

Литература

1. *Коббел, К.* Об увлеченных сотрудниках и правильных руководителях [Электронный ресурс] / К. Коббел. — Режим доступа: <http://prohotelia.com.ua/2010/11/claus-cobiell/>. — Дата доступа: 17.03.2016.

*Е. Ф. Волонцевич, канд. экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

ИЗМЕНЕНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ БЕЛАРУСИ

Начиная с 2014 г. рынок гостиничных услуг Беларуси переживает период серьезных количественных и качественных изменений. При этом спрос на услуги отелей, особенно «высокозвездных», остается весьма ограниченным, несмотря на предпринимаемые на всех уровнях попытки его активизации. В этих условиях отельерам приходится все чаще задумываться, кто их прямые и косвенные конкуренты, какие шаги и методы следует предпринять.

Основываясь на методологии научного анализа и синтеза, можно утверждать, что изучение конкуренции на каком-то рынке требует разложения данного явления по составляющим и пристального их рассмотрения. В теории конкуренции принято выделять виды, формы, методы, типы и прочие группы. И хотя все средства размещения независимо от особенностей, полноты хозяйственного цикла являются функциональными конкурентами, перечень услуг значительно отличается, а порой средства размещения принадлежат не только разным ценовым сегментам, но и разным организационным сферам, что выводит их на уровень видовых конкурентов. Наиболее острую форму представляет собой предметная конкуренция, которая обуславливает дифференциацию услуг каждого отеля. Именно стремление предложить качественную услугу заставляет доводить до совершенства стандарты обслуживания и их реализацию.

Этим обусловлена и широта используемых методов конкуренции. Преимущественное применение ценовых или неценовых методов связано с эластичностью спроса, которая сильно различается в разных сегментах рынка средств размещения. Традиционно наиболее эластичным является рынок отелей туристического класса, частных апартаментов, направленный на удовлетворение спроса неорганизованных туристов, путешествующих семей. Рынок бизнес-отелей гораздо менее чувствителен к ценовым колебаниям, особенно если отель соответствует предъявляемым требованиям.

Как правило, в условиях развитого рынка снижение цен у одного вызывает аналогичные действия конкурентов, развязывая ценовые войны. В результате существенного изменения рыночных позиций не

происходит, а привлекательность отрасли для уже действующих в ней бизнесменов и особенно для потенциальных инвесторов значительно падает, что и произошло в Беларуси. И хотя снижение цен было вызвано комплексом причин (в том числе снижением себестоимости, административным давлением регулирующих органов, настаивающих на приближении к уровню цен соседних государств, сезонностью и падением спроса), но основными причинами стали демпинг со стороны отдельных отелей и неорганизованность, отсутствие сплоченности в среде отельеров.

В качестве эффективного рычага конкуренция цен может быть применена мелкими игроками и аутсайдерами, что и делают владельцы городских квартир, прочно облюбовавшие бизнес посуточной аренды. Находясь в неравных организационно-правовых и экономических условиях по сравнению с владельцами отелей, они прибегают к методам недобросовестной конкуренции. Может поэтому со стороны отельеров все чаще звучат призывы запретить неконтролируемую сдачу квартир в краткосрочную аренду.

Еще одна отличительная черта современной конкуренции на рынке гостиничных услуг — появление международной конкуренции. Как показывает опыт других сфер и, прежде всего, ритейла, это приведет к значительному улучшению качества обслуживания гостей, повышению требований к персоналу, внедрению инноваций во все стороны работы. Выход на международный уровень конкуренции означает достижение предприятием достаточно высокого уровня развития. Таким образом, изменения, произошедшие на рынке гостиничных услуг Беларуси, значительно изменили расстановку сил. Из классического рынка продавца он превратился в рынок потребителя и это будет усиливаться, заставляя четко сегментировать рынок, выделять реальных конкурентов не только на определенной территории, но и в целевом сегменте, фокусировать спрос. И в этих условиях роль государства как регулятора высока.

*З. М. Горбылева, канд. экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

РЕАЛИЗАЦИЯ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННО- ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В РАЗВИТИИ ИНФРАСТРУКТУРЫ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Индустрия туризма Республики Беларусь характеризуется постепенным развитием наряду с процессом осознания значимости и преимуществ туризма для экономики страны в целом, а также признанием данного вида деятельности как одного из приоритетных в становлении белорусского общества.