УДК 348; 631
DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10311

ОБОРИН Матвей Сергеевич
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Пермский институт (филиал);
Пермский государственный национальный исследовательский университет;
Пермский государственный аграрно-технологический университет
имени акад. Д.Н. Прянишникова (Пермь, РФ);
доктор экономических наук, профессор; recreachin@rambler.ru

ФАКТОРЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА РОССИИ

Статья посвящена анализу факторов стратегического развития гостиничного бизнеса в России. Рассматриваются особенности функционирования предприятий гостиничного комплекса в российских условиях, включая институциональные, организационные и управленческие аспекты. Необходимость формирования стратегического подхода к управлению гостиничного бизнеса обусловлена нестабильностью макроэкономических и геополитических факторов, наличием кризисных явлений, сохраняющих длительный негативный эффект в экономике сферы услуг. Гостиничная индустрия способствует быстрому привлечению платежеспособного спроса в регионы, поэтому программный подход к ее развитию будет способствовать решению значимых социально-экономически задач. Охарактеризованы элементы индустрии гостеприимства, представлена оценка эволюции данного понятия в научных работах отечественных и зарубежных авторов. Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что научно-теоретические основы управления индустрией гостеприимства продолжают развиваться в сложных экономических условиях с учетом положительного отечественного и международного опыта. Сформулированы основные направления стратегического развития предприятий гостиничного бизнеса России.

Ключевые слова: *гостиница, гостиничный бизнес, индустрия гостеприимства, тенденции развития, стратегическое развитие.*

Для цитирования: Оборин М.С. Факторы стратегического развития гостиничного бизнеса России // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т.14. №3. С. 153-161. DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10311.

Дата поступления в редакцию: 29 июля 2020 г.
Дата утверждения в печать: 2 сентября 2020 г.

СЕРВИС В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

T. 14, No. 3 (90)
2020

UDC 348; 631
DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10311

Matvey S. OBORIN

Plekhanov Russian University of Economics, Perm Institute (branch); Perm State National Research University; Perm State Agro-Technological University named after Academician D.N. Pryanishnikov (Perm, Russia); PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor; e-mail: recreachin@rambler.ru
ORCID iD: 0000-0002-4281-8615

STRATEGIC DEVELOPMENT FACTORS OF HOTEL BUSINESS IN RUSSIA

Abstract. *The article is devoted to the analysis of strategic development factors of hotel business in Russia. The article deals with the peculiarities of the functioning of the hotel complex enterprises in Russian conditions, including institutional, organizational and managerial aspects. The need to form a strategic approach to the management of the hotel business is due to the instability of macroeconomic and geopolitical factors, the presence of crisis phenomena that preserve a long-term negative effect in the economy of the service sector. The hotel industry contributes to the rapid attraction of solvent demand to the regions, so the program approach to its development will contribute to solving significant socio-economic problems. The elements of the hospitality industry are characterized, and the evolution of this concept in the scientific works of domestic and foreign authors is evaluated. The conducted research allows us to conclude that the scientific and theoretical foundations of management of the hospitality industry continue to develop in difficult economic conditions, considering positive domestic and international experience. The author formulates main directions of strategic development of Russian hotel business enterprises.*

Keywords: *hotel, hotel business, hospitality industry, development trends, strategic development.*

Citation: Oborin, M. S. (2020). Strategic development factors of hotel business in Russia. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, *14*(3), 153-161. doi: 10.24411/1995-042X-2020-10311. (In Russ.).

Article History
Received 29 July 2020
Accepted 2 September 2020

Disclosure statement
No potential conflict of interest was reported by the author(s).

