РАЗДЕЛ XXI. ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО

Абачараева Х.А.

Особенности конкурентоспособности в индустрии гостеприимства Республики Дагестан

*Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса»
(Россия, Махачкала)*

doi: 10.18411/trnio-12-2021-306

Научный руководитель: Курбанова А.М.

Аннотация

Статья посвящена изучению понятий и особенностей конкурентоспособности в индустрии гостеприимства республики Дагестан. Автор в своей статье поднимает вопросы конкурентоспособности гостиничных предприятий города Махачкала, проводится анализ конкурентных преимуществ гостиничных предприятий, прошедших процедуру классификации и получивших «4» звезды. Отмечается, что в Республике Дагестан наибольшее развитие получили малые гостиничные предприятия. Проводится анализ общего рейтинга гостиниц в системах бронирования по таким показателям как: обслуживание, чистота, соотношение цена/качество, питание, проводится исследование динамики развития гостиничной индустрии в Республике Дагестан. В условиях жесткой конкурентной борьбы гостиничным предприятиям необходимо приумножать свои конкурентные преимущества и разрабатывать мероприятия, которые будут способствовать их росту. В заключении отмечается, что формировании конкурентных преимуществ гостиниц во многом зависит от потребностей гостей, в активной работе гостиничных предприятий по выявлению их основных предпочтений, проведении работы по выяснению у потребителей как воспринимаются ими качество оказываемых гостиничных услуг по сравнению с другими участниками гостиничного рынка.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентная стратегия, гостиничное предприятие, индустрия гостеприимства.

Abstract

The article is devoted to the study of the concepts and characteristics of competitiveness in the hospitality industry of the Republic of Dagestan. The author in his article raises questions of the competitiveness of hotel enterprises in the city of Makhachkala, analyzes the competitive advantages of hotel enterprises that have passed the classification procedure and received "4" stars. It is noted that in the Republic of Dagestan, small hotel enterprises have received the greatest development. The analysis of the overall rating of hotels in the booking systems is carried out in terms of such indicators as: service, cleanliness, price / quality ratio, food, and a study of the dynamics of the development of the hotel industry in the Republic of Dagestan is carried out. In a highly competitive environment, hospitality businesses need to build on their competitive edge and develop activities that will drive their growth. In the conclusion, it is noted that the formation of the competitive advantages of hotels largely depends on the needs of guests, in the active work of hotel enterprises to identify their main preferences, to find out from consumers how they perceive the quality of hotel services in comparison with other participants in the hotel market.

Keywords: competition, competitiveness, competitive strategy, hotel company, hospitality industry.

В настоящее время индустрия гостеприимства всего мира находится в очень жёстких условиях конкурентной борьбы абсолютно за каждого клиента и вынуждена максимально быстро и эффективно реагировать на внешние изменения условий рынка.

Борьба за экономическое выживание и процветание - закон рынка. Его можно расшифровать, по-разному, но все сводится к тому, что предприятиям необходимо приложить все усилия, чтобы выжить на этой серьёзной конкурентной войне и не покинуть рынок на ранней стадии развития предприятия.

Проблема конкурентоспособности предприятия гостиничной индустрии резко обострилась именно в процессе формирования и внедрения рыночных механизмов, и для решения этой действительно важной проблемы потребуются от всех субъектов рынка активный поиск всевозможных путей и стратегий, которые позволят повысить конкурентоспособность и в дальнейшем позволят заявить о себе, как о самом конкурентоспособном предприятии на рынке гостиничных услуг.

Именно по этой причине, повышение конкурентоспособности является действительно необходимым условием для того, чтобы закрепить позиции на рынке услуг в целях получения максимальной прибыли и достижения лидирующей точки среди огромного количества конкурирующих предприятий.

Данную специфику развития гостиничной индустрии фиксируют и анализируют в своих работах: В.В. Ермоленко, А.С. Цигип [3], В.В. Даитов [1], А.М. Курбанова [5] и др.

Стремительное развитие сферы гостиничного бизнеса в Республике Дагестан на современном этапе влечет за собой создание малых гостиничных предприятий, появление на рынке российских гостиничных сетей, таких как например, «Азимут». Соответственно это и подтверждает существование огромной, жесткой конкуренции в представленном рыночном сегменте. Данный факт свидетельствует о том, что если ранее гостиничный бизнес не оказывал влияние на экономику страны, то в будущем он действительно займет одну из лидирующих позиций.

