

Т.С. Мещерова

**ФАКТОРЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА**

Аннотация. Рассмотрено влияние новых реалий на конкурентоспособность предприятий сферы туризма и гостеприимства, приведены определения конкурентоспособности в туризме на различных уровнях, выявлены и описаны факторы, влияющие на конкурентоспособность, и проанализированы примеры повышения конкурентоспособности в сфере туризма и гостеприимства.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, фактор конкурентоспособности, конкурентное преимущество, дестинация.

T.S. Meshcherova

**FACTORS OF ENSURING THE COMPETITIVENESS IN TOURISM
INDUSTRY**

Abstract. The article examines the impact of new realities on the competitiveness of tourism and hospitality enterprises, provides definitions of competitiveness in tourism at various levels, identifies and describes factors affecting competitiveness at individual levels and analyzes examples of increasing competitiveness in tourism and hospitality.

Keywords: competition, competitiveness, competitiveness factor, competitive advantage, destination.

Обострение эпидемиологической обстановки в 2020 году, ограничения на перемещение граждан в большинстве стран мира и кризис нанесли значительный урон туристской сфере. Вклад индустрии туризма в мировой ВВП в 2019 году составлял 10,4 %, в 2020 году из-за пандемии COVID-19 он сократился до 5,5 % [9]. По данным Федеральной службы государственной статистики, в 2020 году стоимость реализованных турпакетов в Российской Федерации снизилась в 2,2 раза по сравнению с 2019 годом, а количество ночевков в коллективных средствах размещения снизилось на 60,9 % по сравнению с 2019 годом [13].

Несмотря на негативные последствия, COVID-19 стал катализатором широкомасштабных преобразований в сфере ту-

ризма. Становятся популярными такие виды туризма, как агротуризм, сельский туризм, экотуризм. Развиваются внутренние направления туризма, увеличивается количество таких средств размещения, как глэмпинги, кемпинги, усиливается тенденция обеспечения безопасности путешествий.

Одним из трендов становится внедрение в индустрию туризма новых технологий: виртуальной и дополненной реальности, искусственного интеллекта, Big Data, блокчейна, электронной коммерции, бесконтактных технологий, «интернета вещей» и других инноваций, которые создают беспрецедентные возможности для создания конкурентных преимуществ предприятий индустрии туризма [7].

В связи с изменением траектории развития туристского рынка изменяются и сами

Мещерова Татьяна Сергеевна

аспирант кафедры туризма и культурного наследия, Российский новый университет, Москва. Сфера научных интересов: экономика туризма, конкурентоспособность в туризме, современные технологии в туризме. Автор 5 опубликованных научных работ.

Электронная почта: mesherovatanya@mail.ru

принципы обеспечения конкурентоспособности предприятий туристической индустрии, значительно усилилась конкурентная борьба за каждого клиента, что приводит к необходимости поиска и формирования новых конкурентных преимуществ.

В условиях новой реальности особое важное значение приобретает изучение закономерностей развития конкуренции в туризме и влияния различных факторов на конкурентоспособность предприятий туристической индустрии.

Конкурентоспособность в туризме должна рассматриваться на трех взаимосвязанных уровнях: на макроуровне, мезоуровне и микроуровне [5; 6]. В данном исследовании нами будет рассмотрена конкурентоспособность на следующих уровнях:

- туристских дестинаций;
- туристских предприятий;
- туристского продукта.

Сущность данного подхода заключается в том, что предприятие, которое производит конкурентоспособный туристский продукт, является конкурентоспособным, а конкурентоспособность дестинации в свою очередь зависит от конкурентоспособности расположенных на этой территории предприятий индустрии туризма. И наоборот, туристские компании, находящаяся в конкурентоспособной дестинации, имеют возможность создания конкурентоспособного турпродукта.

Изучению конкурентоспособности в туризме на различных уровнях посвящены работы М.А. Морозова, Н.С. Морозовой, М.Н. Войт, М.М. Имамудинова, А.В. Баумгартена и многих других.

Рассмотрим определение конкурентоспособности на каждом из уровней (Таблица 1).

Таким образом, конкурентоспособность на каждом из уровней связана в первую очередь с превосходством объекта туристической индустрии по отношению к другому. Следует подчеркнуть, что на уровне туристской дестинации конкурентоспособность во многом определяется ее уникальной привлекательностью [13].

