

Основные факторы конкурентоспособности услуг курортных отелей в современных условиях РФ

The Main Factors of Competitiveness of Resort Hotel Services in the Modern Conditions of the Russian Federation

DOI: 10.12737/2306-627X-2024-13-6-40–49

Получено: 20 октября 2024 г. / Одобрено: 25 октября 2024 г. / Опубликовано: 25 декабря 2024 г.

Левкина Н.Н.

Канд. экон. наук, доцент, доцент,
ФГБОУ ВО «Тульский государственный педагогический университет
им. Л.Н. Толстого»,
Россия, 300026, г. Тула, проспект Ленина, д. 125,
e-mail: asvipvzfei@mail.ru

Levkina N.N.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University,
125, Lenina St., Tula, 300026, Russia,
e-mail: asvipvzfei@mail.ru

Аннотация

Гостиничный бизнес, равно как и другие отрасли российской экономики, испытывает значительные экономические проблемы в современных условиях РФ. При этом отдельные сегменты сферы гостеприимства характеризуются высоким уровнем конкуренции. Для повышения конкурентоспособности отеля необходимо обеспечить рост конкурентоспособности предлагаемых им услуг, который зависит от степени удовлетворенности клиента их качеством и уровнем обслуживания. Данная работа посвящена выявлению основных факторов, определяющих конкурентоспособность услуг российских курортных отелей. Результаты исследования могут быть в дальнейшем использованы для выявления стратегий функционирования соответствующих объектов гостиничного бизнеса.

Ключевые слова: конкурентоспособность, лояльность, отель, сервис, сфера гостеприимства.

Abstract

The hotel business, as well as other sectors of the Russian economy, is experiencing significant economic problems in the modern conditions of the Russian Federation. At the same time, certain segments of the hospitality industry are characterized by a high level of competition. To increase the competitiveness of the hotel, it is necessary to ensure the growth of the competitiveness of the services offered by it, which depends on the degree of customer satisfaction with their quality and level of service. This work is devoted to the identification of the main factors determining the competitiveness of resort hotel services. The results of the study can be further used to identify strategies for the functioning of relevant economic entities.

Keywords: competitiveness, loyalty, hotel, service, hospitality.

Эффективность функционирования коммерческой организации во многом определяется уровнем ее конкурентоспособности. Особое значение управление конкурентоспособностью приобретает в сфере гостеприимства, которая испытывает серьезные трудности в последние годы в связи с последствиями пандемии *COVID-19*, а также усилением санкций против Российской Федерации и их последствиями.

В этих условиях предприятия гостиничного бизнеса, как и большинство отечественных экономических субъектов, столкнулись с ростом всех видов затрат. В отдельных нишах рынка сферы гостеприимства, например, в приморских курортных городках уровень конкуренции среди отелей весьма значителен, что заставляет особое внимание уделять управлению конкурентоспособностью своих услуг и предприятия в целом, а также работать над сохранением лояльности клиентов.

Исследованию природы конкурентоспособности экономических субъектов, факторов, определяющих ее уровень, и особенностей управления ею традиционно уделяется много внимания в работах экономистов [2; 3], однако следует отметить, что в последние пять лет интерес к этой теме несколько угас. Достаточно большое количество работ посвящено исследованию конкурентоспособности предприятий сферы услуг [5–7; 10], в том числе и сферы гостеприимства [1; 4; 12; 13].

Специфике гостиничного бизнеса также посвящено немало работ отечественных экономистов [8; 9; 11]. Ряд исследователей, исследуя проблемы гостиничных предприятий, в числе важнейших выделили снижение качества и уровня сервиса, причем многие видят отправной точкой этого процесса период пандемии [8]. Другой основной причиной существующих в сфере гостеприимства проблем называют сложную политическую обстановку и санкции против нашей страны [9].

Вместе с тем недостаточно исследованы рычаги управления конкурентоспособностью услуг в сфере гостеприимства в разрезе отдельных типов гостиничных предприятий. В данной работе предпринята попытка систематизировать основные факторы, определяющие конкурентоспособность услуг курортных отелей и лояльность клиентов на примере курортных приморских отелей, расположенных в одном населенном пункте примерно в одинаковых условиях по удобству расположения, наличию поблизости достопримечательностей, вокзалов или аэропорта, продолжительности работы в сезон.

