

Рогова Ирина Александровна

канд. экон. наук, ФГБОУ ВО
«Государственный университет
управления», г. Москва

e-mail: 6296235@mail.ru

ГОСТИНИЧНЫЙ БИЗНЕС В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ

Аннотация. Гостиничный бизнес – стремительно развивающаяся отрасль даже в условиях экономического кризиса и нестабильной политической обстановки. В статье приведен анализ мирового рынка гостиничной индустрии, современных тенденций развития в актуальных условиях ведения хозяйственной деятельности. Рассмотрено место индустрии гостеприимства в системе мирового хозяйствования. Приведен анализ причин высокой привлекательности и рентабельности гостиничного бизнеса. Исследованы инновационные тенденции и основные проблемы развития гостиничной индустрии в России и в мире.

Ключевые слова: индустрия туризма и гостеприимства, гостиничный бизнес, конкурентоспособность, средство размещения, тенденция развития, ресурс, инновация.

Rogova Irina

Candidate of Economic Sciences, State
University of Management, Moscow

e-mail: 6296235@mail.ru

HOSPITALITY INDUSTRY IN MODERN CONDITIONS: RECENT TRENDS AND PROBLEMS OF DEVELOPMENT

Abstract. Hospitality industry is a rapidly developing industry even in conditions of economic crisis and unstable political situation. In this article the analysis of the world market of the hotel industry, modern tendencies of development in actual conditions of conducting economic activity is resulted. The place of hospitality industry in the world economy system is considered. The analysis of the reasons of high attractiveness and profitability of hotel business is resulted. Innovative trends and main problems of hotel industry development in Russia and in the world are investigated.

Keywords: tourism and hospitality industry, hotel business, competitiveness, accommodation facility, development trend, resource, innovation.

На сегодняшний день мировая индустрия туризма и гостеприимства находится в жестких условиях конкурентной борьбы за каждого клиента и вынуждена крайне стремительно реагировать на внешние изменения условий хозяйствования [1]. Несмотря на нестабильную экономико-политическую ситуацию в мире, гостинично-туристический бизнес продолжает активно развиваться во всем мире. Рост туризма во всем мире вызывает активное расширение предлагаемых гостиничных услуг.

Гостиничный бизнес является одной из наиболее быстро развивающихся отраслей, на которую приходится 6 % мирового внутреннего валового продукта и около 5 % всех налоговых поступлений. Развитие гостиничного бизнеса активно стимулирует развитие других отраслей и направлений деятельности: международного бизнеса, транспортной индустрии, торговли, информационных технологий, строительства, сельского хозяйства, сферы услуг в области красоты и здоровья, производство товаров народного потребления, развития технологий в области экологии и безопасности, инновационной сферы и многих других [4].

В зависимости от «звездности» и классификации средств размещения, на каждые 10 туристов, проживающих в гостинице, приходится около трех рабочих мест напрямую и два рабочих места, косвенно связанных с обслуживанием (сотрудники туристических компаний, транспортных компаний и т. д.) [4].

Гостиничная индустрия – одна из самых привлекательных сфер для бизнеса. Мировое гостиничное хозяйство на сегодняшний день насчитывает около 400 тыс. комфортабельных гостиниц более чем на 30 млн мест. При этом общее количество номеров за последние 20 лет продолжает расти и увеличивается в среднем на 3-4 % в год, что свидетельствует о стабильной динамике увеличения количества средств размещения [4].

Российский гостиничный бизнес в последние годы также укрепляет свои позиции. По итогам 2016 г. можно однозначно сказать, что многие граждане Российской Федерации предпочли отдыху за границей российские курорты – спрос на гостиничные услуги в России вырос на 37 %, по сравнению с показателями

прошлых лет [5]. Террористические акты, нестабильная политическая обстановка, рост цен на гостиничные услуги, резкие колебания курса валют, отсутствие уверенности в завтрашнем дне и другие факторы повернули тенденцию российских туристов отдыхать в целом ряде некогда популярных курортов мира – Турции, Египте, Греции, Тайланде и других странах.

Гостиничный бизнес привлекает предпринимателей по многим причинам:

- возможность эффективно работать в кризисных экономических условиях;
- относительно небольшие первоначальные инвестиции;
- возможность максимизировать прибыль во времена экономического роста;
- растущий спрос на туристические и гостиничные услуги;
- высокий уровень рентабельности и гибкости гостиничных предприятий;
- относительно небольшой срок окупаемости затрат;
- проведение различных мероприятий мировых масштабов (различные соревнования спортивного, музыкального, научного и экономического характера, например, Кубок конфедераций, Международные экономические форумы, международный музыкальный конкурс «Новая волна», Чемпионат мира по футболу и т. д.)

На сегодняшний день рынок гостиничной индустрии представлен многообразием средств и форм размещения, способных удовлетворить всевозможные потребности и возможности клиентов: гостиницы, международные цепи, мотели, ведомственные гостиницы, пансионаты, санатории, клубные номера, бутик-отели, пляжные гостиницы, гостевые дома, мини-отели, хостелы, туристические лагеря, ботели, флотели, бунгало, кемпинги, туристические базы, частные дома и коттеджи и многое другое.

Гостиничный бизнес в наши дни – стремительно развивающаяся и перспективная отрасль, которая приносит большие прибыли. Главной целью деятельности предприятий гостиничной индустрии является именно прибыль, которая находится в прямой зависимости от количества и качества предоставляемых услуг. Каждое предприятие гостиничной индустрии стремится к увеличению объемов реализации своих услуг и встречается с барьером – наличием жесткой конкуренции на рынке [3].

Огромное количество разнообразных факторов оказывает влияние на конкурентоспособность гостиницы: ее географическое положение, размер и разнообразие номерного фонда, звездность, инфраструктура, инновационные технологии, применяемые в гостинице, стоимость отдельного номера, материально-техническое оснащение, уникальность гостиничных услуг, квалифицированность персонала, наличие достопримечательностей рядом с гостиницей и другие важные факторы. Однако не только эти факторы являются существенными для туристов в настоящее время. Для реального успеха гостиницы всегда нужны новые, совершенно уникальные идеи. Конкуренция является самым высоким стимулирующим фактором для появления свежих инновационных идей. Безусловным в данном случае является следующий принцип успешного бизнеса: то, что было придумано вчера, сегодня уже не актуально [3].

Для поддержания конкурентоспособности гостиничного предприятия, необходимо четкое определение содержания и последовательности конкретных действий для достижения поставленных целей, что и определяет в широком смысле процесс планирования и прогнозирования деятельности гостиниц.

Грамотное планирование и рациональное использование всевозможных ресурсов, имеющихся у гостиничного предприятия (материально-вещественных, человеческих, научно-информационных, организационных, временных, интеллектуальных и других видов ресурсов) позволяет заглянуть в будущее бизнеса, разработать стратегию и тактику производственно-хозяйственной деятельности гостиничного предприятия и, как следствие, приводит к намеченной цели с более эффективным результатом.

В условиях жесткой конкуренции каждое предприятие стремится завоевать свое экономическое пространство, целевую аудиторию. Конкурентными стратегиями предприятий являются не только удержание своего положения на рынке и стабильное функционирование, но и дальнейшее развитие и совершенствование бизнеса.

Для управления процессом функционирования гостиничного предприятия необходимо его постоянно возобновлять и поддерживать в предусмотренном стандартами и техническими условиями состоянии, обеспечивать ритмичное предоставление услуги определенного качества.

Управление процессом развития гостиничного предприятия имеет целью изменение его состояния, преобразование его до заранее намеченного уровня, соответствующего или превышающего высшие мировые достижения гостиничной индустрии.

Основной закон маркетинга гласит, что любая услуга (или товар), поставляемая на рынок, в точности должна соответствовать запросам потребителя. Другой закон маркетинга утверждает, что единого рынка не существует, рынок всегда состоит из отдельных сегментов, в каждом из которых находятся покупатели с определенными потребностями. Отсюда возникает задача приспособления каждой услуги к тому или иному сегменту рынка. Все это, несомненно, относится и к предприятиям, предоставляющим гостиничные услуги. Хотя процесс специализации отелей, приспособление их к различным сегментам туристского рынка еще далеки от завершения, тем не менее, уже сейчас можно утверждать, что эпоха универсальных отелей, рассчитанных на любого путешественника, уходит в прошлое. Все больше отелей специализируются на вполне определенных сегментах рынка.

Сегодня заметны актуальные изменения в приоритетах различных игроков гостиничной индустрии от крупных игроков до малых гостиниц и хостелов в развитии и совершенствовании собственных сетей, появляется все большее число участников на рынке гостеприимства, происходит демократизация бизнеса. Компании стараются привлечь не только обеспеченных клиентов, но и предлагают свои услуги клиентам со средним достатком. Благодаря изменению внешней и внутренней политической и экономической среды формируются и новые тенденции на рынке туризма и гостеприимства [6; 2].

Необходимо отметить следующие современные актуальные тенденции в области развития мировой гостиничной индустрии:

- развитие сегмента «малых средств размещения» – мини-отелей и хостелов;
- активное использование современных маркетинговых методов в современной гостиничной индустрии (коллаборация, совместные форумы и рекламные платформы и т. д.);
- открытие на рынке гостеприимства отелей от мировых известных брендов модных домов (Armani, Versace, Missoni, Moschino и др.);
- развитие международных гостиничных сетей, в том числе и на российском рынке гостиничной индустрии. Так, например, в Москве в 2016 г. открылся крупнейший новый отель международной гостиничной сети Accor, в составе которого открылись три гостиницы: Ibis, Adadio, Novotel, номерной фонд которых составляет 701 номер;
- развитие малых независимых, уникальных бутик-отелей, которые делают ставку на комфортабельность, неповторимость, нестандартность решения, использование инновационных технологий и обстановки, роскошный и эксклюзивный интерьер, оригинальные детали и обслуживание на самом высоком уровне гостеприимства [6];
- активное использование и развитие различных информационных технологий в гостиничной индустрии: информационные терминалы и 3D-модули-приложения для самостоятельной регистрации и заселения гостей в аэропортах и лобби гостиниц; применение ИТ-технологий и информационных приложений для мобильных телефонов, которые позволяют гостю самостоятельно провести регистрацию въезда и выписки из гостиницы, бронирование дополнительных услуг, а также доступ в номер без ключа с помощью мобильного телефона и многие другие функции [7];
- строительство и внедрение в эксплуатацию гостиниц и отдельных номеров, оснащенных последними инновационными технологиями, в соответствии с мировыми стандартами обслуживания;
- использование глобальных систем бронирования.

Тем не менее, гостиничная индустрия, как и любой другой бизнес, в современных условиях претерпевает ряд существенных проблем, связанных в том числе и с экономическим кризисом, и нестабильной политической обстановкой. На основе проведенного автором исследования ряда российских гостиничных предприятий можно выявить основные ошибки при планировании и ведении бизнеса:

- недостаточное знание гостиничного рынка, его емкости, основных тенденций развития, конкурентной среды;
- недостаточность квалифицированных кадров на рынке;
- ошибки стратегического планирования – отсутствие учета бизнес-стратегий в долгосрочной перспективе гостиничного предприятия, ориентация на быстрое получение прибыли;
- отсутствие или неполнота качественной информации в области исследования гостиничной отрасли;
- неполнота знаний в области законодательства и правовых аспектов, относительно реализуемого проекта;
- размытые или некорректные цели бизнес-проектов;
- ошибки в производственных сроках реализации;

- пренебрежение сторонней помощью при отсутствии необходимых знаний в области финансового планирования, юридической оценки; знаний и технологий, которые могут дать необходимый толчок на старте проекта;
- ошибки в поставках необходимых материалов, неточности в заключении договоров с поставщиками услуг;
- неполнота расчетов основных экономических и финансовых показателей: рентабельности, чистого приведенного дохода, индекса прибыльности, точки безубыточности, срока окупаемости и т. д.
- ошибки в построении организационной структуры и неправильное распределение полномочий управленческого персонала гостиничного предприятия;
- ошибки маркетинговой политики, неверный выбор целевой аудитории, отсутствие четкого плана продвижения и реализации, не проработанность прямых и косвенных каналов сбыта;
- ошибки в выбранных методах формирования себестоимости услуг и продукции, неверная ценовая политика;
- отсутствие механизма или модели принятия решений о поведении субъекта хозяйствования на основных типах рынка для достижения запланированных целей;
- ошибки в определении рентабельности производства и отдельных видов продукции и услуг гостиничного предприятия;
- отсутствие резервов снижения себестоимости продукции и услуг;
- неполнота обоснования решения о предоставлении новых видов услуг в гостиничном предприятии;
- недооценка преимуществ конкурентных предприятий;
- ошибки в расчетах необходимых материально-вещественных, интеллектуальных, трудовых, временных, организационных ресурсах, требуемых для успешного ведения бизнеса;
- отсутствие разработок в области исследования хозяйственных рисков гостиничного предприятия;
- завышенные, амбициозные прогнозы;
- нерациональное использование инвестиционных вложений.

Таким образом, можно сделать вывод, что основные ошибки и трудности в развитии предпринимательской деятельности в области гостиничного бизнеса сопряжены с незрелостью стратегического и экономического планирования. Несмотря на интенсивную пропаганду, у многих предпринимателей отсутствует заинтересованность к инновационным технологиям, большинство из них нацелены на получение быстрой прибыли «здесь и сейчас». По-прежнему прослеживается высокий уровень коррупции, бюрократии, недостаточность законодательной базы в области развития инновационной деятельности. Вместе с тем успешное ведение гостиничной деятельности – сложный, ответственный и многофакторный процесс, требующий от руководителя совокупности знаний и навыков в различных областях хозяйственной деятельности гостиничного предприятия: правовым основам гостиничного бизнеса, финансовому и инвестиционному анализу, бухгалтерскому и управленческому учету, маркетингу, управлению персоналом, статистике, инновационному менеджменту, экономике и управлению предприятием, гостиничному менеджменту, организационной культуре в сфере гостеприимства и других сферах. Стремительные изменения в индустрии гостеприимства требуют новых импульсов для подкрепления своих позиций в конкурентной борьбе, ведь использование только лежащих на поверхности резервов не служит гарантией стабильного дохода, функционирования и развития бизнеса. Анализ, исследование и использование гостиничным предприятием актуальных мировых тенденций ведения хозяйственной деятельности воздействует на улучшение качества обслуживания, повышение конкурентоспособности, имиджа и репутации гостиничного предприятия, делает ее привлекательной и уникальной для клиентов.

Библиографический список

1. Грищенко, Д. А. Инновационное развитие гостиничного предприятия // Международный научный журнал «Инновационная наука». – № 1. – 2016. – 53 с.
2. Кормишова, А. В. Подходы к определению содержания понятия «инфраструктура туризма» // Academy. – 2017. – № 2 (17) – С. 124-132.
3. Рогова, И. А. Особенности управления инновационной деятельностью в туристическом бизнесе // Вестник университета. – М.: Изд. дом ГУУ, 2013. – № 9. – С. 82-86.

4. Федоров, Р. Г. Гостиничный бизнес как составляющая современной индустрии туризма // Молодой ученый. – 2013. – № 4. – С. 307-311.
5. Гостиничный рынок России показал ощутимый рост // Портал про гостиничный бизнес ProHotel. – 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prohotel.ru/news-220318/0/>. (дата обращения: 02.03.2018).
6. Какие тенденции в гостиничном бизнесе ожидаются в 2017 году // Портал про гостиничный бизнес ProHotel. – 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prohotel.ru/article-220126/0/>. (дата обращения: 15.03.2018).
7. Модуль Logus Центр мониторинга и отчетов в формате 3D // Портал про гостиничный бизнес ProHotel. – 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prohotel.ru/news-219837/0/>. (дата обращения: 15.03.2018).

References

1. Grischenko D. A. Innovatsionnoe razvitie gostinichnogo predpriyatiya [*Innovative development of the hotel industry*] // Mezhdunarodnyy nauchnyy zhurnal «Innovatsionnaya nauka». 2016. I. 1. 53 p.
2. Kormishova A.V. Podhodyi k opredeleniyu sodержaniya ponyatiya «infrastruktura turizma» [*Approaches to definition of the concept «tourism infrastructure»*] // Academy. 2017, I. 2 (17), pp. 124-132.
3. Rogova I. A. Osobennosti upravleniya innovatsionnoy deyatel'nostyu v turisticheskom biznese [*Features of management of innovative activity in tourist business*] // Vestnik universiteta. M.: Izd. Dom GUU, 2013, I. 9, pp. 82-86.
4. Fedorov R. G. Gostinichnyy biznes kak sostavlyayuschaya sovremennoy industrii turizma [*The hotel business as a part of the modern tourism industry*] // Molodoy ucheniy. 2013, I. 4, pp. 307-311.
5. Gostinichnyy ryinok Rossii pokazal oschutimyy rost [*Hotel market of Russia showed a significant growth*] // Portal pro gostinichnyy biznes ProHotel, 2017. Available at: <http://prohotel.ru/news-220318/0/> (accessed 02.03.2018).
6. Kakie tendentsii v gostinichnom biznese ozhidayutsya v 2017 godu [*What trends in the hotel business are expected in 2017*] // Portal pro gostinichnyy biznes ProHotel, 2017. Available at: <http://prohotel.ru/article-220126/0/> (accessed 15.03.2018).
7. Modul Logus Tsentra monitoringa i otchetov v formate 3D [*Module Logus Center monitoring and reporting in 3D format*] // Portal pro gostinichnyy biznes ProHotel, 2017. Available at: <http://prohotel.ru/news-219837/0/> (accessed 15.03.2018).