

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ В СФЕРЕ УСЛУГ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

¹Арифиллин Марат Венерович
²Тараканова Ольга Владимировна
³Романов Алексей Александрович

¹ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», Москва, Россия
канд. экон. наук, доцент Кафедры управления в международном бизнесе и индустрии туризма
Института управления персоналом, социальных и бизнес-коммуникаций
109542 Россия, Москва, Рязанский просп., д. 99

²ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», Москва, Россия
ст. преподаватель Кафедры управления в международном бизнесе и индустрии туризма
Института управления персоналом, социальных и бизнес-коммуникаций
109542 Россия, Москва, Рязанский просп., д. 99

³ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», Москва, Россия
канд. историч. наук, доцент Кафедры управления в международном бизнесе и индустрии
туризма Института управления персоналом, социальных и бизнес-коммуникаций
109542 Россия, Москва, Рязанский просп., д. 99

Abstract. In the article, the authors briefly outlined the concept of "managing the competitiveness of services," determined the role of managing competitiveness in the implementation of rural tourism services. The analysis of the definition "competitiveness" is given. The existing competitive advantages are considered and the need to manage competitiveness in the field of rural tourism services is justified.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентоспособность туристского предприятия, конкурентоспособностью туристских услуг, сельский туризм.

Key words: competitiveness, competitiveness of tourist enterprise, competitiveness of tourist services, rural tourism.

Проблемам исследования конкурентоспособности предприятий были посвящены работы зарубежных ученых экономистов: И. Ансоффа, П. Друкера, М. Мескона, М. Портера, Ф. Хайека, Ф. Хедоури, Э. Чемберлена, И. Шумпетера и др.

В трудах отечественных ученых: Г. Л. Азоева, М. И. Гельвановского, М. А. Жуковой, П. С. Завьялова, Р. А. Фатхутдинова, А. Д. Чудновского, А. Ю. Юданова так же отражены отдельные вопросы повышения конкурентоспособности предприятий. В новых условиях, обусловленных коренным изменением экономической и политической ситуации в мире, вопросы конкурентоспособности становятся особенно актуальными для российских предприятий.

Различные авторы дают приводят разные толкования понятие конкурентоспособности. Наиболее общим является определение Майкла Портера. М. Портер определяет конкурентоспособность, как свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений [6, с. 21].

Р.А. Фатхутдинов рассматривает конкурентоспособность с позицией стратегического менеджмента, как важное свойство объекта, характеризующееся степенью реального или

потенциального удовлетворения конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке [7, с. 14].

По мнению другого российского автора - специалиста в области маркетинга П. С. Завьялова, «конкурентоспособность» — это возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка. [5, с. 138].

М. И. Гельвановский определяет «конкурентоспособность» как свойства объектов, которые создают преимущества для субъекта экономического соревнования [4].

Несмотря на достаточно глубокую изученность данной темы, отдельные вопросы управления конкурентоспособностью требуют уточнения.

Интерес представляют вопросы адаптации процесса управления конкурентоспособностью к сфере туризма, в частности, к перспективной в условиях геополитических и санкционных рисков сфере услуг сельского туризма. Сельский туризм навряд ли станет очень массовым явлением, способным конкурировать по туристским потокам с пляжным отдыхом, но имеет свою перспективную нишу, требует изучения и теоретического обоснования.

Применительно к туристско-гостиничной сфере, конкурентоспособность (туристского) предприятия – это отличительная характеристика по регулированию и развитию деятельности данного предприятия, от реализуемой деятельности предприятий-конкурентов, в условиях существующих ограничений, с целью удовлетворения потребностей людей и эффективности производственной деятельности.

Конкурентоспособностью туристских услуг следует рассматривать как совокупность уникальных и стоимостных характеристик, которые призваны обеспечить удовлетворение потребностей гостей и имеют выгодные отличительные характеристики от услуг, реализуемых предприятиями-конкурентами.

Из-за сложившийся в мире высокой геополитической напряженности, жестких экономических санкций, введенных в отношении РФ, приостановки авиасообщения между Россией и рядом недружественных стран, планы многих россиян на летний отдых в текущем году могут измениться. Привычному отдыху на море на зарубежных курортах, в этом году многие россияне могут предпочесть поездки по регионам России. Это могут быть традиционные организованные экскурсионные маршруты по Золотому Кольцу, поездки на отдых на российские черноморские курорты (Сочи и Южный берег Крыма), в малые города России, или в сельскую местность недалеко от дома. Число интересных для посещения направлений в России очень велико.