Конкурентоспособность услуг гостиничного предприятия относится к важнейшим внутренним факторам конкурентоспособности отеля [1] и определяется качеством оказываемых услуг, их ассортиментом, уровнем квалификации сотрудников отеля, а также его технологической оснащенностью и т.п.

Привлечение новых клиентов, по оценкам специалистов, обходится предприятию сферы гостеприимства примерно в 5–10 раз дороже, чем мотивировать постояльцев приехать вновь. При этом довольный клиент вовсе не обязательно придет повторно в тот же отель, поскольку применительно к курортным отелям следует учитывать высокий уровень конкуренции, активное использование разнообразных методов конкурентной борьбы, следовательно, другой отель может заинтересовать его более привлекательной ценой или предлагаемыми услугами. Чтобы этого не произошло, необходимо работать над поддержанием конкурентоспособности своих услуг и повышением лояльности клиентов.

Следует отметить, что услуги предприятий гостиничного бизнеса отличает сочетание материальных и нематериальных факторов [9]. К первым относятся здания и сооружения отеля, номерной фонд, различные объекты инфраструктуры, техническая оснащенность, качество предоставляемого питания и т.п. Ко вторым — уровень сервиса, профессионализм сотрудников, проводимые на базе отеля мероприятия, атмосфера гостеприимства и пр.

Первый инструмент поддержания и повышения конкурентоспособности услуг курортного отеля — качество оказываемых услуг (уровень сервиса). Ряд экономистов считает, что период пандемии привел к значительному снижению качества предоставляемого предприятиями сферы гостеприимства сервиса из-за нехватки квалифицированных сотрудников, длительного периода минимальных контактов с постояльцами и, как следствие, снижения уровня профессионализма персонала в целом [8].

Дефицит квалифицированных кадров касается всех категорий сотрудников гостиницы — от подсобных рабочих до менеджеров. При этом качество и уровень сервиса определяются удовлетворением постояльца отеля от процесса обслуживания, начиная с момента бронирования номера и заканчивая процедурой сдачи номера и выселения из гостиницы. Следовательно, для поддержания высокого уровня сервиса необходимо обеспечить тщательный отбор сотрудников, их компетентность, постоянный контроль их работы, продуманную систему мотивации и поощрения.

Отели, стремящиеся к повышению лояльности постояльцев и конкурентоспособности услуг и предприятия в целом, стараются обеспечить постоянство кадрового состава, несмотря на сезонность своей работы. Нередки случаи, когда сотрудник приезжает несколько лет подряд за тысячи километров, чтобы в течение 5–6 месяцев трудиться в одном и том же отеле. Постоянство коллектива отеля свидетель-

ствует о стабильности работы, заботе о сотрудниках и гостях, положительно воспринимается постояльцами, обеспечивает комфортную, семейную атмосферу.

Для того чтобы персонал способствовал повышению лояльности постояльцев, он должен обладать такими качествами, как профессионализм, доброжелательность, вежливость, тактичность, отзывчивость, стрессоустойчивость и т.п. Одним из показателей качества гостиничных услуг является доступность сотрудников, соответственно, круглосуточная работа службы размещения свидетельствует о постоянной заботе отеля о своих гостях.

Рассматривая уровень сервиса в курортном отеле, следует отметить внимание к гостям, которое предполагает не только базовый уровень вежливости, доброжелательности, терпения и т.п., но и готовность помочь в любых обстоятельствах. Отличительной особенностью производственного процесса в отеле является необходимость максимально быстрого решения проблемы, возникшей у постояльца. Чаще всего проблемы касаются обслуживания номеров (перегоревшие лампочки, необходимость мелкого ремонта, засор труб и т.п.), поэтому преимущество всегда будет на стороне отелей, имеющих свою ремонтную службу, поскольку штатные сантехник, плотник, электрик находятся на территории отеля и могут приступить к устранению проблемы в кратчайшие сроки.

Некоторые клиентоориентированные отели поздравляют своих постояльцев, если период отдыха пришелся на их дни рождения. Как именно организовать подобное поздравление, следует решать исходя из имеющихся ресурсов (прежде всего, финансовых). Вовсе не обязательно вручать имениннику подарок, поскольку речь идет об отелях с большой пропускной способностью в течение всего сезона, и соответствующие траты будут весьма существенны.