Исследование конкурентоспособности предполагает рассмотрение влияющих на нее факторов. Существует множество подходов к классификации факторов обеспечения конкурентоспособности:

- Ф.Т.К. Абдурахимова разделяет их на внешние и внутренние [1];
- по мнению А.А. Меркуловой, факторы делятся по времени воздействия на краткосрочные и долгосрочные [4];
- Ю.А. Строилова различает факторы влияния, факторы обеспечения, факторы развития [8].

В индустрии туризма и гостеприимства факторы конкурентоспособности целесообразно классифицировать в зависимости от рассматриваемого уровня (Таблица 2).

Определение термина «конкурентоспособность»

Уровень	Авторы	Определение
Дестинация	М.А. Морозов, М.Н. Войт	Конкурентоспособность туристской дестинации – это комплексный показатель, относящийся к фиксированному временному интервалу и определенному сегменту туристского рынка и характеризующий способность туристской дестинации привлекать туристов посредством использования синергетического эффекта, полученного от создания, использования и удержания своих конкурентных преимуществ [5].
Предприятие	М.М. Имамудинов, Р.Р. Хакимова, Э.А. Абдрафикова	Конкурентоспособность предприятия – это его способность производить и реализовывать на рынке востребованный товар или услугу. Конкурентоспособность предприятия определяется его конкурентными преимуществами по отношению к конкурентам на конкретном рынке (внутреннем или внешнем), которые (преимущества) проявляются в процессе конкуренции предприятий на рынках (где они позиционируют свой товар или производственные, интеллектуальные, информационные ресурсы) [3].
Продукт	А.В. Баумгартен	Конкурентоспособность туристской услуги – способность туристской услуги занять и удерживать позицию на конкретном рынке в рассматриваемый период времени при конкуренции с аналогичными туристическими услугами [2].

Таким образом, на сферу туризма и гостеприимства на различных уровнях оказывают влияние множество взаимосвязанных факторов. Данный комплекс является динамической системой, и его содержание может подвергаться изменениям с течением времени. На данный момент наблюдается усиление влияния фактора цифровизации.

Рассмотрим на конкретных примерах, каким образом учет факторов конкурентоспособности может положительно сказаться на индустрии туризма и гостеприимства.

Уровень дестинации. В 2016 году при поддержке госкомитета по туризму Республики Татарстан были созданы официальный туристический бренд «Visit Tatarstan» и сайт бренда с указанием информации о Татарстане, достопримечательностях, средствах размещения [12].

В 2016 году Татарстан находился на 12-й позиции в национальном туристическом рейтинге, в 2019 и 2020 годах – на восьмом [11].

Учет фактора привлекательного имиджа при повышении конкурентоспособности дестинации позволил укрепить конкурентные позиции Республики на рынке туристских услуг.

Уровень предприятия. Руководство четырехзвездочного мини-отеля «Аллюр» приняло решение оптимизировать бизнес-процессы гостиницы при помощи инструментов платформы TravelLine, что позволило:

- оптимизировать технологические процессы;
- разработать сайт гостиничного предприятия с модулем бронирования;
- анализировать цены конкурентов и корректировать свои.

Кроме того, гостиница активно занялась продвижением в соцсетях.

Таким образом, руководством отеля были учтены следующие факторы: эффективность каналов сбыта, уровень развития инноваций.