Рисунок 1. Динамика развития гостиничного бизнеса в республике Дагестан [2]

Данные диаграммы (рис. 1) показывают, что в республике Дагестан отмечается рост гостиниц, гостевых домов. За последние три года количество гостевых домов выросло с 47 в 2019 году до 65 в 2021 году, гостиницы с 131 в 2019 году до 192 в 2021 году.

Для того чтобы анализировать сложившееся положение и состояние гостиничного предприятия, определить какими средствами повышать эффективность деятельности, как улучшить качество представления услуг и уровень сервиса, необходимо оценить на сколько конкурентоспособно данное предприятие.

Конкуренция обязывает гостиницы создавать и повышать конкурентоспособность или предоставлять конкурентоспособную услугу. Безусловно, существует противоречивая связь конкуренции и конкурентоспособности – одно вытекает из другого.

Конкуренция (лат. concurrentia, от лат. concurre — сбегаюсь, сталкиваюсь) - это соперничество между отдельными объектами или субъектами (конкурентами), которые заинтересованы в достижении одной и той же цели. Целью является увеличение прибыли в результате внедрения стратегий по достижению удовлетворения потребностей потребителей и завоевание лучшей позиции на рынке.

Конкурентоспособность - способность предприятия превзойти конкурентов в определенных условиях. Данное понятие является одним из ключевых в экономике. Рост конкурентоспособности, а, следовательно, и повышение экспорта - это средство, которое позволяет повысить уровень жизни населения страны. Развитие экономики страны и непосредственно повышение ее конкурентоспособности в первую очередь связано с увеличением конкурентоспособности предприятий. Как отмечают О.М. Магоян и О.К. Слинкова, «конкурентоспособность гостиницы – способность противостоять конкурентам на рынке гостиничного бизнеса» [6.С.168].

Таблица 1

Классификация средств размещения в Республике Дагестан [7]

Без звезд	Одна звезда	Две звезды	Три звезды	Четыре звезды
Количество				
9	0	5	16	11

По данным таблицы (см. таб.1) общее количество средств размещения, прошедших процедуру классификации составило 41, из них 16 гостиниц получили категорию 3 «звезды», 11 гостиниц 4 «звезды».

Конкуренция занимает ведущее место в формировании механизма регулирования и контроля действий предприятий во всех областях деятельности. Одним из критериев оценки конкурентоспособности гостиниц является оценка качества предлагаемых услуг, где учитываются такие факторы как уровень качества оказания услуг и способ его оказания (вежливость работников, заботливое и внимательное отношение) [3.С.135].

Таблица 2

Характеристика предлагаемых гостиничных услуг гостиницами 4 «звезды», по 10 балльной шкале

Наименование	Обслуживание	Цена/качество	Чистота	Комфорт	Общий рейтинг
Отель «Жак»	9,6	9,6	9,6	10	9,6
Гостиница «Аль-Фирай»	8,9	8,7	9,2	9,0	8,8
Гостиница «Отель» «Метрополь»	9,8	9,3	9,8	9,6	9,1
Azimut	9,3	9,0	9,8	9,6	9,5
Гостиничный комплекс «Джами»	8,8	8,1	9,0	8,7	8,6
Бизнес отель и СПА «Сарыкум»	8,9	8,5	9,0	9,1	8,8
Гостиница «Golden Beach»	8,1	7,6	8,7	8,8	8,1
Гостиница «Моис Голд»	8,4	8,1	8,1	7,9	8,0
Гостиница «Европа»	10	10	10	10	10
Гостиница «Арена»	8,5	8,5	8,7	8,7	8,7
Гостиничный комплекс «Гранд отель»	9,5	9,0	9,2	9,0	9,1

Гостиница «1000 и одна ночь»	8,7	7,6	9,3	9,8	8,7
Гостиница «Белый медведь»	9,2	8,6	9,2	9,1	8,8

Проведенный анализ сайтов 101 отель, tripadvisor, booking.com показал, что наиболее высокую оценку за качество предлагаемых услуг (обслуживание) получили: «Метрополь», «Жак», «Гранд отель», «Azumyt», «Белый медведь», «Европа». Самое низкое качество предлагаемых услуг у гостиниц: «Golden Beach», «Моис Голд», «Арена».

Ключевая проблема обеспечения конкурентоспособности гостиницы и ее сопутствующих услуг становится наиболее значимой именно в условиях активно развивающейся конкуренции на рынке гостиничных услуг региона.