Однако даже если в рамках ежедневной вечерней анимационной программы существует традиция приглашать именинников дня на сцену, чтобы получить добрые пожелания от ведущего, улыбки и аплодисменты зрителей, возможно, воздушный шарик в качестве подарка, это однозначно повышает лояльность постояльцев, которые понимают, что важны для отеля.

Говоря об уровне сервиса курортного отеля с точки зрения материальных факторов, в первую очередь имеется в виду состояние корпусов, номеров, их обслуживание, включенные в стоимость проживания услуги, и питание.

В большинстве курортных отелей номера оборудованы стандартным образом. Дополнительные оп-

ции — это инструменты повышения уровня сервиса. Например, наличие фена в номере значительно удобнее возможности получить его по запросу у горничной или на ресепшн, холодильник тоже важен, особенно для отелей с ориентацией на семейный отдых — чаще всего есть необходимость хранить детское питание в холодильнике.

Наличие в номере чайника и посуды, стульев или кресел на балконе и т.п. свидетельствует о более высоком уровне сервиса. Небольшой комплимент от отеля в виде, например, кусочка мыла, уже ожидающего гостей в ванной комнате, или шоколадки с логотипом отеля не приведет к значительным финансовым потерям для отеля, однако станет индикатором проявленного к клиентам внимания и не останется незамеченным.

В силу специфики курортных отелей важно обеспечить возможность сушить купальные костюмы и полотенца, соответственно, необходимы сушилки или натянутые на балконе веревки с тем, чтобы у клиента не было необходимости мучаться, сооружая самостоятельно конструкции для обеспечения минимально необходимого уровня комфорта.

Уровень сервиса зависит от наличия и типа кондиционеров, поскольку это оборудование во многом определяет комфортное пребывание в номере. Возможность погладить вещи предоставлена во всех отелях, однако, где-то для этого нужно отправиться на ресепшн, найти горничную, взять утюг и гладильную доску (при наличии), в других отелях есть утюг с гладильной доской в каждом корпусе, в других — на каждом этаже. Степень доступности возможности привести свои вещи в порядок также определяет качество предоставляемых отелем услуг.

В силу сложной экономической обстановки в последние годы у гостиничных предприятий в целом и у курортных отелей в частности очень ограничены возможности модернизации существующего номерного фонда, соответственно, непросто сохранить уровень сервиса оказываемых ими услуг на прежнем уровне. Важно, чтобы оптимизация расходов не приводила к снижению уровня комфорта гостей отеля. И при отсутствии возможности модернизировать номера важно обеспечить исправность имеющегося оборудования и достойный вид мебели, текстиля и т.п. и номера в целом, а также качество уборки.

Так, оптимизация расходов на обслуживание номеров может привести к тому, что уборка, замена постельного белья и полотенца проводятся реже. Однако важно, чтобы это не вызвало дискомфорта у постояльцев. Например, отель, ранее проводивший ежедневную уборку и замену постельного белья и полотенца в люксах и полулюксах, изменил сроки

соответствующих работ на один раз в три дня, что вызвало закономерное возмущение гостей отеля. Однако когда выяснилось, что в номерах по-прежнему ежедневно убирают мусор и проводят легкую влажную уборку для поддержания чистоты в жилых и ваннных комнатах, регулярно обновляют запасы туалетной бумаги, меняют полотенца в случае необходимости, а раз в три дня проводят более тщательную уборку пылесосом и смену белья, посетители убедились, что уровень их комфорта изменился незначительно, возмущение сошло на нет.

Достаточное количество полотенец, дополнительные полотенца для пляжа — признак высокого уровня качества услуг курортного отеля. Есть отели, которые для удобства гостей предоставляют им пляжные коврики — для использования на шезлонгах, повышая тем самым уровень комфорта своих постояльцев и их лояльность.

Важно не впадать в крайности, пытаясь сэкономить на уровне сервиса. Так, использование более дешевых средств бытовой химии и инвентаря для уборки может значительно снизить качество уборки и, соответственно, оценку качества обслуживания номеров.

В целом можно сделать вывод о том, что чем меньше усилий приходится приложить гостю отеля для того, чтобы обеспечить для себя приемлемый уровень комфорта, тем больше его лояльность к отелю и готовность возвращаться в него вновь. Для отеля обеспечение этого комфорта требует не столько значительных финансовых расходов, сколько тщательного анализа отзывов и пожеланий клиентов, конструктивной работы с претензиями и рациональной работы службы обслуживания номеров и службы снабжения. Так, ложка для обуви, прищепки на сушилке, тазик в ванной комнате, освежитель воздуха, штопор и т.п. действительно влияют на оценку сервиса отеля постояльцами.

