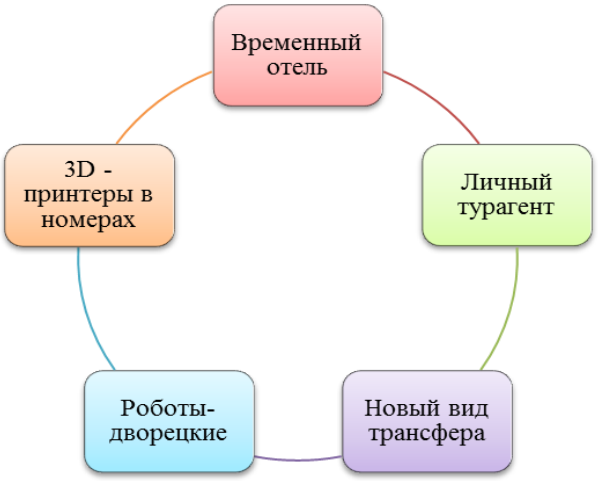


Рис. 2. Футуристические идеи придания уникальности гостиничной услуги

Следующей идеей является формирование личного аватара гостя, который будет интерпретироваться как цифровой программный агент и проводить бронирование номера в гостинице. В процессе своей работы аватар нацелен на реализацию всех предпочтений, связанных с путешествием и проживанием в гостиничном предприятии. Функционировать агент будет через Siri от компании Apple и Alexa от Amazon. Интересно, что различные аватары будут коммуницировать между собой, договариваться и планировать поездки. Другим прогнозом можно назвать внедрение инновационного трансфера с аэропорта в форме самоуправляемых капсул, летающих машин, способствующих исключению пробок, и вакуумных поездов, которые позволят проходить огромные расстояния за секунды.

Кроме того, эксперты спрогнозировали появление роботов-дворецких, которые заранее программируются на существование конкретных умений и навыков, владение языками и использование определенной информации с целью обеспечения комфортного проживания гостей в отеле. Подобные дворецкие осуществляют все процессы: от трансфера из аэропорта и до клининга в номерах, приготовления еды, несложной беседы, оказания развлекательных услуг, услуг-консьержа [5]. И, наконец, последняя идея заключается в оснащении каждого номера 3D-принтерами, которые позволят создавать необходимые предметы в реальной жизни: одежда, гаджеты, лекарства и др. Более того, активно прогнозируется возникновение 3D-шоппинга – у постояльцев гостиницы появится возможность скачивать из облачных хранилищ разработанные заранее продукты и печатать впоследствии на 3D-принтере. Таким образом, конкурентоспособность фирмы является очень обширным понятием, включающим множество показателей. Но важно отметить, что в рамках сферы гостеприимства наиболее весомым фактором можно назвать уровень привлекательности осуществляемых услуг, именно за счет, которого и обозначается степень и возможность реализации большого количества потребностей и требований гостей.

Анализ конкурентоспособности компании открывает доступ к данным, используя которые, можно понять, что конкретно манит потребителя в услугах рассматриваемого отеля и в чем именно опережают данное предприятие конкуренты. Важно отметить, что в настоящее время нельзя назвать какой-либо единый метод оценки конкурентоспособности организации [6]. Насчитывается большое число подходов, позволяющих провести анализ, и каждая отдельная фирма склоняется к наиболее подходящему именно для ее специфики функционирования. Что касается вариантов роста конкурентоспособности компании в сфере гостеприимства, то необходимо сказать, что в рамках отельного бизнеса обязательным является инновационный подход, который может проявляться в применении новейших технологий, внедрении новой услуги и т.д. [7]. При этом наиболее эффективным способом увеличения конкурентоспособности гостиницы можно назвать реализацию нового направления работы касательно осуществляемых услуг, поскольку отель, начинающий первым свою деятельность на рынке, характеризуется отсутствием конкурентов, создает спрос и устанавливает перечень услуг и цены на них.

Важно отметить, что в 2019 году сфера гостеприимства региона увеличилась на 3%. Рост гостиничного рынка начал фиксироваться с 2010 г. Однако, если темпы роста в 2011 году характеризовались 11%, в 2012 году – 21%, то 2013 год уже нес за собой снижение развития. В целом общий объем рынка гостеприимства в Ростове вырос с 1,3 млрд в 2011 г. до 1,98 млрд в 2019 г. [8].

Несмотря на то, что туристический сегмент города за последние годы все же активно растет, следует отметить, что более интенсивному развитию препятствуют такие причины, как низкий

уровень городской и гостиничной инфраструктуры и шаткое положение программы модернизации туризма в регионе.