Результатом подобных мероприятий стало увеличение загрузки гостиничного

Факторы обеспечения конкурентоспособности в индустрии туризма

Таблица 2

Факторы, влияющие на конкурентоспособность на различных уровнях

Уровень	Фактор	Описание фактора
Дестинация	Природа и климат	Наличие в туристской дестинации природных, климатических и экологических условий, способствующих определённому виду туристской деятельности
	Культурно-историческое наследие	Наличие в дестинации материальных и духовных ценностей, являющихся привлекательными для туристов
	Туристская инфраструктура	Совокупность средств размещения, предприятий питания, объектов торговли и так далее, призванных удовлетворять нужды туристов
	Безопасность	Состояние защищённости туристической сферы
	Поддержка со стороны власти	Меры, стимулирующие развитие туризма в дестинации со стороны государства
	Привлекательный имидж	Совокупность привлекательных представлений о дестинации у целевой аудитории
	Местоположение	Доступность дестинации для посещений
	Благоприятная эпидемиологическая обстановка	Состояние здоровья населения и безопасности среды обитания в дестинации
Предприятие	Грамотный менеджмент	Выбор верной стратегии предприятия, правильное распределение обязанностей и так далее
	Грамотная ценовая политика	Соотношение уровня цен с ценами конкурентов, соотношение цены и качества и так далее
	Квалификация персонала	Наличие у персонала необходимых навыков для предоставления качественного сервиса
	Уровень безопасности оказываемых услуг	Соответствие нормам безопасности
	Широта спектра дополнительных услуг	Наличие услуг, помимо основных, которые требуются туристу
	Используемые способы и методы расчетов с потребителем	Возможность принимать оплату способом, который будет удобен туристу
	Эффективность каналов сбыта	Наличие эффективных и современных маркетинговых инструментов
	Разработанность и известность бренда	Создание положительных установок у целевой аудитории относительно предприятия
	Уровень развития инноваций	Внедрение новшеств, позволяющих предприятию вести деятельность более эффективно
	Цифровизация	Трансформация на основе цифровых технологий
Продукт	Технический уровень производства	Степень совершенства материальных условий производства
	Технический уровень услуг	Сравнительная характеристика качества услуг
	Уровень издержек	Грамотное распределение затрат
	Экономичное потребление ресурсов	Определение такого уровня ресурсов, которое позволит использовать их меньшее количество без потери качества услуги

предприятия с 76 % (преимущественно за счет каналов продаж) до 87 % (за счет прямых бронирований) и позволило предприятию быть более конкурентоспособным [10].

Уровень продукта. В 2020 году в связи с пандемией COVID-19 в отеле «Веллион Водный» загрузка снизилась на 65 %. Руководством гостиницы был учтен фактор «уровень издержек» и принято решение снизить переменные издержки.

В некоторых номерах повесили диспенсеры с мылом и гелем для душа вместо одноразовых пакетиков с данной косметикой, вода, расчески и зубные наборы стали выдаваться гостям по запросу, кроме того, было

принято решение закупать одноразовые тапочки менее известного производителя по меньшей стоимости, таким образом отелю удалось снизить издержки на 5% без ущерба для качества предоставляемых услуг.

Таким образом, в условиях современной реальности необходимым условием повышения конкурентоспособности туристской индустрии на всех уровнях является учет факторов, влияющих на нее. При этом комплекс данных факторов является динамической системой – с течением времени в ней могут появляться новые элементы, влияние тех или иных факторов на сферу туризма и гостеприимства может увеличиваться и снижаться.

Литература

1. *Абдурахимова Ф.Т.К.* Конкурентоспособность: понятие и факторы // *Life Sciences and Agriculture*. 2020. № 2-2. С. 180–184.
2. *Баумгартен Л.В.* Возможные подходы к выбору показателей и оценке конкурентоспособности (на примере туристских услуг) // *Маркетинг в России и за рубежом*. 2011. № 4. С. 46–63.
3. *Имамутдинов М.М., Хакимова Р.Р., Абдрафикова Э.А.* Особенности оценки конкурентоспособности фирмы на рынке туристских услуг // *Казанский вестник молодых учёных*. 2019. Т. 3. № 5 (13). С. 168–171.
4. *Меркулова А.А.* Классификация факторов конкурентоспособности предприятия // *Инновационная наука*. 2015. № 12-1. С. 171–174.
5. *Морозов М.А., Войт М.Н.* Конкурентоспособность туристской дестинации, анализ ее основных конкурентных преимуществ // *Современная конкуренция*. 2013. № 3 (39). С. 82–92.
6. *Морозов М.А., Морозова Н.С.* Экономика туризма. М.: Юрайт, 2019. 291 с.
7. *Морозов М.А., Морозова Н.С.* Инновационные тренды развития туризма и гостиничного бизнеса в условиях цифровизации // *Естественно-гуманитарные исследования*. 2020. № 28(2). С. 196–202.
8. *Строилова Ю.А.* Влияние факторов макросреды на конкурентоспособность продукции фирмы // *Экономика и бизнес: теория и практика*. 2020. №. 2-2. С. 120–124.
9. *Тамов А.А., Подколзина И.М., Тамова М.К.* Индустрия туризма России: проблемы и тенденции развития // *Вестник Адыгейского государственного университета*. Сер. 5: Экономика. 2020. № 2 (260). С. 115–123.
10. Кейс: как мини-отель увеличил прямые продажи до 95%. URL: <https://www.travelline.ru/blog/kak-mini-otel-uvelichil-pryamyie-prodazhi-do-95> (дата обращения: 04.11.2021).
11. Национальный туристический рейтинг – 2020. URL: <http://russia-rating.ru/info/18797.html> (дата обращения: 04.11.2021).
12. Официальный сайт бренда «Visit Tatarstan». URL: <https://visit-tatarstan.com> (дата обращения: 04.11.2021).

13. Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457> (дата обращения: 02.11.2021).
14. Morozov M.A., Morozova N.S. Attractive tourist destinations as a factor of its development // *Journal of Environmental Management and Tourism*. 2016. Vol. 7. № 1(13). С. 105–111.

References

1. Abdurahimova F.T.K. (2020) Konkurentosposobnost': ponyatie i factory [Competitiveness: the concept and factors]. *Life Sciences and Agriculture*. No. 2-2. Pp. 180–184. (In Russian).
2. Baumgarten L.V. (2011) Vozmozhnye podhody k vyboru pokazatelej i ocenke konkurentosposobnosti (na primere turistskih uslug) [Possible approaches to the choice of indicators and the assessment of competitiveness (on the example of tourist services)]. *Marketing in Russia and abroad*. No. 4. Pp. 46–63. (In Russian).
3. Imamutdinov M.M., Hakimova R.R., Abdrafikova E.A. (2019) Osobennosti ochenki konkurentosposobnosti firmy na rynke turistskih uslug [Peculiarities of evaluation of the competitiveness of firms in the market of tourist services]. *Kazan Journal of Young Scientists*. B. 3. No. 5 (13). Pp. 168–171. (In Russian).
4. Merkulova A.A. (2015) Klassifikaciya faktorov konkurentosposobnosti predpriyatiya [Classification of factors of competitiveness of the enterprise]. *Innovative science*. No. 12-1. Pp. 171–174. (In Russian).
5. Morozov M.A., Vojt M.N. (2013) Konkurentosposobnost' turistskoj destinacii, analiz ee osnovnyh konkurentnyh preimushchestv [Competitiveness of a tourist destination, analysis of its main competitive advantages]. *Modern competition*. No. 3 (39). Pp. 82–92. (In Russian).
6. Morozov M.A., Morozova N.S. (2019) Ekonomika turizma [Tourism Economics]. Moscow: Yurayt. 291 p. (In Russian).
7. Morozov M.A., Morozova N.S. (2020) Innovacionnye trendy razvitiya turizma i gostinichnogo biznesa v usloviyah cifrovizacii [Innovative trends in the development of tourism and hotel business in the context of digitalization]. *Natural and humanitarian research*. No. 28(2). Pp. 196–202. (In Russian).
8. Stroilova Yu.A. (2020) Vliyanie faktorov makrosredy na konkurentosposobnost' produkcii firmy [The influence of macro-environment factors on the competitiveness of the company's products]. *Economics and Business: theory and practice*. No. 2-2. Pp. 120-124. (In Russian).
9. Tamov A.A., Podkolzina I.M., Tamova M.K. (2020) Industriya turizma Rossii: problemy i tendencii razvitiya [Tourism industry of Russia: problems and development trends]. *Journal of the Adygea State University. Ser. 5: Economics*. No. 2 (260). Pp. 115–123. (In Russian).
10. *Kejs: kak mini-otel' uvelichil pryamyje prodazhi do 95 %*. URL: <https://www.travelline.ru/blog/kak-mini-otel-uvelichil-pryamyje-prodazhi-do-95> (Date of the Application: 04.11.2021). (In Russian).
11. *Nacional'nyj turisticheskij rejting-2020*. URL: <http://russia-rating.ru/info/18797.html> (Date of the Application: 04.11.2021). (In Russian).
12. *Oficial'nyj sayt brenda «Visit Tatarstan»*. URL: <https://visit-tatarstan.com> (Date of the Application: 04.11.2021). (In Russian).
13. *Federal'naya sluzhba gosudarstvennoj statistiki*. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457> (Date of the Application: 02.11.2021). (In Russian).
14. Morozov M.A., Morozova N.S. (2016) Attractive tourist destinations as a factor of its development. *Journal of Environmental Management and Tourism*. Vol. 7. No. 1(13). Pp. 105–111.