Уровень сервиса курортного отеля зависит и от обслуживания постояльцев на пляже. Поддержание чистоты территории пляжа, лежаков, наличие душа, кабинок для переодевания, туалета, детской площадки и прочего — важнейшие индикаторы качества услуг отеля. Следует отметить, что в случае, если отель расположен на второй и далее линии от моря, значительно повысить уровень сервиса можно, организовав трансферы на пляж.

Отдельно следует отметить вопрос обеспечения постояльцев отеля питьевой водой. Специфика курортных приморских отелей такова, что работают они преимущественно в жаркую погоду, когда потребляется большое количество воды. Соответственно, все клиенты курортных отелей нуждаются

в постоянном пополнении запасов воды и, если отель может помочь в решении этого вопроса, это, безусловно, будет способствовать более высоким оценкам его уровня сервиса и повышению лояльности постояльцев.

Если поблизости от отеля нет продуктового магазина, имеет смысл продавать воду на территории отеля, причем не с целью заработать на спросе клиентов, а с тем, чтобы удовлетворить потребности своих гостей. Если же отель обеспечит все корпуса кулерами, его позиции будут значительно выше конкурентов.

Следует отметить, что в современных условиях для клиентов важна возможность оплачивать проживание и дополнительные услуги отеля удобным для них способом. Соответственно, отели, не готовые проявить гибкость в данном вопросе и настаивающие на каком-то определенном способе (например, оплате наличными средствами), будут в менее выигрышном положении, нежели те, кто готов идти навстречу пожеланиям постояльцев.

Также для большинства категорий постояльцев курортных отелей большое значение имеет стабильная работа Интернета, соответственно, если в отеле имеются проблемы с доступом к Интернету, маловероятно, что гости вернутся на следующий год.

Немаловажным фактором повышения привлекательности курортного отеля является наличие в нем службы анимации. От профессионализма ее сотрудников, разнообразия проводимых мероприятий во многом зависит позитивное настроение постояльцев отеля и конкурентоспособность отеля в целом.

В последнее время в некоторых отелях наметилась тенденция к сокращению расходов на внешнюю анимацию — вместо постоянного приглашения сторонних артистов и творческих коллективов команда анимации самостоятельно организует вечерние развлекательные мероприятия для детей и взрослых. При этом для некоторых отелей сторонние участники развлекательных мероприятий, напротив, призваны удовлетворить ожидания гостей уровнем проводимых для них мероприятий и тем самым повысить их лояльность и конкурентоспособность услуг отеля.

Мощный рычаг управления конкурентоспособностью услуг курортного отеля связан с имеющейся в нем инфраструктурой. Применительно к курортным отелям, расположенным в приморских населенных пунктах, в большинстве случаев у отеля отсутствует возможность расширения площади занимаемой территории, поэтому основные резервы конкурентоспособности связаны с оптимизацией размещенных в отеле объектов с тем, чтобы они по-

вышали привлекательность отеля в глазах постояльцев, были рационально расположены и использованы.

Наличие в курортном отеле ресторана или столовой, питание в которых включено в стоимость проживания для всех или отдельных категорий постояльцев, значительно повышает его конкурентоспособность, поскольку не приходится тратить дополнительно средства и время на поиск подходящего питания. Тип питания (заказ по меню или шведский стол), разнообразие блюд, наличие фруктов, качество обслуживания и т.п. относятся к фактору уровня сервиса отельных услуг.

Пляжная инфраструктура — важнейший фактор конкурентоспособности отеля, поскольку наличие аэрариев, кабинок для переодевания, душа, туалета, детской зоны в воде и на пляже, предоставление бесплатно или за отдельную плату лежаков, зонтиков, зона для игры в пляжный волейбол и другие игры, собственный спасательный пункт, медработник — то, что создает ощущение комфорта от пребывания в отеле. Каждое предприятие гостиничного сервиса решает для себя, насколько развивать пляжную инфраструктуру в зависимости от того, насколько заинтересовано в том, чтобы постояльцы отеля ценили уровень предоставляемого сервиса и заботы о них и хотели возвращаться вновь.

