звездная болезнь

исследование конкуренции на рынке гостиничных услуг крупного промышленного центра (на примере г. Перми)

В настоящее время все большую долю в ВВП занимает сфера услуг и гостиничный бизнес как ее важнейший элемент. В связи с большой трудоемкостью, имеющей место в гостиничной индустрии, в ней занято большое количество трудоспособного населения во многих странах.

Косвинцева Е.Н.
преподаватель кафедры управления и экономики социально-культурной сферы Пермского государственного института искусства и культуры

Большинство экспертов прогнозируют на ближайшее время небывалый рост гостиничной индустрии в России. Причины подъема называются разные, но главная состоит в том, что сегодня в стране имеется большое количество финансовых ресурсов, а секторов экономики, оптимально сочетающих риски с эффективностью инвестиций не так много. Инвесторы, работавшие в секторе недвижимости, уже обратили свои взгляды на смежные сферы, среди которых гостиничное направление выглядит весьма привлекательным. С развитием рыночных отношений, международных партнерских связей, с увеличением и расширением сферы производства и потребления растут требования, предъявляемые к качеству сферы обслуживания, в том числе и к предоставлению гостиничных услуг [1].

Проблема конкурентоспособности на российском рынке гостеприимства стоит достаточно остро, поскольку отечественные предприятия не являются конкурентоспособными по многим показателям. Так, например качество гостиничных услуг и уровень сервиса зачастую остается очень низким (не говоря о сравнении с зарубежными предприятиями). Невозможность правильно оценить изменения потребностей клиентов, конъюнктуру рынка

и выбрать соответствующую стратегию приводит к ошибкам в управлении, ухудшению финансового состояния, снижению конкурентоспособности, а иногда и к банкротству.

В последнее время в Перми наблюдается рост числа гостиничных предприятий. В период с 2005 г. по настоящее время количество отелей увеличилось более чем в 1,5 раза. Хотя рынок до сих пор не насыщен, конкуренция уже дает о себе знать, так как, помимо местных собственников, в Перми уже действуют и развиваются федеральные и иностранные гостиничные цепи (Amaks Grand Hotels, Hilton Hotels Corp.) [2].

Сегодня на рынке гостиничных услуг г. Перми работают 36 гостиниц. Крупнейшими из них являются «Урал» 420 номеров, «Прикамье» 150 номеров и «Амакс Премьер отель» 139 номеров. По уровню предоставляемых услуг и сегменту рынка все гостиницы города можно разделить на четыре типа:

1. Современные бизнес-отели – занимают около 18% рынка гостиничных услуг Перми и ориентируются в основном на бизнес-туристов;
2. Мини-отели – составляют порядка 14% рынка гостиничных услуг города и ориентируются на различные категории клиентов. Располагаются, как правило, в непредназначенных для гостиниц зданиях, зачастую занимают один или несколько этажей в жилом доме. Количество номеров в таких гостиницах составляет в среднем 15;
3. Гостиницы «советского» образца – занимают около 61% рынка гостиничных услуг Перми. Целевая аудитория – командированные служащие, группы туристов, школьники, студенты, спортсмены и пр. Частично номерной фонд этих гостиниц обновлен, но уровень обслуживания по-прежнему остается невысоким;
4. Общежития гостиничного типа – составляют порядка 7% гостиничного рынка Перми. Эти гостиницы отличаются изношенным номерным фондом, отсутствием элементарных удобств и дополнительных услуг, зачастую и плохим обслуживанием. В реальности

выгодные условия аренды элитного жилья создают конкуренцию рынку гостиничных услуг

они не отвечают требованиям, предъявляемым к гостиницам, и являются общежитиями гостиничного типа.

Особо стоит выделить ситуацию на достаточно новом и активно развивающемся сегменте рынка – аренде апартаментов. Выгодные условия аренды элитного жилья создают конкуренцию рынку гостиничных услуг. Сдаваемые квартиры повышенной комфортности вполне соответствуют 4-5-звездочным гостиничным номерам: евроремонт, мебель хорошего качества, бытовая техника, зачастую джакузи, «теплые полы», услуги горничной.

Солидные организации и крупные предприятия давно являются основными арендаторами подобного жилья, осознав несомненные преимущества содержания элитной квартиры перед постоянными издержками проживания гостей в местных отелях. Именно организации являются основными арендаторами апартаментов – они создают более 85% спроса [3, с. 87].

Несмотря на развивающийся характер рынка гостиничных услуг г. Перми, выделенные типы предприятий представляют собой определенные конкурентные группы, внутри которых идет борьба за потребителя.

Основная проблема заключается в том, что в городе растет число современных бизнес-отелей и гостиницы «советского» образца не выдерживают конкуренции. И, хотя, менеджмент этих гостиниц стремится к обновлению материально-технической базы (переоснащение номерного фонда, ремонт и реконструкция зданий) и оснащению современными средствами для организации бизнес-деятельности, но этих мер на сегодняшний день недостаточно.

важнейшими факторами, обеспечивающими конкурентные позиции гостиничных предприятий на рынке, являются качество и цена услуг

В результате рассмотрения вопросов конкурентоспособности можно отметить, что важнейшими факторами, обеспечивающими конкурентные позиции гостиничных предприятий на рынке, являются качество и цена услуг. Помимо мероприятий, направленных на снижение затрат и повышение качества гостиничных услуг, необходимо осуществлять деятель-

звездная болезнь

ность, направленную на создание и поддержание необходимого имиджа, стимулирование спроса, формирование лояльности потребителя, расширение сбытовой сети и другие активные действия.

Вместе с тем необходимо помнить, что главным фактором, формирующим конкурентные преимущества предприятия, является качество продукции. Ситуация в г. Перми складывается таким образом, что при невысоком уровне сервиса цены на размещение в гостиницах не ниже, чем в Европе, а иногда и выше. Об уровне сервиса говорят результаты исследования (февраль-апрель 2006 г.). Было опрошено 640 человек в пяти гостиницах города. В целом оценка качества службы размещения и службы горничных среди основных участников гостиничного рынка г. Перми достаточно низкая. Положительную оценку работе службы размещения дали 58,1% опрошенных и 64,8% опрошенных службе горничных соответственно.

Итак, на основании вышеизложенного можно выявить организационно-экономические условия повышения конкурентоспособности гостиничного предприятия. Таковыми являются:

1. Разработка и совершенствование организационно-экономического механизма управления предприятием;
2. Внедрение системы всеобщего управления качеством на гостиничном предприятии с учетом его специфики;
3. Выявление целевого рынка и систематическое изучение потребностей клиентов;
4. Выявление факторов конкурентоспособности гостиничного предприятия в условиях растущей конкуренции;
5. Стимулирование инновационной деятельности;
6. Постоянный контроль и оценка бизнес-процессов предприятия с целью улучшения их качества;
7. Использование опыта ведущих компаний через применение бенчмаркинга (эталонного сопоставления).

Литература

1. Косвинцева Е.Н Анализ особенностей рынка гостиничных услуг крупнейших городов – промышленных центров РФ (на примере г. Перми). // Российское предпринимательство. – 2007. №11. – с.104-106.
2. Сведения о предприятиях гостиничного типа. №29-117/262. – Пермь: Пермьстат, 2007.
3. Шилов Н.«Звездная» недвижимость. // Бизнес-журнал. – 2006. №16. – с. 87-90.

pn