Геомаркетинг как инструмент изучения конкурентных преимуществ отелей

Geomarketing as a tool for studying the competitive advantages of hotels

Воробьева Д.Е., Дегтева Е.В.

D.Vorobeva, E. Degteva

In this article, with the help of geo-marketing, the location of hotels in the Central Administrative District of Moscow is considered with the aim of identifying their competitive advantages. Based on geo-information systems, the authors propose to evaluate the localization of the hotel on an electronic map, including in relation to the transport and socio-cultural infrastructure of the Central Administrative District. The proposed approach allows us to highlight the advantages and disadvantages of the territory, on the basis of which one can evaluate the competitive advantages of hotels.

В данной статье с помощью геомаркетинга рассматривается месторасположение отелей в Центральном административном округе Москвы с целью выявления их конкурентных преимуществ. Авторы на основе геоинформационных системпредлагают оценить локализацию отеля на электронной карте и в том числе относительно транспортной и социально-культурной инфраструктуры ЦАО. Предлагаемый подход позволяет выделить преимущества и недостатки территории, на основе которых можно оценивать конкурентные преимущества гостиниц.

***Ключевые слова*:** геомаркетинг, геоинформационные системы, гостиницы, месторасположение, конкурентые преимущества.

Key words: geomarketing, geographic information systems, hotels, location, competitive advantages.

Введение

Центральный административный округ Москвы является самым главным округом столицы. Именно в нем сосредоточена основная культурная и деловая жизнь. И именно в центральном округе Москвы находится основная доля всех гостиниц города.

Данная тема исследования является актуальной и обсуждаемой, так какдля анализа месторасположения гостиницэлектронные карты играют значимую роль, поскольку в современном мире, где развиты информационные технологии, геоинформационные системы являются важным и доступным инструментом. С помощью геоинформационных систем можно изучить инфраструктуру территории по исследуемому признаку (транспорт, достопримечательности, деловые и торговые центры и т.д.). С их помощью можно проанализировать расположение гостиничных предприятий относительно инфраструктуры и сделать необходимые выводы.

Практический интерес предприятий индустрии гостеприимства к этой теме очень велик, так как важно привлечь новых клиентов и удержать постоянных. Вместе с тем в ЦАО г. Москвы существует большая конкуренция между гостиницами и, следовательно, становится все труднее удерживать соответствующую позицию на рынке. Очевидно, что при выборе гостиницы большую роль играет ее месторасположение, и отели, расположенные в ЦАО, имеют определенные преимущества. В этой связи представляется важным проводить анализ территории, на которой расположен отель с точки зрения поиска дополнительных удобств клиентов, которые определяются локализацией гостиницы.

Геомаркетинговые исследования в индустрии гостеприимства

Геомаркетинг является одним из перспективных направлений маркетинговых исследований [1]. Его появление и широкое распространение стало возможным благодаря созданию геоинформационных систем (ГИС).

На сегодняшний день, по причине междисциплинарного направления, общепринятого определения геомаркетинга не существует. Рассмотрим далее

основные научные подходы к определению сущности понятия «геомаркетинг» (таблица 1).

Таблица 1.

Основные научно-теоретические подходы к определению сущности понятия «геомаркетинг»

№ п/п	Определение понятия	Авторы, источник
1	Геомаркетинг – это междисциплинарное направление исследований, суть которого заключается в интеграции инструментов географической науки и маркетинга. Результат этой интеграции – новый инструмент управления бизнесом.	Андрианов В., Леонов А.[2]
2.	Геомаркетинг – это концепция рыночного ведения хозяйства и управления, которое базируется на эффективных методах получения, анализа и применения информации при управлении, производстве и потреблении, инвестировании, для развития региональных образований.	Цветков В.Я. [3]
3.	Геомаркетинг (географический маркетинг) - это один из важнейших компонентов географического управления, который имеет самостоятельное значение и инструменты.	Anderson V.M. [4]

Таким образом, по данным табл. 1 видно, что в основном указанные ученые рассматривают концепцию геомаркетинга в рамках трех разных подходов. Во-первых, геомаркетинг можно рассматривать как географические аспекты классического маркетинга, в частности, процедуру сегментации географического рынка и географического позиционирования товаров. Во-вторых, геомаркетинг можно рассматривать как территориальный маркетинг и, в частности, региональный маркетинг. В-третьих, геомаркетинг можно понимать как маркетинг географических знаний и технологий.

В данной статье представляется целесообразным рассматривать второй вариант. Поэтому далее в работе будет использовано следующее определение

понятия «геомаркетинг» - концепция рыночного ведения хозяйства и управления, основанная на эффективных методах получения, анализа и применения информации при управлении, производстве и потреблении для развития региональных образований.

Потребность в применении методов геомаркетинга возникает именно при реализации товаров и услуг конечному потребителю. Она связана с важной ролью географической составляющей в успехе любого предприятия гостиничной индустрии[5]. Спрос конечных потребителей не однороден в пространстве, конкуренты также имеют локализацию в пространстве, на принятие решения потребителем о выборе гостиницы оказывают влияние географические факторы. Следовательно, область геомаркетинга – реализация услуг конечным потребителям через объекты гостиничного бизнеса.

Геомаркетинговое исследование проводится по инициативе коммерческой организации, а, следовательно,главной целью – минимизация издержек при размещении нового объекта или привлечение как можно большего числа потребителей к действующему объекту[6].

Использование ГИС при анализе месторасположения гостиницы в ЦАО г. Москвы

Центральный административный округ (ЦАО) города Москвы — один из двенадцати округов столицы. Был образован в 1991 году для административного управления соответствующей территорией. В состав ЦАО входят 10 районов: Арбат, Басманный, Замоскворечье, Красносельский, Мещанский, Пресненский, Таганский, Тверской, Хамовники и Якиманка[5].

Центральный административный округ является самым развитым из всех районов Москвы. Именно в ЦАО:

- сосредоточена большая часть памятников культуры Москвы. Это памятники всевозможным политическим деятелям, музеи и церкви. На территории ЦАО расположены 237 культовых учреждений разных конфессий и 8 из 10 московских монастырей.
- находятся 6 из 9 московских вокзалов – Курский, Казанский,

Ярославский, Ленинградский, Белорусский и Павелецкий.

- расположены практически все правительственные учреждения (Кремль, Дом Правительства РФ, Совет Федераций, Госдума и большинство министерств).
- находятся тысячи развлекательных учреждений – баров, ресторанов, клубов, а также магазинов и торговых центров.

К тому же, ЦАО является одним из округов, наиболее обеспеченных станциями метро (67 станций, 38% от общего количества). Кроме того, через ЦАО проходят почти все ветки метро, за исключением Каховской и Бутовской.Также на территории ЦАО г. Москвы действует обширная сеть парковочных пространств.

Центральный административный округ Москвы отличается от остальных именно тем, что в нем сосредоточены почти абсолютное большинство достопримечательностей столицы. Туристы могут в шаговой доступности или за короткий промежуток времени на общественном транспорте попасть к той достопримечательности, которая его интересует - музеи, парки, памятники, театры, храмы и др.

Перейдем далее к анализу гостиничного сектора ЦАО г. Москвы. Согласно данным сайта booking.com, на октябрь 2018 годав ЦАО Москвы расположено 1075 отелей, имеющих разное количество звезд[6].

На рис. 1 изображена структура рынка отелей в Центральном административном округе Москвы по количеству звезд.

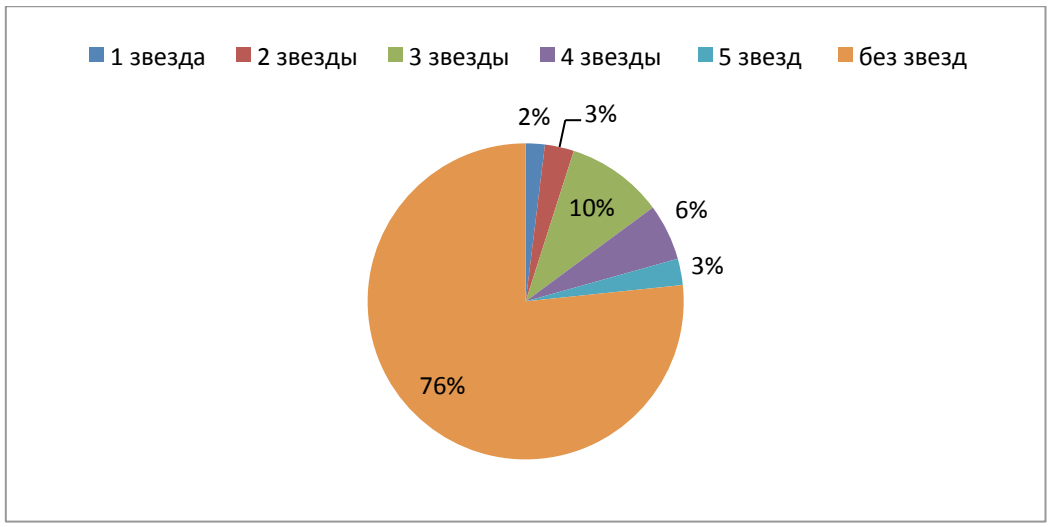

Рис. 1. Структура рынка отелей в Центральном административном округе Москвы покатегориям.