Росту конкурентоспособности услуг отеля способствует наличие на пляже кафе или торговых палаток, где можно купить воду, мороженое и пр. Будут ли там продавать алкоголь и прочее, зависит от целевой аудитории отеля и его подхода к безопасности гостей.

Отдельно следует подчеркнуть, что зачастую небольшой продуманный объект инфраструктуры может дать большой эффект в части роста конкурентоспособности отельных услуг, нежели целый комплекс развлекательных или торговых объектов. Примером может служить организация душа для ног на выходе с территории пляжа, чтобы гости отеля шли с чистыми ногами, не испытывая дискомфорта от прилипших песчинок или мелких камешков, бонусный эффект для отеля — меньше мусора в корпусах, номерах и прочих объектах инфраструктуры.

Один из важнейших объектов инфраструктуры курортного отеля — бассейн или их комплекс (например, взрослый и детский). Его наличие гарантирует гостям возможность активного отдыха практически в любую погоду. Возможность подогрева в прохладные дни, регулярное обслуживание и чистка, наличие спасателей и охраны, необходимая сопутствующая инфраструктура (туалет, душ, кабинки для переодевания, лежаки, зонтики и пр.) — индикаторы уровня сервиса в отеле.

Для тех постояльцев, что привыкли заботиться о своем здоровье и физической форме, в курортном отеле могут быть предусмотрены тренажерный зал, теннисные корты, площадки для игры в волейбол, баскетбол и т.п. Чем больше таких объектов, чем более удобен режим их работы и доступность услуг, тем больше положительных отзывов будет у отеля, тем выше будет лояльность гостей отеля и уровень конкурентоспособности его услуг.

Также большим преимуществом будет размещение на территории курортного отеля парикмахерской, салона красоты, поскольку некоторые постояльцы приезжают на длительное время и им могут понадобиться услуги по уходу за волосами, маникюр, педикюр и т.п. Альтернативой бассейну или дополнением к нему могут быть сауна, турецкая баня, спа-зона.

В большинстве курортных отелей отдыхает значительное количество детей, соответственно, более конкурентоспособен отель с организованной детской площадкой, качелями, песочницами и прочими объектами, с детской комнатой, в которой можно оставить ребенка на некоторое время с опытными воспитателями, и т.п.

Очень удобно наличие на территории отеля магазина или торговых палаток с пляжными принадлежностями, товарами для отдыха, сувенирами, игрушками, книгами и т.п. Отличным объектом отельной инфраструктуры является библиотека. Как правило, ее обустройство не требует большого количества усилий от администрации — ее можно устроить в зоне размещения гостей или штаба команды анимации.

Отдельно следует подчеркнуть, что в курортных регионах нередки ситуации, когда отключается электричество из-за непогоды или перегруза сетей в очень жаркую погоду, также возможны плановые веерные отключения электроэнергии, не зависящие от руководства отеля. Огромным преимуществом в таких условиях обладают отели, оборудованные мощными генераторами, которые не позволяют гостям отеля почувствовать дискомфорт от отсутствия света в номере, невозможности полноценно пользоваться всеми услугами отеля и т.п.

Наличие подобных объектов в составе отельной инфраструктуры делает отдых гостей отеля полным комфортом. Если все нужное находится поблизости, нет необходимости покидать территорию отеля, чтобы решать какие-то бытовые сложности, постриться и т.п., в этом случае отель будет ассоциироваться с безмятежным отдыхом, который хочется повторять вновь и вновь.

Важнейшим фактором повышения конкурентоспособности услуг курортного отеля является пред-

ложение клиентам дополнительных услуг. Помимо положительного впечатления постояльцев об отдыхе в данном отеле, наличие дополнительных услуг приносит дополнительный доход, что немаловажно в условиях постоянного подорожания всех видов ресурсов.

Ранее упоминались магазины, торговые палатки, которые не только позволяют гостям отеля приобрести необходимые товары, не покидая территорию отеля, но и приносят дополнительный доход. Сюда же следует отнести кафе, рестораны, палатки с мороженым и т.п. Кроме того, значительный интерес у отдыхающих вызывают временные объекты торговли — приезжающие периодически на территорию отеля продавцы украшений, товаров для здоровья и т.п. В результате отель получает дополнительный доход от такой торговли, а гости отеля — положительные эмоции.