Отметим, что ситуацию на рынке гостиничных услуг значительно изменил Чемпионат Мира по футболу, прошедший в 2018 г. С одной стороны, данное мероприятие способствовало увеличению количества рыночных агентов за счет появления на гостиничном рынке г. Ростов-на-Дону крупных отелей. Так, еще в 2014 г. была открыта гостиница категории 4 звезды международной сети «Меркур». Помимо нее в эксплуатацию за период 2017–2018 годов были введены пять отелей категории 4 звезды: «Графский Парк», «Hotel De Art 13», «Отель Авангард», «Парк-отель Либхабер» и «Старый Город». Кроме того, Чемпионат Мира привнес в ростовскую гостиничную инфраструктуру два отеля категории 5 звезд: «Бутик Отель 39» и «Radisson Blu Hotel Rostov-on-Don», принадлежащий международной отельной сети. Однако с другой стороны, по прошествии мероприятия, управляющие ростовских гостиниц отмечают кардинальные трансформации в отрасли за счет значительного увеличения числа отелей и уменьшения размера выездного потока после окончания Чемпионата Мира. В итоге, значительной проблемой в настоящее время становится острая конкуренция между гостиничными предприятиями. Ситуация усугубляется тем, что в период мероприятия начало функционировать большое число миниотелей в центральной части Ростова, ведущие низкую ценовую политику. В результате, более крупные предприятия попадают в ситуацию вынужденного снижения цен.

Исходя из особенностей системы обслуживания, целей функционирования, назначения и других параметров, Ростов-на-Дону характеризуется наличием следующих видов средств размещения: отель, мотель, гостиница, гостевой дом, парк-отель, апарт-отель, минигостиница, бутик-отель, хостел и др. Благодаря использованию сайта было выявлено, что в городе функционирует 648 гостиниц, при этом их структуру можно увидеть на рис. 3.

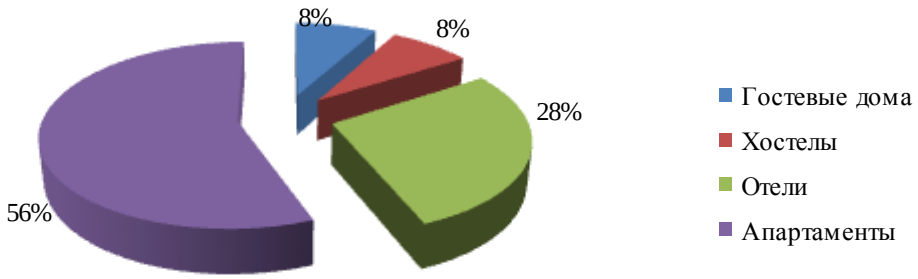


Рис. 3. Структура рынка сферы гостеприимств г. Ростова-на-Дону по виду размещения

Делая вывод по диаграмме, можно увидеть, что явный тренд появления апартаментов характерен и для нашего города: на них приходится 54,5%, на хостелы – 8,2%. Не секрет, что путешественников привлекает сравнительно небольшая стоимость пребывания, однако необходимо учитывать, что с правовым статусом данных средств размещения пока не до конца установлен. Именно поэтому отели представляют собой надежный и типичный способ временного проживания с досугом и регистрацией. Итак, на сегодняшний день в г. Ростов-на-Дону функционируют 180 отелей с номерным фондом около 2 500 номеров. Структура рынка отельного бизнеса в зависимости от сертификации по системе звезд представлена на рис. 4.

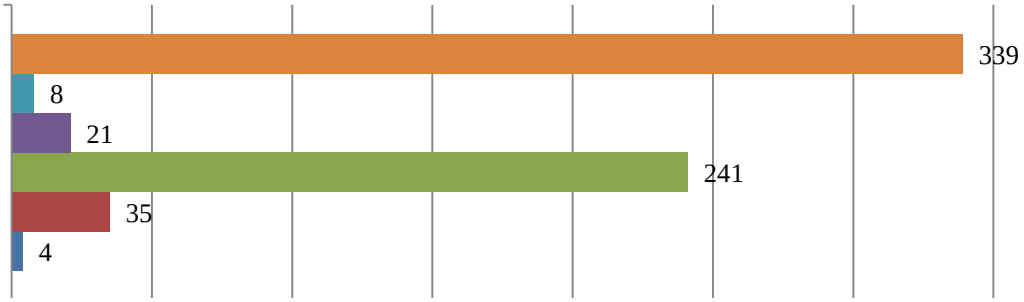


Рис. 4. Структура рынка сферы гостеприимств г. Ростова-на-Дону в зависимости от сертификации по системе звезд

Согласно диаграмме, 47% от всех отелей составляют гостиницы категории «без звезд», при этом в период активного сезона заполняемость колеблется между 85% и 90%, пассивного – 50-55%.

