

2. Таможенный кодекс Таможенного союза [Электронный ресурс] / Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — 2010. — Режим доступа : <http://pravo.by/main.aspx?guid=3871&p2=2/1883>. — Дата доступа : 03.10.2014.

3. Цветинский, М. П. Проблемы контроля таможенной стоимости / М. П. Цветинский // Таможенное обозрение. — 2007. — № 1. — С. 10–11.

Конкурентоспособность в гостиничном бизнесе: роль и значение

*Дедок В. М., асп. БГУ,
науч. рук. Гайдукевич Л. М., д-р ист. наук, доц.*

В условиях все возрастающей конкуренции на рынке гостиничных услуг проблема обеспечения конкурентоспособности гостиницы и ее услуг становится особенно значимой.

Конкурентоспособность гостиницы — это способность и возможность средства размещения осуществлять деятельность по оказанию гостиничных услуг в условиях рынка, а также иметь преимущества перед гостиницами-конкурентами и за счет этого получать дополнительную прибыль, направляемую как на развитие гостиницы и ее кадрового состава, так и на обеспечение качественного обслуживания клиентов отеля [1, с. 17].

При рассмотрении этого вопроса очень важно понимать, что конкурентоспособность гостиницы является категорией динамической, зависит от различных факторов внешней и внутренней среды и с течением времени может меняться. Значительное влияние на нее оказывают изменения на гостиничном рынке, происходящие на макро- и мезоэкономическом уровне в стране и мире (политическая ситуация в стране и мире, развитие правовой системы, демократизация общества, развитие промышленности, рост или падение интереса к инвестированию, налоговая политика, доходы населения, уровень инфляции, визовые формальности и др.) [4; 6]. Конкурентоспособность гостиницы зависит также от ее финансового состояния, маркетинговой политики, состояния материально-технической базы и прилегающей инфраструктуры, обеспечения гарантии безопасности проживания, профессионализма кадрового состава отеля, категории отеля и качества предоставляемого обслуживания [3].

Конкурентоспособность гостиницы определяется на основе сравнительного анализа с гостиницами-конкурентами. При этом необходимо учитывать временные и пространственные границы анализа, основываясь на достоверной и объективной информации.

Конкурентоспособность является результатом, фиксирующим наличие конкурентных преимуществ, без которых невозможно достижение конкурентоспособности.

Необходимо отметить, что процесс формирования конкурентных преимуществ является очень трудоемким и требует от гостиницы постоянной работы по совершенствованию своей деятельности.

Важно понимать, что большинство ресурсов, которые создают конкурентные преимущества отелю, могут быть легко скопированы конкурентами с течением времени. Конкурентные преимущества, основанные на внедрении инновационных технологий, рано или поздно становятся доступными гостиницам-конкурентам, поэтому сроки внедрения инноваций должны быть меньше, чем сроки их освоения и повторения конкурентами. Однако такие конкурентные преимущества, как наличие у отеля высокой репутации, лояльного высококвалифицированного персонала, эффективного маркетинга, использование эффективных систем управления, являются трудно копируемыми, так как для их освоения и внедрения нужны большие финансовые и временные затраты, что свидетельствует об их высокой значимости при оценке конкурентоспособности гостиницы.

Отдельно хотелось бы подчеркнуть тот факт, что в сфере гостеприимства жесткую конкурентную борьбу выдерживают только те средства размещения, которые предлагают своим гостям качественные гостиничные услуги, что невозможно осуществить без высококвалифицированного и мотивированного персонала. Персонал в сфере гостеприимства является важной составной частью гостиничного обслуживания, и, следовательно, качество гостиничного обслуживания зависит от его квалификации, мастерства, мотивации, вовлеченности в эффективную работу отеля.

Резервы повышения конкурентоспособности предприятий, функционирующих на рынке гостиничных услуг, необходимо искать в качественных (качество услуги и обслуживания), экономических и маркетинговых факторах, влияющих на нее [2].

Основными направлениями повышения качественных показателей конкурентоспособности гостиницы являются внедрение международных стандартов обслуживания, действующих в гостиничном бизнесе; внедрение современных информационных технологий, расширяющих доступность гостиничных услуг; совершенствование организации всех циклов обслуживания потребителей гостиничного предприятия; повышение квалификации персонала, непосредственно связанного с организацией основных и дополнительных услуг, и др.

К основным направлениям повышения экономических показателей конкурентоспособности гостиничных предприятий следует отнести совершенствование финансового менеджмента и повышение эффективности

использования финансовых ресурсов гостиничного предприятия; совершенствование прогнозирования и бюджетирования деятельности гостиничного предприятия.