Росту конкурентоспособности услуг отеля способствует оказание бытовых услуг — это услуги прачечной, химчистки; медицинских и оздоровительных — медпункт, массажные кабинеты; развлекательных, в том числе различные мастер-классы для детей и взрослых (картины цветным песком, роспись керамики, пряников и т.п.), бильярд, настольный теннис, аэрохоккей и пр., а также услуги экскурсионных бюро. Здесь следует подчеркнуть, что многое из перечисленного можно реализовать силами своего отеля, а также пригласить арендаторов.

Важным объектом инфраструктуры курортного отеля является парковка для автомобилей гостей. В большинстве случаев она предоставляется по запросу и за отдельную плату, но ее наличие и охрана выгодно выделяют отель по сравнению с теми, которые не предоставляют соответствующие услуги постояльцам. Для тех гостей, что прибывают на отдых на железнодорожном транспорте или самолетом, важное значение имеет предоставление отелем услуги трансфера от/до вокзала или аэропорта.

Важнейшим фактором, определяющим конкурентоспособность услуг курортного отеля, является обеспечение безопасности гостей, которое предполагает огороженную территорию, пропускной режим, уровень профессионализма сотрудников службы охраны, их количество и рациональность размещения на территории, оптимальный режим работы, введенные на территории отеля ограничения и т.п.

Применительно к курортным отелям, расположенным у моря, не всегда возможна полная изоляция территории отеля от посторонних, например, в случае, когда по территории идет дорога, обеспечивающая проход к морю от отелей, расположенных на второй линии. При этом постояльцы отеля

должны чувствовать себя защищенными на своей территории. Для этого должен быть ограничен доступ ко всем значимым объектам инфраструктуры (корпусам, ресторану, бассейну, спортивным площадкам и т.п. Наиболее простым решением может стать установка замков, турникетов, которые открываются лишь с помощью магнитной карты или браслета постояльца. Исключением могут стать магазины, торговые палатки, в некоторых случаях детские площадки или качели, расположенные в зоне прохода.

Важно также обеспечить безопасность клиентов отеля и на территории пляжа, и на пути к нему от посторонних лиц, а также от бездомных животных. Для этого следует выделить персонал для контроля прохода на пляж, отслеживания правомерности пользования пляжным инвентарем и т.п.

Если на территории пляжа имеются объекты общепита и торговые палатки, необходимо определить, что является приоритетным для руководства отеля — безопасность постояльцев или возможность получения дополнительного дохода от покупателей со стороны. В первом случае можно установить ограничение на форму оплаты, предусмотрев, что оплатить услуги может только постоялец отеля со своего депозитного счета, открытого службой размещения, с помощью магнитной карты или браслета гостя отеля. Во втором случае следует по возможности расположить соответствующий объект за пределами огороженной территории отельного пляжа, чтобы ограничить поток посторонних лиц, попавших на пляж, прогуливаясь вдоль линии моря.

Также безопасность постояльцев обеспечивается разумными ограничениями на территории отеля, например, запретом на использование электросамокатов. При этом каждый отель выбирает свою стратегию относительно возможности подъехать на автомобиле к корпусу для выгрузки или загрузки багажа. В силу большого количества посетителей и их постоянной ротации машины будут постоянно перемещаться по территории отеля, делая ее небезопасной, особенно для детей. Для курортных отелей такая ситуация будет означать угрозу удовлетворенности клиентов своим отдыхом и их лояльности.

Хорошим решением является запрет на въезд посетителям на территорию отеля при наличии услуги подвоза багажа из машины к корпусу и обратно на электрокаре. Исключением, как правило, являются ночные часы, когда в случае позднего заезда или выезда клиенту разрешают подъехать к корпусу для разгрузки или загрузки автомобиля.

Повышению конкурентоспособности услуг и лояльности постояльцев, безусловно, способствует наличие спасателей и медицинского работника на пляже.

Немаловажным фактором обеспечения лояльности постояльцев отеля и их желания возвращаться в него вновь и вновь является наличие программы лояльности, которая может предусматривать скидки и различные преференции повторно приезжающим клиентам. Наиболее действенный инструмент подобной программы — предоставление скидки на проживание, которая может быть фиксирована или расти с каждым следующим приездом. В последнем случае следует тщательно проанализировать статистику повторных визитов за несколько лет с тем, чтобы не лишиться существенной части дохода из-за предоставленных скидок.