На 2-ух и 3-ех звездочные отели приходится 34% от общего числа отелей: в активный период загрузка номерного фонда составляет 75-80%, в пассивный – 40-45%. Отели категории 4 звезды – 14%: в активный период заполняемость – 65-75%, в пассивный – 35%. Что касается средней цены номера, то для четырех звездочной гостиницы она составляет 3 575 рублей. И, наконец, на долю отелей с категории 5 звезд приходится 2% от общего числа гостиничных предприятий. Загрузка номерного фонд в активный период составляет 65%, в пассивный – 30-35%; средняя цена – 6 500 рублей.

Важно отметить, что портрет гостя г. Ростова-на-Дону можно охарактеризовать как бизнес-турист. Это связано с тем, что в городе реализуется большое количество инвестиционных проектов, запускается множество филиалов крупных компаний и регулярно осуществляются научные конференции и деловые встречи. В связи с эти лето для ростовских отелей – низкий сезон. Поскольку практически все отели Ростова нацелены преимущественно на деловые поездки, можно выявить их схожие слабые и сильные стороны. Для этого можно применить метод SWOT-анализа, позволяющий выявить внешние и внутренние условия функционирования отельного бизнеса. В табл. 1 представлен SWOT-анализ отелей г. Ростов-на-Дону

Таблица 1

SWOT-анализ отелей г. Ростов-на-Дону

Сильные стороны	Слабые стороны
Большой ассортимент предоставляемых услуг	Низкая степень информирования и маркетингового продвижения
Хорошая репутация и имидж	Слабая адаптация к рыночным изменениям
Высокий уровень сервиса	Старые технологии
Удобная геолокация	
Возможности	Угрозы
Рост границ влияния	Падение спроса со стороны потребителей
Расширение целевой аудитории	Рост числа конкурентов
Возрастание частоты посещения отелей гостями	Высокие барьеры входа на новые рынки
Внедрение инноваций и новых технологий в системе обслуживания клиентов	Экономический кризис и падение благосостояния населения

Таким образом, проведя SWOT-анализ гостиниц Ростова, можно сделать вывод, что предприятиям сферы гостеприимства города необходимо расширить число и разнообразить ассортимент предоставляемых услуг, поддерживать уровень репутации и высокое качество сервиса. Кроме того, отелям следует модернизировать информационные коммуникации, быть в курсе тенденций на рынке и регулярно обновлять технологическое сопровождение работы. При этом, эффективная деятельность в будущем может привести к появлению таких возможностей, как увеличение границ влияния, расширение аудитории потребителей и внедрение новых технологий в системе обслуживания и лояльности гостей.

Итак, все основные направления повышения конкурентоспособности представлены на рис. 5.

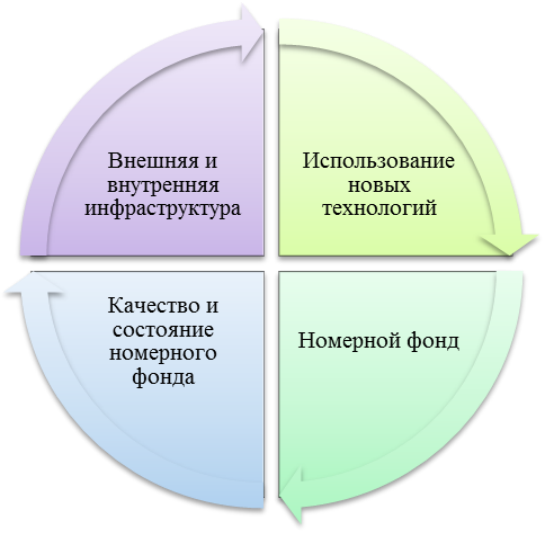


Рис. 5. Направления повышения конкурентоспособности гостиничного бизнеса

Определение конкурентоспособности является широким и многогранным, включающим в себя множество составляющих и зависящим от большого числа факторов. Однако в пределах предприятия сферы гостеприимства, главным критерием, иллюстрирующим степень конкурентоспособности, является уровень привлекательности оказываемых услуг, позволяющий удовлетворить

весь спектр потребностей целевой аудитории. Анализ конкурентоспособности организации дает возможность оценить на глубинном уровне, какие требования предъявляет гость к услугам конкретного отеля и в каких сегментах конкуренты обладают опережающими характеристиками. Основной целью анализа является совершенствование выявленных проблемных аспектов деятельности организации с перспективой роста ее конкурентоспособности.

