

PROBLEME IN DER HOTELLERIE DER REPUBLIK BELARUS UND IHRE LÖSUNGSWEGE

D. I. Saikowskaja

Belarussische Staatliche Universität, Minsk;

zaikovskayadi@gmail.com;

*wissenschaftlicher Leiter – M. F. Arsentsyeva, Kandidatin der
pädagogischen Wissenschaften, Dozentin*

In der Republik Belarus entwickelt sich die Hotellerie dynamisch. Dennoch gibt es in dieser Branche eine Reihe von Problemen, die die Schaffung eines konkurrenzfähigen touristischen Produktes stören. Aufgrund der Einführung des visafreien Reiseverkehrs und der häufigen Durchführung von Massenveranstaltungen wird der Anstieg der Touristenströme in Belarus erwartet. Deshalb ist es wesentlich, für die Republik die wettbewerbsfähige Hotellerie zu gewährleisten. Das Ziel der Forschung besteht darin, aktuelle Probleme in der Hotellerie der Republik Belarus zu bestimmen und ihre Lösungswege zu erarbeiten. Im Artikel werden fünf bedeutendste Probleme der belarussischen Hotellerie zusammen mit ihren Lösungswegen dargestellt.

Schlüsselwörter: Probleme der Hotellerie, Auslastung von Hotels, Kostenmanagementmethoden, dynamische Preisbildung, Marktnische, Zielgruppe.

Die Hotellerie ist eine der tragenden Säulen der Tourismusbranche. Die Hotels schaffen eine reiche Infrastruktur für die Entwicklung des Tourismus im Land. Die Beherbergungsleistungen stellen einen wichtigen Bestandteil des touristischen Produktes dar.

In der Republik Belarus entwickelt sich die Hotellerie dynamisch. Die Anzahl der Hotels steigt durchschnittlich um 3-4% pro Jahr [1, S. 35]. Immer mehr ausländische Gäste übernachten in den belarussischen Hotels. Ihre Zahl übertraf erst im Jahr 2017 die Anzahl der belarussischen Kunden [1, S. 41]. Allerdings gibt es in der Hotellerie von Belarus eine Reihe von Problemen, die die Schaffung eines konkurrenzfähigen touristischen Produktes stören. Das erste Problem besteht in der ungleichmäßigen regionalen Entwicklung der Hotellerie von Belarus. Die besten Beherbergungsbetriebe mit einem relativ höheren Serviceniveau befinden sich in Minsk. Aber der Tourismus in Belarus ist jedoch nicht auf die Hauptstadt beschränkt. Brest und Grodno Gebiete verfügen über das reichste kulturelle und historische Potenzial. Allerdings bleiben sie in Bezug auf die Anzahl der Beherbergungsbetriebe hinter anderen Regionen [1, S. 38-40].

Aufgrund der ungünstigen wirtschaftlichen Situation in den belarussischen Regionen, ist es schwierig dort Investoren anzulocken und neue Hotels zu bauen. Folglich ist es notwendig, mit vorhandenen Objekten zu arbeiten.

Man gilt als sinnvoll, die Touristen direkt in den kulturellen und historischen sehenswürdigen Orten zu unterbringen. In Belarus gibt es schon solche

Beispiele: die Schlösser von Mir und Neswizh verfügen über die Zimmer für Übernachtungen [2, S. 11-12].

Diese Lösung ist erfolgreich, weil die Gäste unvergessliches Erlebnis vom Leben im echten Schloss bekommen und meistens zufrieden bleiben. Außerdem ist es wirtschaftlich ergiebig, da die Übernachtung in einem von solchen Gebäuden nicht billig ist und unsere Gäste in der Regel viele zusätzliche Dienstleistungen in Anspruch nehmen (Reiten, Anprobieren von mittelalterlichen Trachten, königliches Abendessen). Diese Lösung kann, zum Beispiel, im Schloss in Kosovo und Lida, Herrenhäusern in Slonim, Pruzhany und Novogrudok verwendet werden.

Das zweite Problem besteht in dem ungünstigen Preis-Leistung-Verhältnis in den belarussischen Hotels. Der Preis für die Unterkunft ist viel höher als in den Nachbarnländern (Polen, Litauen), die Servicequalität ist jedoch niedriger. Es gibt 3 Hauptrichtungen für die Lösung dieses Problems.

Erstens muss man dynamische Preisbildung verwenden. Es geht tatsächlich um die Preisdifferenzierung. Hier unterscheidet man zielgruppen-, zeit-, aufenthaltsdauer- und buchungszeitbezogene Preisdifferenzierung [3, S. 221-223].

Zweitens müssen Hotels moderne Preisbildungsverfahren nutzen, beispielsweise Direct Costing, Target Costing oder Standard Costing [3, S. 221; 4, S. 85-85]. Es ist zu berücksichtigen, dass diese Kostenmanagementmethoden kompliziert sind und ihre Einführung hohe Qualifikation der Hotelmanager erfordert.

Drittens ist es wesentlich, das Qualitätsniveau zu verbessern. Dies kann durch ständige praxisorientierte Umschulung der Mitarbeiter und Einführung des Qualitätsmanagementsystems erreicht werden.

Das dritte Problem betrifft die niedrige Auslastung von den Hotels. Dieser Indikator sinkt schon seit 3 Jahren [1, S. 38]. Die Auslastung hängt von der Zahl der Touristen in Hotels ab. Jetzt ist es wichtig, die Wege zu erarbeiten, um mehr Touristen anzulocken.

Hotels müssen die Zusammenarbeit mit belarussischen und ausländischen Reiseveranstaltern erweitern. Die Reiseveranstalter gewährleisten den Beherbergungsbetrieben ständige Auslastung von Zimmern.