В заключение следует отметить, что при выборе отелем рычагов воздействия на факторы, определяющие конкурентоспособность и лояльность клиентов, главным будет ориентация на свою целевую аудиторию. Так, если концепция отеля предполагает ориентацию на семейный отдых, его решения будут отличаться от тех, что примет отель, ориентированный на молодежный отдых.

Таким образом, основные факторы, определяющие конкурентоспособность услуг курортных отелей, можно объединить в четыре группы:

- уровень сервиса;
- инфраструктура;
- наличие дополнительных услуг;
- обеспечение безопасности постояльцев (рис. 1).

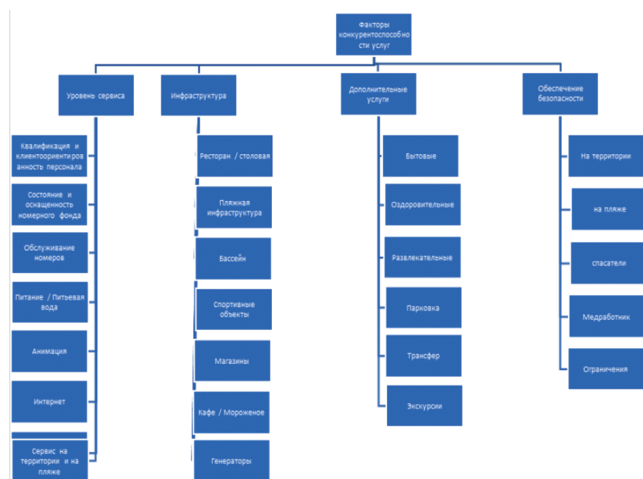


Рис. 1. Основные факторы, определяющие конкурентоспособность услуг курортных отелей

Исходя из имеющихся материальных, трудовых, финансовых ресурсов, отели выбирают стратегию поддержания конкурентоспособности своих услуг и повышения лояльности клиентов, их роста или стратегию выживания, если ресурсов не хватает и нет возможности поддержать прежний уровень конкурентоспособности.

