

УДК 640.4
АНАЛИЗ И ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО
БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ БЕЛОРУССКОЙ ЭКОНОМИКИ

В. В. НЕСТЕРОВ, Д. Ю. ШАФРАНОВА
Научный руководитель О. В. СЕДЛУХО
БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Гостиничная индустрия сегодня представляет собой отрасль с растущим уровнем конкуренции на рынке гостиничных услуг.

Стратегия может быть ориентирована как на ценовую конкуренцию, так и неценовую. Существуют два типа конкурентных преимуществ: более низкие издержки и специализация.

Путь расширения ассортимента услуг при сохранении сравнительно низких цен, оправдывающих средний класс обслуживания, приведет к стратегии ориентации на издержки, которая позволит увеличить и объемы реализации и суммы получаемой прибыли. По такому пути идут гостиничные сети в регионах, где затруднено строительство новых объектов из-за недостатка капитала и нет большого притока обеспеченных туристов, но достаточно высокий спрос в средней ценовой категории.

Если все доходы направлять на повышение качества основной услуги, то это приведет к стратегии выборочной специализации. Таким путем обеспечивается высокий уровень рентабельности вложенного капитала. По такому пути идут многие столичные гостиницы, что создает серьезный перевес в сторону привлечения постояльцев с высоким уровнем дохода и запросов.

Менее рискованно и более дешево строят свою стратегию гостиницы при аэропортах, вокзалах, крупных оптовых рынках или предприятиях. Они следуют по пути специализации при узкой номенклатуре услуг.

В гостинице, где изношена материально-техническая база и отсутствуют средства на ее модернизацию, работники не обладают необходимой квалификацией, но зато здесь не слишком высока заработная плата и прочие затраты. Для данного случая наиболее подходит стратегия ориентации на издержки. Такова ситуация в секторе гостиничных услуг в небольших городах.

Высокое качество обслуживания, коллективная работа всех служб гостиницы, постоянный и эффективный контроль со стороны администрации приведет к повышению уровня конкурентоспособности и завоеванию лидерских позиций на рынке гостиничных услуг. Также не следует забывать о проведении работ по совершенствованию форм и методов обслуживания, изучении и внедрении передового опыта, новой техники и технологий, расширении ассортимента и совершенствовании качества предоставляемых услуг.