

Е.Д. Абрамкина

Научный руководитель — кандидат экономических наук О.В. Ежель

БГЭУ (Минск)

К ВОПРОСУ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЦЫ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

За последние годы в экономике Республики Беларусь в целом и в отрасли туризма в частности произошли изменения. Согласно исследованию, проведенному в октябре 2020 г., более половины опрошенных компаний оценивают текущие риски ведения бизнеса в Беларуси как очень высокие, что вызвано высокой степенью неопределенности, которая, в свою очередь, обусловлена макроэкономической нестабильностью, распространением пандемии COVID-19, напряженной политической обстановкой, снижением показателей въездного и выездного туризма. Численность размещенных лиц в гостиницах и аналогичных средствах размещения в 2020 г. по сравнению с 2018 г. снизилась в 1,9 раза и достигла 1 071 075 чел., что в большей степени связано с введением ограничений на въезд и выезд многими странами ввиду роста числа зараженных COVID-19. При этом туристы, посетившие Беларусь в 2020 г., в основном были гражданами Российской Федерации (64,5 % от общего количества).

Гостиница «Виктория Олимп Отель» расположена в Минске недалеко от центра города. Деятельность гостиницы характеризуется комплексностью оказываемых услуг: проживание, питание, пользование автостоянками, посещение фитнес- и спа-центров, сдача помещений в аренду, предоставление конгресс-услуг. Номерной фонд гостиничного комплекса составляет 238 гостиничных номеров 12 категорий комфорта.

В результате проведенного SWOT-анализа одной из самых важных угроз была определена зависимость от экономической ситуации, обостренной влиянием распространения пандемии, а также слабые стороны — недостаточно эффективная маркетинговая деятельность, ужесточение конкуренции в гостиничном бизнесе Минска. В сложившихся условиях с использованием сильных сторон (комплексность предлагаемых услуг, применяемая программа лояльности) были выявлены следующие возможности: совершенствование мероприятий по стимулированию спроса и охват новых сегментов рынка.

Составленная карта конкурентов включает в себя 8 объектов для сравнения: гостиницы «Виктория Олимп Отель», «Минск Марриотт Отель», отель «Пекин», «Ренессанс Минск Отель», отель DoubleTree by Hilton, отель Crowne Plaza Minsk, отель «Европа», «Президент-Отель». Основные критерии оценки: месторасположение, цена, качество обслуживания (на основе отзывов гостей), возможность

предоставления услуг трансфера и питания, перечень дополнительных услуг, уровень комфортности (оснащенность номеров), проводимая маркетинговая деятельность, система применяемых тарифов. Основным конкурентом для гостиницы «Виктория Олимп Отель» был определен «Минск Марриотт Отель», конкурентными преимуществами которого являются гибкая ценовая политика и применяемая система тарифов.

Показатель доли рынка по объемам продаж, занимаемой гостиницей «Виктория Олимп Отель», составляет 11,48 %, что свидетельствует о недостаточно устойчивом положении исследуемого отеля на рынке и необходимости применения мер по повышению конкурентоспособности. В рамках ценовой политики в условиях неопределенности возможно применение метода тарифных планов: один и тот же продукт предлагается различным клиентским группам по различной цене (например, для граждан Республики Беларусь предлагаются сниженные цены на длительное проживание, которое имеет спрос среди населения). Основным инструментом при этом можно определить динамическое ценообразование, которое позволяет оперативно реагировать на колебания рыночной конъюнктуры.

Источники

1. Национальный статистический комитет [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by>. — Дата доступа: 20.03.2021.
2. *Волонцевич, Е. Ф.* Конкурентоспособность предприятия туристической индустрии : учеб.-метод. пособие / Е. Ф. Волонцевич. — Минск : РИПО, 2014. — 134 с.