Литература

1. *Дынник Д.И., Белозубов И.Н.* Кластерная модель развития инновационной экономики / В сборнике: Сотрудничество без границ. Материалы международной научно-практической конференции, посвященной 20-летию Донецкого филиала Института управления, бизнеса и права. Донецк, 2014. С. 234 – 240.
2. *Курилова Л.М., Дынник Д.И.* Проблемы эффективности налоговой политики региона (на примере Ростовской области) // Ученые записки Института управления, бизнеса и права. Серия: Экономика. 2017. № 5. С. 264 – 279.
3. *Дынник Д.И.* Формирование оценки эффективности деятельности региональных органов исполнительной власти при проектном подходе управления // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. 2018. Т.4. № 1. С. 32 – 42.
4. *Брюханова Н.В., Дынник Д.И.* Социально-экономическое положение монопрофильного муниципального образования // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. 2018. Т.4. № 1. С. 16 – 21.
5. *Брюханова Н.В., Дынник Д.И.* Проблемы и перспективы развития сферы туризма в условиях цифровой экономики / В сборнике: Вопросы формирования и проблемы реализации национальной технологической инициативы в регионах. Сборник докладов участников I международной научно-практической конференции. Ростов н/Д., 2019. С. 276 – 279.
6. *Лобас Ю.Н., Матвеева О.А.* Мотивация научных работников в практике управления современной организации / В сборнике: Транспорт: наука, образование, производство. Сборник научных трудов. Ростов н/Д., 2018. С. 244 – 247.
7. *Лобас Ю.Н., Матвеева О.А.* Профессиональная мобильность в науке и тенденции ее измерения // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2016. № 7-1 (19). С. 192 – 196.
8. *Григорьева Н.С.* Проблемы и перспективы развития туризма в Ростовской области // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2019. № 3 (106). С. 31 – 35.

Grigoryeva Natalia Stanislavovna, PhD, associate professor of the department Economy and Innovational Market Investigations, Southern University (IMBL) (33A/47, M. Nagibina Av., Rostov-on-Don, 344068, Russian Federation). E-mail: iubip502@yandex.ru

INCREASING COMPETITIVENESS OF HOTEL BUSINESSES OF ROSTOV REGION

Abstract

One of the most important categories in the economy is the concept of competitiveness, which characterizes the degree of superiority of a company in relation to competitors. In the modern world, the main reason and driving force of the ongoing search for directions of growth in the competitiveness of an enterprise is precisely competition. And due to the fact that the main goal of entrepreneurial activity, by definition, is to maximize profits, the issue of maintaining a high degree of competitiveness is definitely brought to the fore. The article presents the results of a study on the competitiveness of hotel business enterprises, identifies areas of improvement in the hospitality industry.

Keywords: *tourism, hospitality, competition, competitiveness, tourist flow, innovation, tourism industry entities, number of rooms, collaboration, digital technologies.*

References

1. Dynnik D.I., Belozubov I.N. Klasternaya model' razvitiya innovacionnoj ekonomiki / V sbornike: Sotrudnichestvo bez granic. Materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii, posvyashchennoj 20-letiyu Doneckogo filiala Instituta upravleniya, biznesa i prava. Doneck, 2014. P. 234 – 240.
2. Kurilova L.M., Dynnik D.I. Problemy effektivnosti nalogovoj politiki regiona (na primere Rostovskoj oblasti) // Uchenye zapiski Instituta upravleniya, biznesa i prava. Seriya: Ekonomika. 2017. № 5. P. 264 – 279.
3. Dynnik D.I. Formirovanie ocenki effektivnosti deyatel'nosti regional'nyh organov ispolnitel'noj vlasti pri proektnom podhode upravleniya // Intellektual'nye resursy – regional'nomu razvitiyu. 2018. T.4. № 1. P. 32 – 42.
4. Bryuhanova N.V., Dynnik D.I. Social'no-ekonomicheskoe polozhenie monoprofil'nogo municipal'nogo obrazovaniya // Intellektual'nye resursy – regional'nomu razvitiyu. 2018. T.4. № 1. S. 16 – 21.
5. Bryuhanova N.V., Dynnik D.I. Problemy i perspektivy razvitiya sfery turizma v usloviyah cifrovoj ekonomiki / V sbornike: Voprosy formirovaniya i problemy realizacii nacional'noj tekhnologicheskoj iniciativy v regionah. Sbornik dokladov uchastnikov I mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. Rostov n/D., 2019. P. 276 – 279.
6. Lobas YU.N., Matveeva O.A. Motivaciya nauchnyh rabotnikov v praktike upravleniya sovremennoj organizacii / V sbornike: Transport: nauka, obrazovanie, proizvodstvo. Sbornik nauchnyh trudov. Rostov n/D., 2018. P. 244 – 247.
7. Lobas YU.N., Matveeva O.A. Professional'naya mobil'nost' v nauke i tendencii ee izmereniya // Konkurentosposobnost' v global'nom mire: ekonomika, nauka, tekhnologii. 2016. № 7-1 (19). P. 192 – 196.
8. Grigor'eva N.S. Problemy i perspektivy razvitiya turizma v Rostovskoj oblasti // Nauka i obrazovanie: hozyajstvo i ekonomika; predprinimatel'stvo; pravo i upravlenie. 2019. № 3 (106). P. 31 – 35.