По данным рис. 1 видно, что большую часть занимают внеразрядные отели, в основном, к ним относятся апарт-отели. Самыми многочисленными являются трехзвездные отели – 107, доли остальных по разрядности отелей – сопоставимы.

В ходе исследования с помощью ГИС(GoogleMaps) была создана карта, наглядно представляющая расположение отеля «AzimutСмоленская» и различных типов объектов, в посещении которых заинтересованы гости отелей (культурные достопримечательности, бизнес центры, музеи, парки, торговые центры и т.д.) (рис. 2)

«Azimut отель Смоленская» — четырехзвездочный отель, расположенный по адресу ул. Смоленская, 8 (район Арбат). Представляет собой 23-этажное здание с панорамным видом из отеля[7]. Расположен напротив Министерства Иностранных дел РФ и находится в 10 минутах ходьбы до улицы Арбат (0,7 км). Ближайшая станция метро «Смоленская» Филевской и Арбатско-покровской линии находится в 8 минутах ходьбы от отеля (0,6 км).

Недалеко находятся многочисленные остановки наземного транспорта, что позволяет гостям без труда добраться в нужную точку города. Также в шаговой доступности находится Киевский вокзал, что очень удобно для тех, кто приехал или будет уезжать именно с этого вокзала.

От отеля до аэропорта имеется трансфер, также отель имеет свою парковку. Данные удобства являются значительными преимуществами отеля. В самом Azimut отеле расположены 8 конференц-залов, что позволяет проводить деловые встречи в самой гостинице, не перемещаясь по городу. Всего в семи минутах ходьбы находится исторический район Арбата, а значит в шаговой доступности находятся все достопримечательности Арбата: выставочный зал музея А.С.Пушкина, мемориальная квартира А.С.Пушкина, дом Мельникова, дом Аксаковых и др. Ближе всех к отелю расположены достопримечательности: Государственный музей А.С. Пушкина (1,1 км), Третьяковская Государственная галерея музей-мастерская скульптора Голубкиной А.С. (0,7 км), Храм Успения Пресвятой Богородицы (0,7 км), Белый дом (1,1 км), театр «Миллениум» (0,8 км), улица Новый Арбат (1,1 км).

На карте видно, что основные достопримечательности находятся в среднем в 20-30 минутах ходьбы, однако в ближайшем расположении находятся остановки общественного транспорта и станция метро «Смоленская», и добраться до нужного места можно почти вдвое быстрее[8]. Напротив Киевского вокзала находится ТРЦ «Европейский» - 8-этажный торговый центр, в котором можно приобрести все, что необходимо.

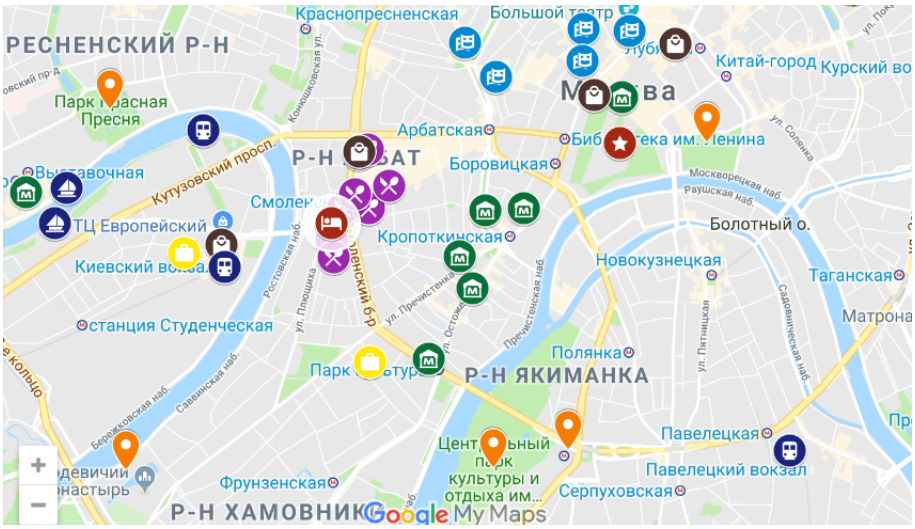

Рис. 2. Расположение Azimut Отель Смоленская на карте Москвы.

Проведенный анализ позволяет выявить основные закономерности расположения отелей в ЦАО г. Москвы с точки зрения транспортной доступности, привлекательности ландшафта, степени развитости социально-культурной инфраструктуры и др.

Преимущества расположения гостиниц в ЦАО Москвы:

- Минимальные затраты по времени на перемещение в нужное место, где расположены достопримечательности города;
- Развитая система транспортного сообщения;
- Большое разнообразие отелей – от бюджетных до люксовых;
- Наличие широкого спектра дополнительных услуг в отелях (конференц-зал, SPA-центр и т.д.);
- Высокий уровень обслуживания клиентов;

Недостатки расположения гостиниц в ЦАО Москвы:

- Завышенные цены на номера;
- Проблемы с парковками из-за большого количества автомобилей;
- Шум и круглосуточная активность;
- Скопление людей, плохая экологическая обстановка из-за близости к крупным автомагистралям.

Выделенные преимущества и недостатки ЦАО с точки зрения расположения отелей указывают, что этот округ Москвы отличается высокой деловой активностью и может быть интересен гостям, желающим иметь возможность посещать все достопримечательности центра столицы в режиме шаговой доступности. При этом фактор стоимости услуг не будет для них иметь решающего значения. Вместе с тем отели, находящиеся в других частях города будут иметь более привлекательное ценовое предложение.

Заключение

Таким образом, анализ показал, что геоинформационные системы являются важным инструментом и источником для проведения маркетинговых исследований, так как ГИС помогают выявить преимущества и недостатки собственного бизнеса исходя из его локализации. Совершенно очевидно, что месторасположение отелей – это широко известное преимущество, но с появлением геоинформационных систем и развитием интернета, оно стало легко определяемым и очевидным для потребителей.

Литература

1. Актуальные проблемы изучения туристских ресурсов РФ на основе применения современных информационных технологий. / Под редакцией проф. Джанджугазовой Е.А. – М.: Издательство, 2012.
2. Андрианов В., Леонов А., Бредюк К. Геомаркетинг: на стыке маркетинга и географии [Электронный ресурс]: эл. Журнал «Маркетинг Менеджмент», 2010. №7-8. – URL: www.marketing.spb.ru.
3. Цветков В.Я. Геомаркетинг: прикладные задачи и методы/Цветков В.Я. – М: Финансы и статистика, 2002. – 239 с
4. Anderson V.M. Geomanagement and Geomarketing as Tools of Sustainable Development under Conditions of Regional Competition / V.M. Anderson // Scientific Bulletin. – 2005. – P. 225–231
5. Dzhandzhugazova E.A.Innovations in hospitality industry./ E.A.Dzhandzhugazova,E.A.Blinova, L.N.Orlova, M.M. Romanova // International Journal of Environmental and Science Education. - 2016. - T. 11. № 17. P. 10387-10400.
6. Джанджугазова, Е. А. Маркетингтуристскихтерриторий: учебноепособиедляакадемическогобакалавриата / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд.,испр. и доп. — М.: ИздательствоЮрайт, 2018. — 223 с. — (Серия: Бакалавр. Академическийкурс).

7. Префектура Центрального административного округа (ЦАО) города Москвы: Официальный сайт[Электронный ресурс]/ Префектура Центрального административного округа (ЦАО) города Москвы. – 2008-2018. – Электрон, дан. – Режим доступа:https://cao.mos.ru (дата обращения: 13.10.2018).
8. Система Интернет-бронирования отелей: Официальный сайт [Электронный ресурс]/Система Интернет-бронирования отелей. – 2005-2018. – Электрон, дан. – Режим доступа: https://www.booking.com/index.ru.html (дата обращения 23.10.2018)
9. Официальный сайт отеля AzimutСмоленская: Официальный сайт [Электронный ресурс]/ Отель AzimutСмоленская. – 2010-2018. – Электрон, дан. – Режим доступа: https://azimuthotels.com/Russia/azimut-hotel-smolenskaya-moscow (дата обращения 15.10.2018)
10. Картографический сервис Google карты: Официальный сайт [Электронный ресурс]/ Картографический сервис Google карты. – 2005-2018. – Электрон, дан. – Режим доступа: https://www.google.ru/maps (дата обращения 14.10.2018)