Für das Hotel ist es auch sinnvoll, sich auf die neue Zielgruppe zu orientieren. Momentan gilt es als günstig mit asiatischen Märkten zu arbeiten, wie, zum Beispiel, China, Japan, Indien, Südkorea. Die Touristen aus diesen Ländern reisen in der Regel in großen Gruppen und ihre Aufenthaltsdauer ist sehr lang. Folglich bringen sie den Hotels viel Geld.

Für Hotels ist es auch wesentlich, ihre Präsenz auf internationalen Buchungsplattformen, wie Booking.com, Agoda.com, Expedia.com, zu erweitern.

Das vierte Problem besteht in dem Mangel an den günstigen 2-3-Sterne Hotels und Jugendherbergen [1, S. 35; 2, S. 8]. Die belarussische Mentalität ist solch, dass die Unternehmer nur 4-5-Sterne Luxushotels bauen, um ihre Gastfreundschaft zu zeigen. Aber nicht alle Kunden brauchen luxuriöse Unterkunft. In der Regel suchen die Reisenden eine einfache und günstige Übernachtung.

Es ist heutzutage wesentlich, den Bau von Luxushotels in Belarus zeitlich zu begrenzen. Die Priorität hat die Eröffnung von Jugendherbergen. Ein gutes Beispiel gibt es schon: „Hostel Trinity“ in Minsk [2, S. 11]. Dieses erfolgreiche Unternehmen befindet sich im Troizki Vorort und bietet seine Franchise an. Die Franchise von der belarussischen Jugendherberge kostet viel weniger als eine Franchise vom Kettenhotel.

Was die Hotelketten betrifft, ist es für sie sinngemäß, Budget Brands auf den Markt einzuführen, beispielsweise „Ibis“ von Accor, „TRU“ von Hilton, „Prizeotel“ von Radisson.

Schließlich übergeht man zum fünften Problem. In der Hotellerie von Belarus herrscht ausschließlich die Preiskonkurrenz [5]. Es ist ein Beweis für die „ungesunde“ Marktentwicklung. Dies ist der einfachste Ansatz, der für den Wettbewerb in jungen Branchen charakteristisch ist. Belarussische Hotels müssen auf dem Produkt- oder Servicequalitätsniveau konkurrieren.

Heute sind alle Beherbergungsbetriebe auf dem belarussischen Markt ähnlich. Sie werden durch einen strengen, klassischen Stil gekennzeichnet. Gleichzeitig gibt es keine wirklich besonderen Hotels mit einer einzigartigen Atmosphäre, die sich stark von anderen unterscheiden.

Hotels können auch mit einem einzigartigen Produkt konkurrieren. Neben traditionellen Beherbergung- und Verpflegungsleistungen müssen Hotels eine Reihe von zusätzlichen Dienstleistungen anbieten, beispielsweise Kurleistungen, Konferenz- und Tagungsmöglichkeiten, thematische Abende der nationalen Kultur, Kasinoleistungen, Ausflüge usw.

Wenn einige Leistungen des Hotels vereinigt werden, stellen sie dann ein Leistungsbündel dar [3, S. 223-224]. Die Gäste erwerben das Leistungsbündel sehr gern, weil solches Produkt weniger als einzelne Dienstleistungen kostet. Mit dem Angebot des Leistungsbündels kann das Hotel eine klare Position auf dem Markt darstellen. Stellt ein Betrieb Tagungsmöglichkeiten zur Verfügung, ist es bestimmt ein MICE-Hotel, bietet er Kurleistungen an, ist es deutlich ein Kurhotel.

Für jedes Hotel ist es wesentlich, sich auf eine bestimmte Zielgruppe der Kunden zu orientieren und ein interessantes Produkt für sie zu erarbeiten [5]. Es ist nicht mehr sinngemäß, „alles für alle“ anzubieten. Jedes Hotel muss im Rahmen der bestimmten Nische tätigen.

Insofern ist die Hotellerie von Belarus jung und entwickelt sich relativ neulich unter den Bedingungen der Marktwirtschaft, deshalb ist die Entstehung der Probleme in dieser Branche naturgemäß.

Für die belarussischen Hotels ist es sinngemäß, die Erfahrungen der Hotellerie von den ausländischen Ländern zu berücksichtigen. Zum Beispiel kann man sich mit der Praxis von der Unterkunft der Touristen in den Schlössern von Großbritannien vertraut machen. Es ist auch nützlich, die Organisation vom MICE-Tourismus in Lettland in den Blick zu nehmen. Aber hauptsächlich müssen sich die Belarussischen Hotels auf die Beherbergungsbetriebe von Polen, Litauen und Russland orientieren, weil sie über die ähnlichen Marktbedingungen verfügen.

Quellen

1. Tourismus und touristische Ressource in der Republik Belarus: statistischer Sammelband / Nationales statistisches Komitee der Republik Belarus. – 2018.
2. Reschetnikov, D.G. Tourismusgeografie von Belarus. – Minsk: BSU, 2012.
3. Karl Heinz Hässler. Management in der Hotellerie und Gastronomie. – München, Oldenbourg, 2011.
4. Gorbyleva, Z.M. Tourismuswirtschaft. – Minsk: BSWU, 2007.
5. Wie wird sich der Markt der Hoteldienstleistungen vor den 2. Europäischen Spielen 2019 und der Eishockey-Weltmeisterschaft 2021 verändern? [elektronische Ressource]. – [Zugriffsart]: <https://www.sb.by/articles/zvezdy-na-karte-goroda.html>. – [Zugriffsdatum]: 19.04.2019.