Учитывая нынешнюю ситуацию в сфере гостиничного бизнеса в регионе, конкурентоспособность принято оценивать следующими характеристиками:

- клиенториентированность предприятий гостиничной индустрии и лояльность гостей;
- уникальность месторасположения предприятий;
- оценка качества предлагаемых услуг;
- оценка эффективности продаж гостиничных услуг, процесс бронирования и предоставления услуг;
- внедрение инноваций;
- IT-оптимизация предприятий;

Основными направлениями в обеспечении и достижении всех конкурентных преимуществ предприятий, являются следующие: реагирование на внешние изменения рынка и действий конкурентов, закрепление лидерства в конкурентной борьбе, формирование гибкой и эффективной системы организации деятельности на рынке предприятий, которая достигается путём внедрения максимально эффективной стратегии взаимодействия с другими предприятиями.

Как отмечают Д.С. Кузнецова, Ю.А. Ряхимзянова, «конкурентное преимущество предприятия индустрии гостеприимства – это те характеристики и свойства гостиничных услуг, которые создают для гостиницы определенное превосходство над своими прямыми конкурентами» [4.С.132].

Гостиничное предприятие, которое ориентировано на успех, в обязательном порядке должно ставить своей главной целью и сделать маяком организации, именно удовлетворение спроса потребителей услуг.

Разработка и реализация индивидуальной конкурентной стратегии, которая позволит добиться поставленной цели быстро и эффективно, должна быть всегда в центре внимания менеджеров предприятия.

Гостиничное предприятие сможет достичь конкурентного преимущества и занять лидирующую позицию только в том случае, если будет основываться на решении следующих действительно важных вопросов.

1. Какие использовать стратегии для быстрого достижения конкурентного преимущества?
2. Какими путями достичь конкурентного преимущества?
3. Какие необходимы маркетинговые инструменты по достижению конкурентного преимущества?
4. Как реагировать на ответные реакции конкурентов?
5. Как быстро подстроиться под изменения, происходящие на рынке услуг?

Подводя итоги, необходимо отметить, что развитие и потенциал гостиничного предприятия действительно зависит от жёстких условий, в которых они работают и подвергаются непрерывным переменам, требующие быстрого реагирования и приспособления к изменениям, происходящие на рынке гостиничных услуг.

Гостиничным предприятиям, которые формируют свои конкурентные преимущества в первую очередь необходимо руководствоваться потребностями гостей. Ключевую роль здесь играет именно работа с потребителями, выяснение и изучение потребностей, касающиеся характеристики предприятия или оказываемых услуг, в качестве преимуществ по сравнению с другими игроками на рынке гостиничных услуг.

1. Даитов В.В. Роль гостиничного сектора в развитии туристской индустрии в регионе//Экономика: вчера, сегодня, завтра, 2021- №1-1. - С.66-75
2. Динамика основных показателей туристской отрасли и народных художественных промыслов Республики Дагестан (по состоянию на 01.09.2021 г.) // <https://dagtourism.com>. Дата обращения 15.10.2021
3. Ермоленко В.В., Цигип А.С. Конкурентоспособность отелей как специфическая черта гостиничного бизнеса//Материалы XI Международной научно-практической конференции «Общество и экономика знаний, управление капиталами» 29-30 мая 2020 года. – Краснодар, 2020. С.133-138
4. Кузнецова Д.С., Ряхимзянова Ю.А. Конкурентоспособность гостиничного предприятия в современных условиях// Материалы XX Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых «Общество, государство, личность: молодежное предпринимательство в поведенческой экономике» 24 апреля 2020 года. – Казань, 2020. С.331- 336
5. Курбанова А.М. Развитие туризма в Республике Дагестан на современном этапе//Бизнес технологии в туризме и гостеприимстве. Сборник статей и тезисов научных докладов студентов и аспирантов по итогам II научной конференции, 2019. С.304-307
6. Магоян О.М., Слинкова О.К. Современные технологии разработки гостиничного продукта как фактор конкурентоспособности предприятий индустрии гостеприимства//Тенденции и проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства. Материалы 7-й Международной научно-практической конференции, посвященной 105-летию РГУ имени С.А. Есенина. 22 октября 2020 года – Рязань, 2020. С.167-170
7. Федеральный перечень туристских объектов: отели, пляжи, горнолыжные трассы, <https://классификациятуризм.рф/displayAccommodation/index?type=accommodation&Accommodation%5BFullName%5D=&Accommodation%5BRegion%5D=Республика+Дагестан&> Дата обращения 15.10.2021