Одним из перспективных видов туризма для Российской Федерации является сельский туризм. Такой необычный отдых способствует эмоциональной разгрузке туристов и получению новых впечатлений, укреплению здоровья, приобщению к сельскому труду, здоровому образу жизни. Отдых на природе, лес, озера и реки дают возможность для организации как спокойного отдыха на лоне природы, так и активных видов туризма: охоты, рыбалки.

Для его активного развития в стране имеются определенные предпосылки:

- высокий спрос на подобные услуги со стороны жителей крупных городов, не имеющих собственных дач и приусадебных участков,
- обширные по площади территории, используемые для нужд сельского хозяйства, пригодные для развития сельского (аграрного) туризма,
- сезонный характер сельского труда, возможность составить событийный ряд мероприятий, исходя из такой сезонности, без ущерба для основной работы в сельском хозяйстве,
- возможность получения дополнительных доходов от использования оборудования и недвижимости,
- имеющийся международный опыт, подтверждающий эффективность подобной деятельности.

Тема отечественного сельского (аграрного) туризма и использования ресурсов домашнего хозяйства в рекреационной деятельности рассматривалась в трудах

Ю.С. Путрика, В.Н. Николашина, Е.М. Кульбацкого и Н.Е. Воиновой [3] других отечественных авторов, тема признана важной и перспективной для отечественной туристской отрасли.

Конкурентоспособность предприятий в сфере сельского туризма, на наш взгляд, обеспечивается влиянием таких факторов, как: уникальных туристских ресурсов, наличие жилья пригодного для достаточно комфортного размещения туристов, организация досуга и организация аутентичного питания.

При рассмотрении управления конкурентоспособности сельского туризма в России целесообразно выделить факторы «первого порядка», сюда относятся: природно-климатические и культурно-исторические. Они являются постоянными во времени для определённой сельской территории. К факторам «второго порядка», также влияющим на развитие аграрного туризма, можно отнести: кадровые и социально-демографические, институциональные, экономические, материально-технические, технологические. В процессе функционирования туристского предприятия, в условиях неконтролируемой макросреды маркетинга отдельные факторы из «первой» группы могут переходить во «вторую».

Качество услуг сельского туризма является важным инструментом в конкурентной борьбе, и, как следствие, успешной деятельности туристского предприятия. Туристы, которые довольны обслуживанием становятся активными потребителями данной туристской услуги, создавая высокую репутацию понравившимся им туристским районам. Качество реализуемых услуг в туристском секторе способствует повышению экономической эффективности туризма [1, 2].

Как уже было сказано выше, в современных условиях вопросам повышения конкурентоспособности предприятий всех сфер экономики уделяется большое внимание. В сегодняшней непростой экономической ситуации грамотное управление конкурентоспособностью туристского предприятия позволяет получить серьезное конкурентное преимущество, что очень полезно для фирмы в рыночных условиях.

Таким образом, развитие услуг сельского туризма будет успешным, если сможет конкурировать с другими сферами туристской индустрии.

Управление конкурентоспособностью в сфере услуг сельского туризма реализуется при наличии на предприятии ограниченных уникальных ресурсов, степени удовлетворения потребительского спроса, а также наличия креативных визуальных коммуникаций на выбранных сегментах рынка. В основе управления конкурентоспособностью услуг сельского туризма на российском рынке лежат следующие маркетинговые механизмы:

- специфика формирования коммуникационного комплекса бренда;
- анализ качества реализуемых туристских услуг на определённом сегменте рынка и повышение их доступности для внутренних и въездных туристов.

Библиографический список:

1. Арифуллин М.В. Пути повышения эффективности гостиничных услуг: Монография. - М.: Изд-во МАТГР, – 2010, 180 с.
2. Арифуллин М.В. Современные стратегии развития гостиничных объединений: Монография. - М.: Изд-во МосГУ, – 2016.
3. Воинова, Н.Е. Особенности услуг сельского туризма. Актуальные исследования, 6(9), 2020. – URL: <https://apni.ru/article/385-osobennosti-uslug-selskogo-turizma> (дата обращения 09.11.2022)
4. Гельвановский М.И. Конкурентоспособность национальной экономики: проблемы статистического сопровождения: поиск методологической адекватности: учебное пособие – Москва, Статистика России, – 2009. – 383 с.
5. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. Пособие. М.: Инфра М, – 2010, – с. 280.
6. Портер М., Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.: Альпина Бизнес Букс, –2018, – с. 720.
7. Фатхутдинов Р.А., Стратегический менеджмент: Учебник для ВУЗов. М.: Дело, – 2018, – с. 448.