К основным направлениям повышения маркетинговых показателей конкурентоспособности гостиничных предприятий следует отнести: совершенствование коммуникационной политики продвижения гостиничных услуг на рынок, развитие разнообразных форм сотрудничества с организациями турбизнеса, СМИ, конгресс-центрами, крупными корпорациями, международными организациями; совершенствование сбытовой политики на основе постоянного контроля эффективности сбытовых каналов; совершенствование ценообразования на основе анализа спроса и предложения, разработки систем скидок, дифференциации цен и др.

Однако следует отметить, что при разработке стратегических и оперативных решений руководителю необходимо учитывать все факторы, влияющие на конкурентную позицию отеля; односторонние меры не дадут желаемого эффекта повышения конкурентоспособности.

Конкуренция в гостиничном бизнесе является эффективным механизмом снижения индивидуальных издержек производства гостиничных услуг, экономии всех видов ресурсов, улучшения качества обслуживания в индустрии гостеприимства, внедрения инновационных технологий в течение всего цикла производства гостиничных услуг, дальнейшей дифференциации предложения в сфере гостеприимства.

В рамках проведения подготовительных работ по проведению чемпионата мира по хоккею в Республике Беларусь гостиничный рынок г. Минска за первое полугодие 2014 г. полностью преобразился с открытием более 10 новых отелей. На данный момент в Минске функционирует 43 отеля на 5740 номеров, из которых официально сертифицированными на категорию 2–5 звезд являются 28 минских отелей на 4509 номеров. Это факт свидетельствует о резком увеличении конкуренции на рынке гостиничных услуг столицы [5, с. 9].

Профессиональные навыки руководителей столичных отелей в части стратегического планирования деятельности предприятия с учетом конкурентного анализа и их умение руководствоваться инструментами повышения конкурентоспособности предприятия послужат залогом обеспечения успешного развития их отелей в условиях постоянно растущей конкуренции, принимая во внимание тот факт, что к концу 2016 г. ожидается ввод 16 отелей [5, с. 9].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что конкуренция является механизмом, стимулирующим организации гостиничного бизнеса на эффективную работу, на предложение услуг, пользующихся спросом у потребителя, на создание гостиничных услуг, удовлетворяющих требования совре-

менного потребителя. Перспектива развития гостиничного рынка г. Минска с постоянно увеличивающейся конкуренцией свидетельствуют лишь о том, что в скором будущем отельеры столкнутся с пониманием роли и значения конкурентоспособности. И лишь повышение квалификации и совершенствование знаний в этом направлении, в том числе изучение опыта зарубежных коллег, проведение аналитической работы деятельности отеля на постоянной основе, внедрение в практику новых для национального рынка подходов по управлению деятельностью отеля смогут обеспечить отелю стабильное конкурентное положение на рынке, несмотря на постоянно меняющиеся условия.

Литература

1. Жуков, А. В. Обеспечение конкурентоспособности гостиничных услуг на основе применения инсентив-программ : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / А. В. Жуков ; Гос. университет упр. — М., 2014. — 172 с.
2. Конкурентоспособность гостиничных предприятий : учеб.-метод. пособие / изгот. по государственному заказу города Москвы. — М., 2007. — 96 с.
3. Мачалкин, С. Е. Специфика развития гостиничного бизнеса в России на современном этапе хозяйствования : дис. ... канд. экон. наук / С. Е. Мачалкин. — М., 2012. — 154 с.
4. Мезоэкономика развития : монография / под ред. чл.-корр. РАН Г. Б. Клейнера. — М. : Наука, 2011. — 236 с.
5. Рынок отелей // Обзор рынка недвижимости. Первое полугодие 2014. Colliers International. — 2014. — 10 с.
6. Чудновский, А. Д. Управление индустрией туризма России в современных условиях : учебник / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. — М. : КноРус, 2010. — 416 с.

Августовский канал как один из перспективных ресурсов для развития водного туризма в Гродненском регионе

*Ермак А. Т., студ. IV к. ГрГУ им. Я. Купалы,
науч. рук. ст. преп. Боярчук Т. Н.*

Для современного человека очень важно постоянно находиться в движении как в быту, так и в свободное от работы время. В связи с этим при планировании своего досуга, многие люди предпочитают активный вид отдыха. Среди основных видов туризма в XXI веке особую популярность приобретает активный туризм, под которым понимается путешествие, основанное на активном передвижении по какому-либо маршруту с большими физическими нагрузками. Такие маршруты бывают разной степени сложности: