

На правах рукописи

КОСВИНЦЕВА ЕЛЕНА НИКОЛАЕВНА

**ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ
ПРОМЫШЛЕННОГО ЦЕНТРА**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(экономика, организация и управление предприятиями, отраслями,
комплексами: сфера услуг)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Москва – 2009

Диссертационная работа выполнена на кафедре экономики и управления Сочинского государственного университета туризма и курортного дела, обсуждена и рекомендована к защите на кафедре экономики социальной сферы экономического факультета Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова

Научный руководитель - доктор экономических наук, профессор
Чуваткин Петр Петрович,

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор
Гуляев Владимир Григорьевич
кандидат экономических наук
Семкина Наталья Сергеевна

Ведущая организация – Сочинский НИЦ РАН

Защита состоится «04» июня 2009 г. в 12.00 на заседании диссертационного совета Д 501.001.17 при Московском государственном университете имени М.В. Ломоносова по адресу: 119991, ГСП-1, Москва Ленинские горы, МГУ имени М.В. Ломоносова, 2-й учебный корпус гуманитарных факультетов, экономический факультет, ауд. 524.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале Научной библиотеки МГУ имени М.В.Ломоносова (2-й учебный корпус гуманитарных факультетов)

Автореферат разослан «04» мая 2009 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета



В.П. Панкратова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Гостиничный бизнес является одним из самых крупных и интенсивно развивающихся в мире. В постиндустриальной экономике сфера услуг (в том числе и гостиничный бизнес) занимает все большую долю в ВВП. Большая трудоемкость гостиничной индустрии требует занятости значительной численности населения.

Многие эксперты прогнозируют на ближайшее время небывалый рост гостиничной индустрии в России. Главная причина подъема заключается в том, что в гостиничном хозяйстве оптимально сочетаются риски с эффективностью инвестиций. Инвесторы, работавшие в секторе недвижимости, считают весьма привлекательными вложения в гостиничную недвижимость. С развитием международных партнерских связей растут требования, предъявляемые к качеству обслуживания, в том числе и в отношении гостиничных услуг.

Проблема конкурентоспособности на российском рынке гостеприимства стоит достаточно остро, поскольку отечественные предприятия не способны соперничать с зарубежными гостиницами по многим показателям. Так, например, качество отечественных гостиничных услуг и уровень сервиса зачастую остаются очень низкими. Сложность в оценке изменений потребностей клиентов, динамичность конъюнктуры рынка и обуславливают необходимость выбора такой стратегии бизнес-деятельности, которая минимизирует ошибки в управлении, улучшает финансовое состояние и конкурентоспособность.

Степень разработанности проблемы. Вклад в исследование проблемы и развитие теории конкуренции и конкурентоспособности внесли классики политической экономики – А.Смит, Д.Риккардо, К. Маркс. Различные теоретико-методические подходы в данной области имеются в трудах Е. Альтмана, Ж.Д. Робинсона, Ф.А. Хайека, П. Хейне,

Й. Шумпетера. Среди ученых, осветивших проблемы стратегического развития и управления организацией в конкурентной среде, можно выделить И. Ансоффа, Дж.К. Грейсона, К. Дела, Ф Котлера, К. Лавлока, М. Мексона М. Портера, А.Дж. Стрикленда, А.А. Томпсона и др.

Среди российских ученых вопросы научно-методического обеспечения управления конкурентоспособностью освещают Г.Л. Азоев, В.Т. Денисов, Т.А Сергиенко, Р.А Фатхутдинов, А.Ю. Юданов, и др.

Анализу конкурентоспособности продукции и фирмы посвящены труды В.Л. Белоусова, А.Н. Глухова, И.В. Головина, Н.К. Моисеевой, Ю.Б. Рубина.

Исследования в области экономики гостиничного бизнеса нашли отражение в работах российских ученых: Э.И.Быковой, Ю.Ф. Волкова, Е.В. Егорова, Е.Н. Жильцова, Н.П. Куракиной, А.Л. Лесника, А.В.Чернышева, П.П. Чуваткина. Вопросы маркетинга и менеджмента в индустрии гостеприимства рассматриваются в работах: В.В. Богалдин-Малых, Н.А. Восколович, В.Г. Гуляева, Е.А Джанджугазовой, Н.И. Кабушкина, С.В. Калашникова и др.

Некоторые аспекты проблем конкуренции в гостиничном бизнесе и конкурентоспособности гостиничных предприятий рассматриваются в специализированных периодических изданиях. Однако практически отсутствуют научные публикации или монографии, содержащие теоретико-методологические основы управления конкурентоспособностью гостиничного предприятия.

Актуальность темы исследования обусловлена противоречием между развитием процессов формирования конкурентной среды на рынке гостиничных услуг в крупных промышленных центрах и отсутствием научно обоснованных рекомендаций по повышению конкурентоспособности гостиничных предприятий.

Недостаточная проработанность вопросов управления конкурентоспособностью гостиничных предприятий крупных промышленных центров и большая практическая значимость обусловили выбор темы, цель, задачи и основные направления диссертационного исследования.

Цель исследования – разработать теоретические и методические подходы к обеспечению конкурентоспособности гостиничного предприятия крупного промышленного центра.

Для реализации поставленной цели в процессе исследования решались следующие **задачи**:

- 1) выявить специфику типизации гостиничных предприятий в условиях крупного промышленного центра;
- 2) показать динамику рынка гостиничных услуг применительно к особенностям крупного промышленного центра;
- 3) разработать методические подходы к оценке конкурентоспособности гостиничного предприятия;
- 4) обосновать направления обеспечения конкурентоспособности гостиничного предприятия крупного промышленного центра.

Объектом исследования являются гостиничные предприятия, функционирующие в промышленных центрах Российской Федерации.

Предмет исследования – организационно-экономические и социальные аспекты обеспечения конкурентоспособности гостиничных предприятий в российских регионах.

Теоретической основой диссертационного исследования послужили фундаментальные научные труды отечественных и зарубежных ученых в области экономики сферы услуг, теории управления, маркетинга, конкуренции и конкурентоспособности предприятий.

Информационной базой исследования являются законодательные и нормативные документы Российской Федерации, статистические данные

Российской Федерации в целом и Пермского края, специальная литература и публикации периодической печати, материалы научных конференций, а также результаты проведенного автором выборочного обследования, в ходе которого было опрошено 638 человек. Выборка – случайная вероятностная: опрашивались только клиенты, проживающие в отелях г. Перми, а также 472 сотрудника принимающих/отправляющих организаций.

Научная новизна исследования состоит в следующем:

1. Уточнена типизация и классификация гостиничных предприятий, что позволяет уточнить критерии конкурентоспособности на рынке гостиничных услуг и учесть специфику отдельных видов услуг, показано место и значение бренда, качества обслуживания, цены в формировании конкурентоспособности гостиничных услуг.

2. Выявлены на основе анализа статистических данных и материалов выборочного обследования особенности и тенденции изменения рынка гостиничных услуг в пределах крупного промышленного центра, состоящие в ограниченной сегментации контингентов потребителей, наложении внутригодовой сезонности и сезонности по дням недели в колебании спроса на услуги размещения, замене устаревших традиционных типов гостиниц на современные по техническому оснащению, менеджменту и комфортабельности.

3. Обоснован методический подход к оценке конкурентоспособности гостиничного предприятия, базирующийся на комплексном сочетании маркетинга, менеджмента и управления персоналом; предложен обобщающий аналитический показатель конкурентоспособности гостиницы, что позволило уточнить направления маркетинговой стратегии; проведен факторный анализ конкурентоспособности гостиничного предприятия.

4. Разработаны рекомендации по обеспечению конкурентоспособности гостиничного предприятия, включающие: организационно-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности гостиничного предприятия; этапы внедрения механизма в деятельность гостиницы; стандарты процессов производства и предоставления гостиничных услуг; систему обучения персонала гостиницы; программу мотивации персонала; механизм осуществления закупочной деятельности; систему контроля качества услуг в гостинице.

Теоретическая и практическая значимость работы состоит в том, что теоретические разработки используются в процессе преподавания экономических дисциплин «Менеджмент туристско-гостиничных предприятий» и «Экономика сферы услуг» в Пермском государственном институте искусства и культуры и «Маркетинг сферы услуг» в Государственном университете Высшая школа экономики (филиал г. Пермь). Полученные результаты могут быть использованы региональными и муниципальными органами власти при уточнении экономической политики развития сферы платных услуг.

Апробация результатов исследования. Основные результаты диссертационного исследования докладывались и обсуждались на научно-практических конференциях: «Социально-культурное пространство: традиции, опыт, инновационные модели» (Всероссийская научно-практическая конференция 2008 г.) г. Пермь; «Культурологическое образование: современные тенденции и исторические перспективы» (Всероссийская научно-практическая конференция 2007 г.) г. Пермь; «Гостиничный бизнес: опыт, проблемы, перспективы» (научно-практическая конференция 2006 г.) г. Екатеринбург;

Структура диссертации определяется логикой научного исследования и последовательностью решения поставленных задач и имеет следующий вид:

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИКО-ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ

1.1 Конкурентоспособность в гостиничной индустрии

1.2 Формирование конкурентной стратегии гостиницы в условиях
промышленного центра

ГЛАВА 2 АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2.1 Особенности функционирования гостиничного предприятия в условиях
крупного промышленного центра

2.2 Разработка методики оценки конкурентоспособности гостиничного
предприятия

ГЛАВА 3 ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

3.1 Выявление организационно-экономических условий обеспечения
конкурентоспособности гостиничного предприятия

3.2 Обеспечение конкурентоспособности гостиницы в условиях
промышленного центра

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ

1. Теоретико-организационные основы типизации и классификации гостиничных предприятий

Теоретические основы экономики и управления в сфере гостеприимства предполагают использование соответствующей терминологии, которая, на наш взгляд, еще окончательно не сформировалась.

Индустрия гостеприимства, в нашем понимании, представляет собой сферу предпринимательской деятельности, специализирующуюся на предоставлении услуг, связанных с приемом и обслуживанием гостей. В состав индустрии гостеприимства входят предприятия питания (рестораны, кафе, бары и др.), средства размещения (гостиницы, санатории, туристские базы и др.), развлекательные учреждения (кинотеатры, клубы, игорные заведения и др.).

Сложность управления предприятием гостиничной индустрии (в том числе и обеспечение его конкурентоспособности) заключается в разнородности и комплексности предоставляемых услуг.

В современной теории и практике не существует единой классификации гостиниц. Выделяется несколько подходов к классификации гостиниц и иных средств размещения на основе различных критериев: вместимость номерного фонда, уровень комфорта, месторасположение, сезонность функционирования, целевой сегмент, специализация и др.

Наиболее распространенной является классификация средств размещения, разработанная экспертами Всемирной туристской организации, которая подразделяет все средства размещения на две основные группы: коллективные средства размещения и индивидуальные средства размещения. Наряду с ней существует классификация

Госкомстата России, Министерства экономического развития России и классификация, разработанная в ГОСТ Р 51185-98.

В ходе диссертационного исследования разработана классификация гостиниц, позволяющая определить тип гостиничных предприятий, характерный для городов-промышленных центров (рис. 1).

Для крупных городов, не являющихся культурно-историческими центрами, характерны мелкие средние, реже крупные гостиничные предприятия, расположенные как в центре города, так и в спальных районах, а также за пределами городской черты. Номерной фонд представлен широким спектром от номеров третьей категории до апартаментов. В таких гостиницах, как правило, имеется одно или несколько предприятий питания, конференц-залы, бизнес-центры, комнаты переговоров, тренажерные залы, сауны, бассейны, фитнес-студии, оздоровительные центры (с услугами массажа, кабинета релаксации), СПА-салоны, имидж-студии и др. Кроме того, гостям оказываются всевозможные дополнительные услуги (как платные, так и бесплатные), от заказа такси до медицинских услуг.

Такие гостиницы предназначены для проживания как групп, так и индивидуальных туристов, направлены на оказание широкого спектра услуг с ценами средними и выше среднерыночных.

Таким образом, в соответствии с предложенной классификацией для обозначения гостиничных предприятий крупных промышленных центров можно применять термин «гостиница широкого профиля», поскольку деятельность таких гостиниц не связана с узкой специализацией и направлена на удовлетворение потребностей различных групп клиентов. Это связано с тем, что на практике отказ от любого рыночного сегмента ведет к потере клиентов.

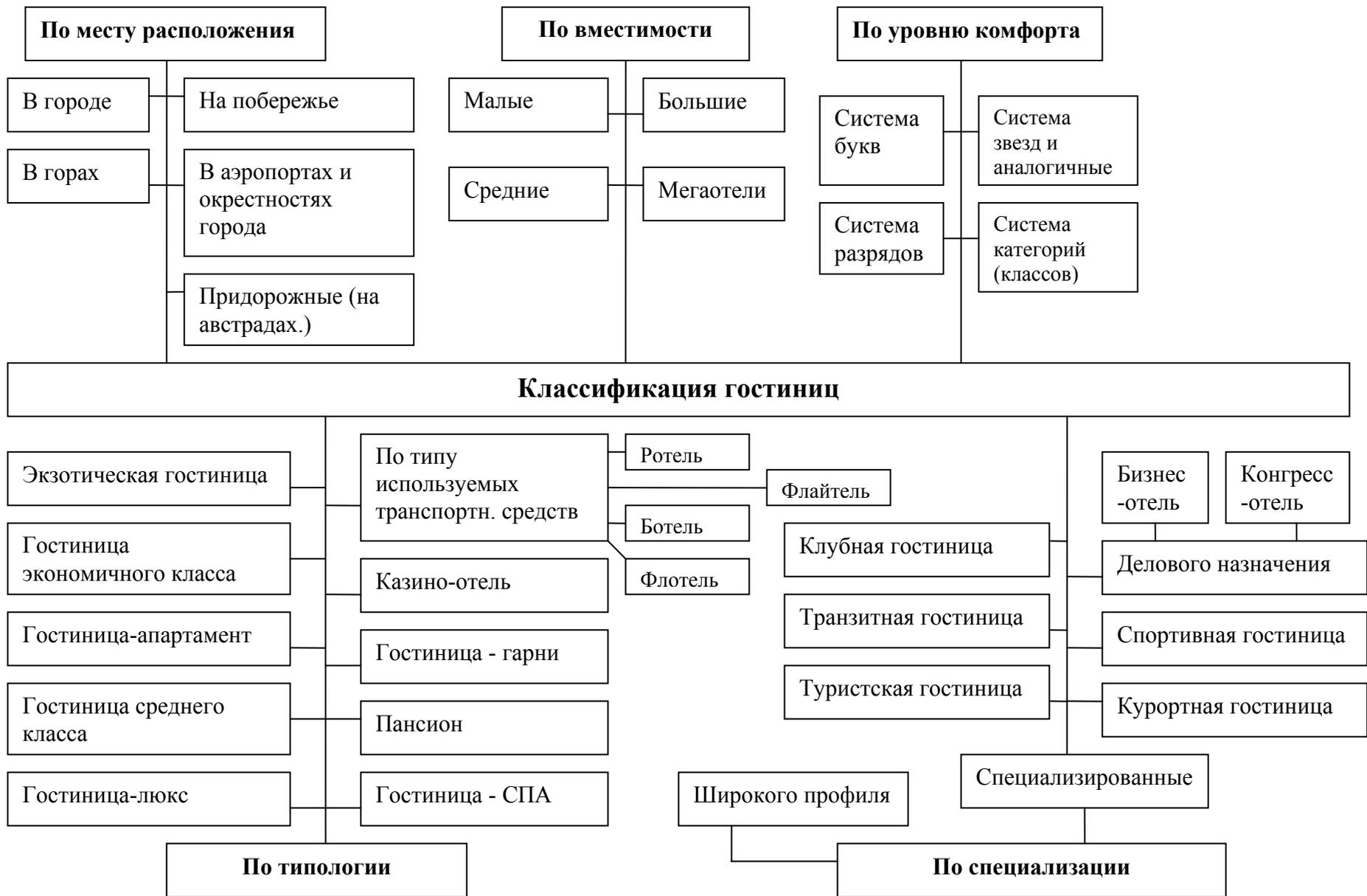


Рис. 1. Классификация гостиниц

С целью выявления организационно-экономических условий повышения конкурентоспособности гостиницы в диссертации изучены ее основные составляющие. Предложена следующая формула конкурентоспособности гостиницы

Конкурентоспособность гостиницы = конкурентоспособность гостиничных услуг + имидж (бренд) + сегментирование,

где **Конкурентоспособность гостиничной услуги = Качество + Цена + Обслуживание**

Для обеспечения конкурентоспособности гостиничных услуг по показателям качества, цены и уровню обслуживания необходимо уделять должное внимание особенностям этих услуг, связанным со сложностью и разнородностью гостиничной услуги, зависимостью от человеческого фактора (персонала гостиницы), с невозможностью хранения, с участием гостя в процессе предоставления услуги. Кроме того, качество во многом зависит от субъективного мнения гостя (восприятие качества гостем).

2. Особенности функционирования и тенденции развития рынка гостиничных услуг в условиях крупного промышленного центра

Крупнейшими промышленными центрами в РФ являются города с численностью населения от 1 до 3 миллионов человек. Их в России по данным Госкомстата сегодня насчитывается 11: Новосибирск, Нижний Новгород, Екатеринбург, Самара, Омск, Казань, Челябинск, Ростов-на-Дону, Уфа, Волгоград, Пермь. Москва и Санкт-Петербург в этот список не входят, так как население этих городов превышает указанный диапазон и составляет 10,3 и 4,5 млн. чел. соответственно.

Как свидетельствует проведенный анализ, существует несколько особенностей, характеризующих деятельность гостиниц в условиях крупных промышленных центров. Одна из таких особенностей –

локальный характер конкуренции. В отличие от гостиниц курортных городов или культурно-исторических центров, в рамках одного города гостиничные предприятия разных типов конкурируют между собой. Тогда как, например, гостиницы курортных городов конкурируют с гостиницами других городов-курортов, а гостиницы Москвы конкурируют с гостиницами Санкт-Петербурга и других мировых культурно-исторических центров.

Особенность функционирования гостиницы крупного промышленного центра проявляется в специфике сезонности. Сравнив графики загрузки курортной гостиницы и гостиницы промышленного центра (рис. 2), можно сделать следующие выводы о том, что наивысшая загрузка курортной гостиницы приходится на июль – сентябрь, это «высокий сезон». В гостинице делового назначения можно выделить два календарных отрезка: февраль – апрель и сентябрь – ноябрь, которые отличаются наивысшим уровнем загрузки. Февраль же в курортной гостинице является «мертвым сезоном» (как и весь период с декабря до начала марта), так как на этот временной отрезок приходится наименьшая загрузка. А вот «мертвый сезон» в гостинице промышленного центра совпадает с периодом «высокого сезона» курортного отеля и приходится на июль – август.

Спад загрузки наблюдается и в период с середины декабря до середины января и также является «низким сезоном» в деятельности гостиницы крупного промышленного центра. Кроме периодов «высокого и низкого сезонов», в функционировании гостиниц можно выделить и такой временной отрезок как «межсезонье». В курортной гостинице это период с марта по июль и с середины октября до середины ноября, а в гостинице делового назначения – с середины января до середины февраля, с июня до середины июля и с ноября до середины декабря.

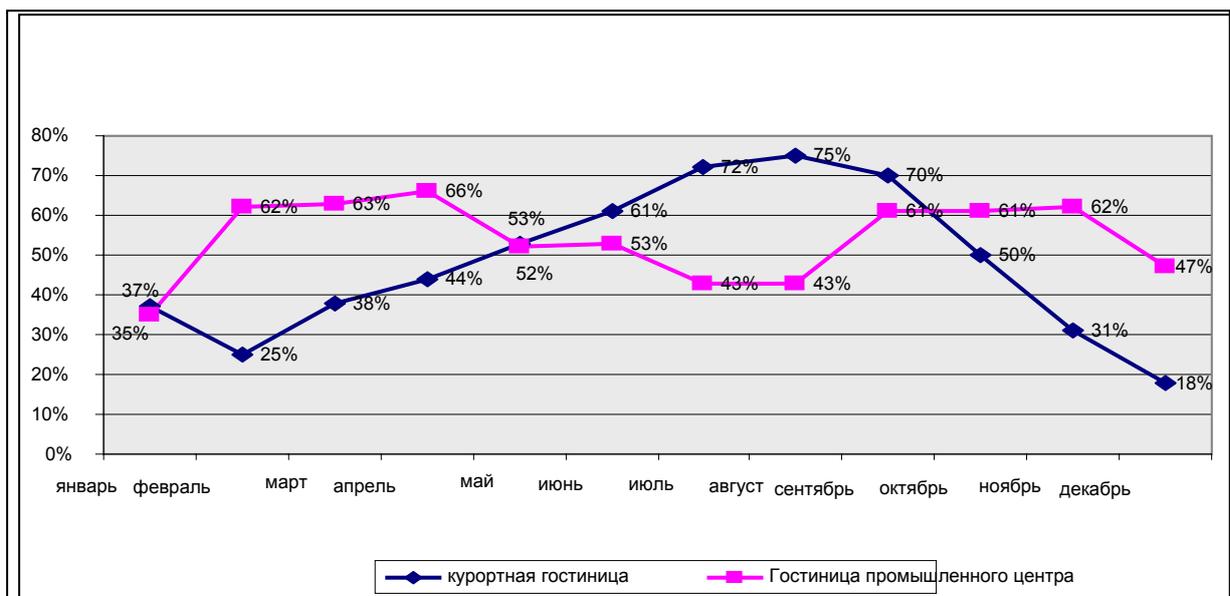


Рис. 2 Графики загрузки курортной гостиницы и гостиницы промышленного центра

Помимо годовой сезонности, в деятельности гостиницы промышленного центра можно проследить сезонные колебания в течение недели. Даже в период «высокого сезона» распределение загрузки по дням недели выглядит следующим образом: с понедельника по четверг – период «высокого сезона», пятница – «межсезонье», суббота и воскресенье – «мертвый сезон». Ввиду сезонного колебания в течение недели средний уровень занятости номеров составляет только 66%, несмотря на то, что во вторник и среду этот показатель составляет более 90%.

Другая особенность сферы гостеприимства в крупном промышленном центре связана со спецификой формирования целевого рынка услуг. Потребители гостиничных услуг в таких городах в основном бизнес-клиенты. Для гостиниц мегаполиса, не являющегося культурно-историческим центром, можно выделить следующие основные сегменты, формируемые группами (корпорации, ассоциации) и индивидуалами (государственные служащие, участники краткосрочных и долгосрочных городских конференций, служебные командировки и прочие). Для наиболее полного понимания потребностей существующего сегмента в ходе выборочного анкетного обследования был задан вопрос, касающийся

критериев выбора гостиницы, ответы на который позволили проанализировать, чем руководствовались потребители при выборе отеля. Результаты обследования показали, что на первом месте при выборе гостиницы стоит ценовой показатель (44% опрошенных), второе место занимают рекомендации знакомых (21%), третье и четвертое места закрепились за репутацией отеля и качеством обслуживания (17% и 13 % соответственно). Одинаковое количество опрошенных (по 2,5%) отметили, что предыдущий опыт и месторасположение отеля занимают последнее место в критериях при выборе гостиницы. Несмотря на выделенные критерии (наиболее важные для клиентов) мы не можем назвать их решающими при выборе гостиницы. Поскольку мы имеем дело с бизнес-туризмом, то для клиентов гостиниц бронируют номера либо уполномоченные сотрудники компании, либо приглашающая сторона. Таким образом, несмотря на предпочтения потребителей, окончательный выбор за него делает предприятие. Бронированием гостиничных номеров занимаются сотрудники как принимающей компании, так и сотрудники предприятия клиента.

Наряду с особенностями функционирования гостиниц, в диссертации также определены основные тенденции в развитии рынка гостиничных услуг в условиях крупного промышленного центра.

Одна из основных тенденций состоит в появлении на рынке новых гостиниц, построенных с использованием современных технологий и в соответствии с международными стандартами. Гостиницам же так называемого «советского образца» трудно выдерживать конкуренцию по отношению к вновь созданным. Даже, несмотря на то, что руководство старых гостиниц выделяет значительные средства на модернизацию и реконструкцию зданий, помещений и оборудования, они проигрывают новым объектам в конкурентной борьбе.

Вторая тенденция в развитии рынка гостиничных услуг в промышленных центрах состоит в выходе на региональные рынки российских и международных гостиничных сетей, что затрудняет деятельность автономных гостиниц. Это происходит в связи с тем, что в сетевых гостиницах уровень затрат значительно ниже, существуют единые системы бронирования, а также разработаны системы стандартов обслуживания, что повышает качество предоставляемых услуг.

Третья тенденция проявляется в том, что гостиницы, ранее принадлежавшие определенным ведомствам, на сегодняшний день утратили свою значимость. В советский период в структуре многих предприятий имелись гостиницы для командированных сотрудников. Сегодня такие гостиницы зачастую нерентабельны, и предприятия-владельцы не заинтересованы в их содержании. Возникает вопрос выживания этих гостиниц, приспособления к рыночным условиям, необходимости формирования контингента потребителей и осуществления сбыта гостиничных услуг. Но не только ведомственные гостиницы испытывают трудности в современных условиях, также часть приватизированных гостиниц, находящихся под управлением частного лица либо акционерного общества, не выдерживают конкуренции по отношению к гостиницам с иностранным менеджментом.

С ростом деловой активности в крупнейших городах РФ, являющихся промышленными центрами, растет потребность и в гостиничных услугах. Количество гостиниц увеличивается с каждым годом, но в основном за счет появления мини-отелей с числом номеров от четырех до десяти и апартаментов.

Кроме того, наметилась еще одна тенденция в развитии рынка гостиничных услуг в условиях крупного промышленного центра. Она проявляется в том, что утрачивают свою значимость гостиницы так называемого «широкого профиля», поскольку невозможно удовлетворить

потребности всех категорий клиентов. Отели должны реально оценивать свои возможности при определении основных сегментов рынка. Гостиница должна работать с теми группами клиентов, которых в наибольшей степени удовлетворяет уровень предлагаемого сервиса, но также при этом не оставлять без внимания те сегменты рынка, где уровень конкуренции не очень высок, давая тем самым себе возможность занять рыночную нишу. Предложение услуг очень широкому кругу клиентов ушло в прошлое, поскольку отсутствие направленности деятельности гостиницы на целевой сегмент создает проблему менеджменту предприятия при разработке конкурентной стратегии.

Таким образом, функционирование гостиниц в условиях крупных промышленных центров требует совершенствования организации, планирования и управления производственно-хозяйственной и сбытовой деятельностью, а также разработки новых подходов к формированию конкурентной стратегии.

В связи с выявленными особенностями и тенденциями в развитии рынка гостиничных услуг в крупных промышленных центрах, а также особенностями гостиничных услуг и составляющими конкурентоспособности гостиничного предприятия в диссертации обоснован подход к разработке конкурентной стратегии, базирующейся на применении концепции, объединяющей маркетинг, операционную деятельность и управление персоналом.

3. Методика оценки конкурентоспособности гостиницы широкого профиля

Повышение конкурентоспособности гостиничного предприятия связано, прежде всего, с возможностью ее оценки. В настоящее время отсутствует общепринятая методика оценки конкурентоспособности организации. В развитых странах действуют различные методики оценки конкурентоспособности фирм и компаний, имеющие преимущественно

конкретно-экономический, количественный характер. Они базируются на системном анализе фирмы, отражают ее деятельность по всем ведущим параметрам (в том числе анализ эффективности использования ресурсов и рентабельности производства, анализ устойчивости функционирования организации и др.). Но, на наш взгляд, в российских условиях из-за сложности информационного обеспечения рассчитать показатели конкурентоспособности соперников крайне сложно. Такие показатели, как сумма затрат на функционирование системы сбыта на начало и конец отчетного периода или коэффициент текущей ликвидности, не публикуются и составляют коммерческую тайну.

Учитывая опыт российских и зарубежных авторов в исследовании и анализе конкурентоспособности организаций и их услуг, а также достоинства и недостатки изученных методик, в диссертации предложена методика оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия.

Предложенная методика включает в себя несколько этапов (рис. 3).

В рамках данной методики проведен факторный анализ конкурентоспособности гостиницы промышленного центра (рис. 4), на основе которого выведен обобщающий показатель конкурентоспособности гостиницы (таблица 1).

Таблица 1

Уровень конкурентоспособности гостиниц г. Перми*

| Конкуренты | Уровень КФУ | Уровень качества услуг | Показатель конкурентоспособности |
|----------------------|-------------|------------------------|----------------------------------|
| ОАО «Отель Прикамье» | 0,248 | 0,456 | 0,704 |
| «New Star» | 0,362 | 0,757 | 1,119 |
| «Урал» | 0,365 | 0,315 | 0,680 |

* разработано автором по данным выборочных обследований

В результате оценки конкурентоспособности гостиничных предприятий г. Перми по предложенной методике сделан следующий

вывод: несмотря на первое место, занимаемое по показателям ключевых факторов успеха гостиница «Урал» занимает лишь третье место в результате оценки качества услуг и других показателей.

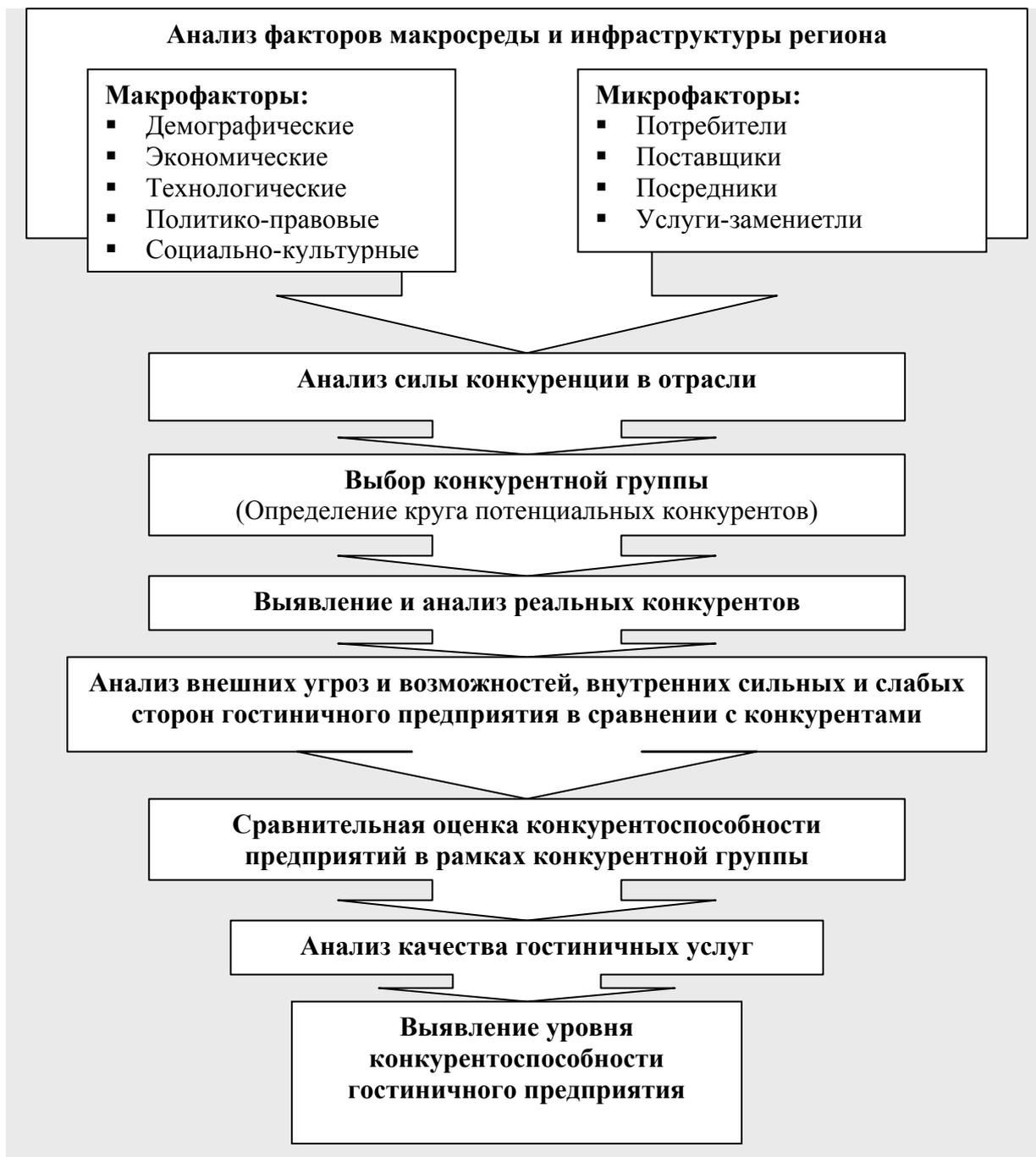


Рис. 3. Методика оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия.

На основе результатов обобщения анализа с учетом факторов внешней, внутренней среды и оценки силы конкуренции в отрасли, осуществлена разработка конкурентной стратегии.

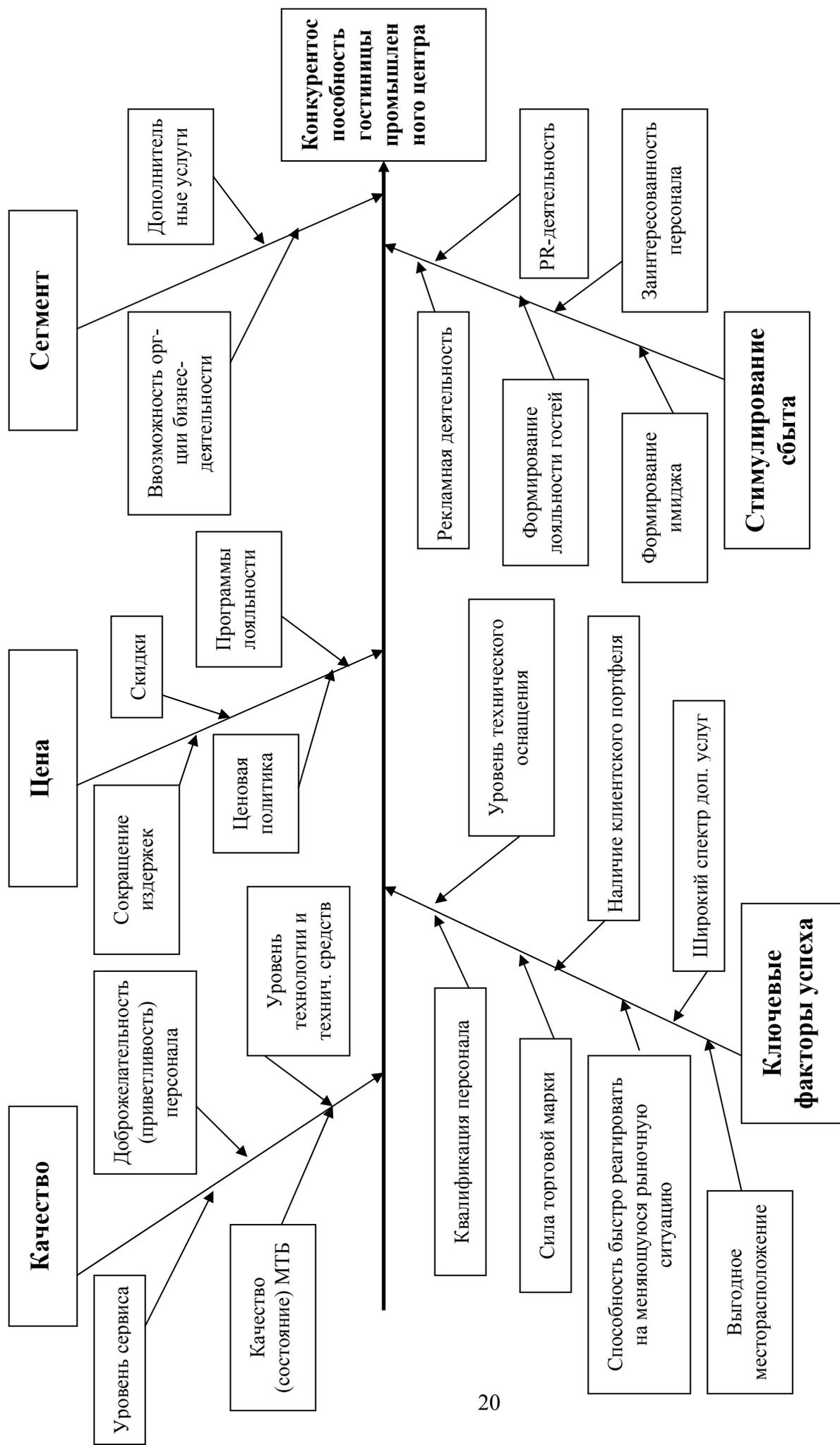


Рис. 4 Факторный анализ критериев конкурентоспособности гостиничного предприятия крупного промышленного центра

4. Направления повышения конкурентоспособности гостиницы в условиях промышленного центра

На основе выявленных характера рыночной среды, специфики конкуренции, особенностей и тенденций развития рынка гостиничных услуг в условиях промышленного центра, а также потребностей и предпочтений целевого сегмента в диссертации разработаны рекомендации по повышению конкурентоспособности гостиницы. Представленные рекомендации в комплексе включают в себя: организационно-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности гостиничного предприятия; этапы внедрения механизма в деятельность гостиницы; стандарты процессов производства и предоставления гостиничных услуг; систему обучения персонала гостиницы; программу мотивации персонала; механизм осуществления закупочной деятельности; систему контроля качества в гостинице.

Суть действия организационно-экономического механизма заключается в том, что на основе результатов анализа внешней и внутренней среды проводится оценка конкурентоспособности гостиничного предприятия. Это позволяет менеджменту гостиничного предприятия принять стратегические и оперативные управленческие решения относительно совершенствования организационной структуры; выработки мотиваций и системы стимулирования работы персонала; разработки дополнительных и корректировки существующих организационных, распорядительных и регламентирующих документов; совершенствования существующих и разработки новых программ лояльности клиентов; внедрения системы повышения рентабельности и прибыльности.

В результате реализации уточнения стратегии повышается конкурентоспособность гостиничных услуг, создается положительный имидж гостиничного предприятия в глазах общественности, поставщиков,

посредников и потребителей. Кроме того, принятые на основе маркетинговых исследований управленческие решения позволяют гостиничному предприятию эффективно работать на выбранном сегменте рынка. Все это ведет к повышению конкурентоспособности гостиничного предприятия в целом и, следовательно, к увеличению доли рынка и более полному использованию номерного фонда.

В условиях г. Перми для гостиницы «Прикамье» разработаны следующие стратегии: стратегия концентрации на целевом рынке с использованием прямых и одноуровневых каналов сбыта; в маркетинге отношений – стратегия удержания клиентов, установление долгосрочных партнерских взаимоотношений на основе маркетинга взаимодействия; в менеджменте доходности – стратегия дифференциации цен на основе длительности использования услуги и предварительности заказов.

Основные положения диссертационного исследования изложены автором:

в виде статей в рецензируемых журналах:

1. Косвинцева Е.Н, Чуваткин П.П. Анализ особенностей рынка гостиничных услуг крупнейших городов – промышленных центров РФ (на примере г. Перми) //Российское предпринимательство. – 2007г. – № 11. – 0,3 п.л.

2. Косвинцева Е.Н. Исследование конкуренции на рынке гостиничных услуг крупного промышленного центра (на примере г. Перми) //Российское предпринимательство. – 2008г. – № 4. – 0,3 п.л.

в других изданиях:

3. Косвинцева Е.Н. Исследование рынка гостиничных услуг г. Перми // Культурологическое образование: историческая перспектива и современные тенденции. Материалы Всероссийской науч.-практ. конф., 25-26 октября 2006г. / Перм. гос. ин-т искусства и культуры. – Пермь, 2006. – 0,1 п.л.

4. Косвинцева Е.Н. Особенности изучения конкурентоспособности организаций гостиничного бизнеса // Развитие профессионального

гостеприимства в РФ: проблемы и решения: сб. ст. в 2 ч. Ч. I / Науч. ред. Е.А. Малянов; отв. ред. П.С. Ширинкин. – Пермь: Перм. гос. ин-т искусства и культуры, 2007. – 0,5 п.л.

5. Бурунин О.В., Косвинцева Е.Н. Выявление особенностей конкуренции на рынке гостиничных услуг крупного промышленного центра // Проблемы устойчивого развития регионов рекреационной специализации: сб науч. тр. – Сочи РИО СНИЦ РАН, 2007 – 0,2 п.л. (в соавт., авторские – 0,1 п.л.).

6. Косвинцева Е.Н., Пицик Н.И. Управление качеством в гостиничном бизнесе // Проблемы устойчивого развития регионов рекреационной специализации. Материалы научно-практической конференции. – Сочи.: РИО СНИЦ РАН, 2008 . – 0,3 п.л. (в соавт., авторские – 0,2 п.л.).

7. Косвинцева Е.Н., Пицик Н.И. Анализ и методика оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия // Проблемы устойчивого развития регионов рекреационной специализации. Материалы научно-практической конференции. – Сочи.: РИО СНИЦ РАН, 2008. – 0,3 п.л. (в соавт., авторские – 0,2 п.л.).

8. Косвинцева Е.Н. К вопросу об изучении конкурентоспособности гостиничных предприятий крупного промышленного центра // Российский экономический интернет-журнал [Электронный ресурс]: Интернет-журнал АТиСО /Акад. труда и социал. отношений — Электрон. журн. — М.: АТиСО, 2008. — № гос. регистрации 0420600008. — Режим доступа: <http://www.e-rej.ru/Articles/2008/Kosvintseva.pdf>, свободный — Загл. с экрана.

в монографии:

9. Косвинцева Е.Н. Обеспечение конкурентоспособности гостиничного предприятия промышленного центра. – Пермь: Перм. гос. ин-т искусства и культуры, 2008. – 6,0 п.л.