Литература

1. Арцыбашев Д.В. Факторы конкурентоспособности в гостиничном предприятии [Текст] / Д.В. Арцыбашев, А.А. Шаповалова // Динамика гуманитарных и социально-экономических наук в условиях цифровой трансформации: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. — Белгород: Агентство перспективных научных исследований, 2023. — С. 38–40.
2. Зиновьева Е.Ю. Конкурентоспособность предприятия и направления ее повышения [Текст] / Е.Ю. Зиновьева, А.В. Заступов // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями: межвузовский сборник научных трудов. — 2021. — № 1. — С. 15–19.
3. Казарина Е.Н. Влияние финансового состояния на конкурентоспособность предприятия [Текст] / Е.Н. Казарина // Инновационная наука. — 2022. — № 1-2. — С. 31–33.
4. Киселёв С.П. Дополнительные услуги как фактор повышения конкурентоспособности гостиницы [Текст] / С.П. Киселёв // Экотуризм как драйвер межрегионального взаимодействия: сборник материалов I Международной научно-практической конференции. — М.: Русайнс, 2022. — С. 41–47.
5. Кулешов Д.К. Механизм управления конкурентоспособностью предприятий сферы услуг в условиях адаптации к структурным вызовам [Текст] / Д.К. Кулешов // Modern Economy Success. — 2023. — № 3. — С. 7–12.
6. Лямцева К.К. Факторы конкурентоспособности в сфере услуг [Текст] / К.К. Лямцева // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. — 2023. — № 11. — С. 124–129.
7. Макарова Л.В. Обеспечение качества и конкурентоспособности услуг [Текст] / Л.В. Макарова, С.В. Коновалова // Инженерный вестник Дона. — 2018. — № 1. — С. 64.
8. Маневич Я.В. Проблемы российского гостиничного бизнеса и современные тенденции развития гостиничной индустрии [Текст] / Я.В. Маневич // Научные записки НГУЭУ. — 2022. — Вып. 3. — С. 12–19.
9. Морозов В.Ю. Современные проблемы развития гостиничного бизнеса в Российской Федерации [Текст] / В.Ю. Морозов, Ю.В. Мурашова // Сервис в России и за рубежом. — 2017. — Т. 11. — № 3. — С. 6–13.
10. Петенко И.В. Перспективы обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг [Текст] / И.В. Петенко // Торговля и рынок. — 2023. — Т. 1. — № 3. — С. 185–190.
11. Руглов В.П. Новые возможности для гостиничного бизнеса России в условиях социально-экономической неопределенности [Текст] / В.П. Руглов, Л.В. Руглова // Вестник евразийской науки. — 2023. — Т. 15. — № 3.
12. Рыбкина Е.В. Работа с персоналом как фактор конкурентоспособности гостиницы [Текст] / Е.В. Рыбкина // Гостиничное дело. — 2023. — № 8. — С. 472–481.
13. Чаусов Н.Ю. Исследование конкурентоспособности организаций рынка гостиничных услуг [Текст] / Н.Ю. Чаусов, Т.У. Денисова, Л.А. Чаусова // Российский экономический интернет-журнал. — 2022. — № 4.
14. jekonomicheskikh nauk v usloviyah cifrovoj transformacii: sbornik nauchnyh trudov po materialam Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii [Dynamics of humanities and socio-economic sciences in the context of digital transformation: a collection of scientific papers based on the materials of the International scientific and practical conference]. Belgorod, ООО «Agentstvo perspektivnyh nauchnyh issledovanij» Publ., 2023, pp. 38–40. (in Russian)
15. Zinov'eva E.Ju., Zastupov A.V. Competitiveness of the enterprise and directions of its improvement. Problemy sovershenstvovaniya organizatsii proizvodstva i upravlenija promyshlennymi predpriyatijami: mezhvuzovskij sbornik nauchnyh trudov [Problems of improving the organization of production and management of industrial enterprises: interuniversity collection of scientific papers], 2021, no. 1, pp. 15–19. (in Russian)
16. Kazarina E.N. The impact of financial condition on the competitiveness of the enterprise. Innovacionnaja nauka [Innovative science], 2022, no. 1-2, pp. 31–33. (in Russian)
17. Kisel'jov S.P. Additional services as a factor of increasing the competitiveness of the hotel. Ekoturizm kak drajver mezhregional'nogo vzaimodejstvija: sbornik materialov I Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii [Ecotourism as a driver of interregional cooperation: collection of materials of the I International Scientific and practical Conference]. Moscow, Rusajns Publ., 2022, pp. 41–47. (in Russian)
18. Kuleshov D.K. The mechanism for managing the competitiveness of service enterprises in terms of adaptation to structural challenges. Modern Economy Success [Modern Economy Success], 2023, no. 3, pp. 7–12. (in Russian)
19. Ljamceva K.K. Factors of competitiveness in the service sector. Konkurentosposobnost' v global'nom mire: jekonomika, nauka, tehnologii [Competitiveness in the global world: economics, science, technology], 2023, no. 11, pp. 124–129. (in Russian)
20. Makarova L.V., Konovalova S.V. Ensuring the quality and competitiveness of services. Inzhenernyj vestnik Dona [Engineering Bulletin of the Don], 2018, no. 1, p. 64. (in Russian)
21. Manevich Ja.V. Problems of the Russian hotel business and modern trends in the development of the hotel industry. Nauchnye zapiski NGUJeU [Scientific notes of the NGUEU], 2022, issue 3, pp. 12–19. (in Russian)
22. Morozov V.Ju., Murashova Ju.V. Modern problems of hotel business development in the Russian Federation. Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and abroad], 2017, vol. 11, no. 3, pp. 6–13. (in Russian)
23. Petenko I.V. Prospects for ensuring the competitiveness of enterprises in the service sector. Torgovlja i rynek [Trade and the market], 2023, vol.1, no. 3 (67), pp. 185–190. (in Russian)
24. Ruglov V.P., Ruglova L.V. New opportunities for the Russian hotel business in conditions of socio-economic uncertainty. Vestnik evrazijskoj nauki [Bulletin of Eurasian Science], 2023, vol. 15, no. 3. (in Russian)
25. Rybkina E.V. Work with staff as a factor of competitiveness of the hotel. Gostinichnoe delo [Hotel business], 2023, no. 8, pp. 472–481. (in Russian)
26. Chausov N.Ju., Denisova T.U., Chausova L.A. Research of competitiveness of organizations of the hotel services market. Rossijskij jekonomicheskij internet-zhurnal [Russian Economic Online journal], 2022, no. 4. (in Russian)