© 2020 the Author(s)
This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).
To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/

Глобальные процессы социально-экономического развития государств, высокая скорость информационного обмена и рост технологий привели к трансформации национальных экономик, их зависимости от темпов роста и достижений лидирующих стран. Негативным следствием усиливающихся процессов являются кризисные тенденции, которые оказывают различный по силе воздействия эффект на территории и регионы. Следует отметить положительные аспекты, связанные с формированием сферы услуг, ориентированной на человека и его растущие потребности в полноценном труде и отдыхе: высокие стандарты уровня жизни, качество сервиса, научно обоснованные подходы к организации рабочего режима, передовые технологии в управлении социально-экономической сферой. Основной вектор взаимодействия между странами и регионами формируется в области коммуникационного и культурного обмена идеями, проектами и достижениями во всех сферах жизнедеятельности, усиливается интеграция ведущих корпораций, их влияние на внутреннюю среду территорий присутствия, на основе синтеза науки и опыта ускоренными темпами осуществляется разработка и внедрение инноваций.

В России стратегическое развитие связано с обеспечением национальной безопасности, социально-экономическим благополучием субъектов страны, повышением финансово-бюджетной независимости, которая напрямую связана со структурной модернизацией отраслей, диверсификацией в пользу тех видов экономической деятельности, которые соответствуют гармоничному развитию. В нашей стране сфера услуг развивается в соответствии с общемировым трендом, опережая промышленное и материальное производство. На региональном уровне данный факт имеет важное значение, способствуя поиску точек роста, которые позволят выйти из рецессии и способствовать привлечению платежеспособного спроса при низких затратах. Реализация данных целей осуществляется на основе активного развития программ по импортозамещению, инновационной и технологической реиндустриализации в субъектах России, внедрения программно-целевого и сетевого подхода в здравоохранении, туризме, курортной медицине для сохранения человеческого капитала. Успешное выполнение показателей по основным направлениям социально-экономического развития страны предполагает изучение и адаптацию передового зарубежного опыта, организацию и проведение в регионах мероприятий международного уровня в области науки, образования, культуры, экономики, спорта. Достижение рассмотренных целей и задач осуществляется в условиях интегрированной экономики, возникновении сложных форм сетевого и кластерного взаимодействия, усилении партнерства и кооперации, роста цифровизации и модернизации ключевых бизнес-процессов.

Рассмотренные сферы социально-экономической, технологической и культурной интеграции невозможно представить без гостиничной индустрии.

Система стратегически ориентированного законодательства направлена на развитие отрасли туризма и индустрии гостеприимства в регионах, обеспечение социально-экономического роста территорий и качества жизни населения за счет привлечения платежеспособного спроса, формирования инфраструктуры и создания новых рабочих мест[1]. Преобладающим является программно-целевой и кластерный подходы, сценарное планирование [6; 14].

Положительный эффект индустрии гостеприимства на социально-экономическое развитие территорий и сопутствующих видов экономической деятельности способствовали актуализации исследований закономерностей и тенденций эволюции отрасли.

[1] Программы и проекты // Официальный сайт Федерального агентства по туризму. URL: http://www.russiatourism.ru/contents/deyatelnost/programmy-i-proekty

Изучению особенностей и сущности индустрии гостеприимства посвятили свои работы многие ученые. Существует два основных направления научной мысли: первое основано на предположении о том, что индустрия гостеприимства является частью сферы туризма [3; 5]; представители второго утверждают, что индустрия гостеприимства включает в себя туризм, ресторанный и гостиничный бизнес, отдых и развлечения [2; 12]. Современные авторы [11; 17] сходятся во мнении, что индустрия гостеприимства и туризм – разные понятия. При этом понятие гостеприимство является более широким, емким и общим, чем туризм. Сложность изучаемого понятия отражена в структурных и целевых подходах к оценке индустрии гостеприимства. Структурный подход представлен в работах таких ученых, как Уокер Дж.Р., Ваген Л., Доброжанская Е.Б. и другие. Зорин И.В., Квартальнов В.А., Елканова Д.И., Осипов Д.А., Романов В.В. рассматривали содержание понятия с точки зрения результата, на который направлены деятельность индустрия.

Элементы индустрии гостеприимства и особенности их функционирования в современных экономических условиях можно представить следующим образом (рис. 1).

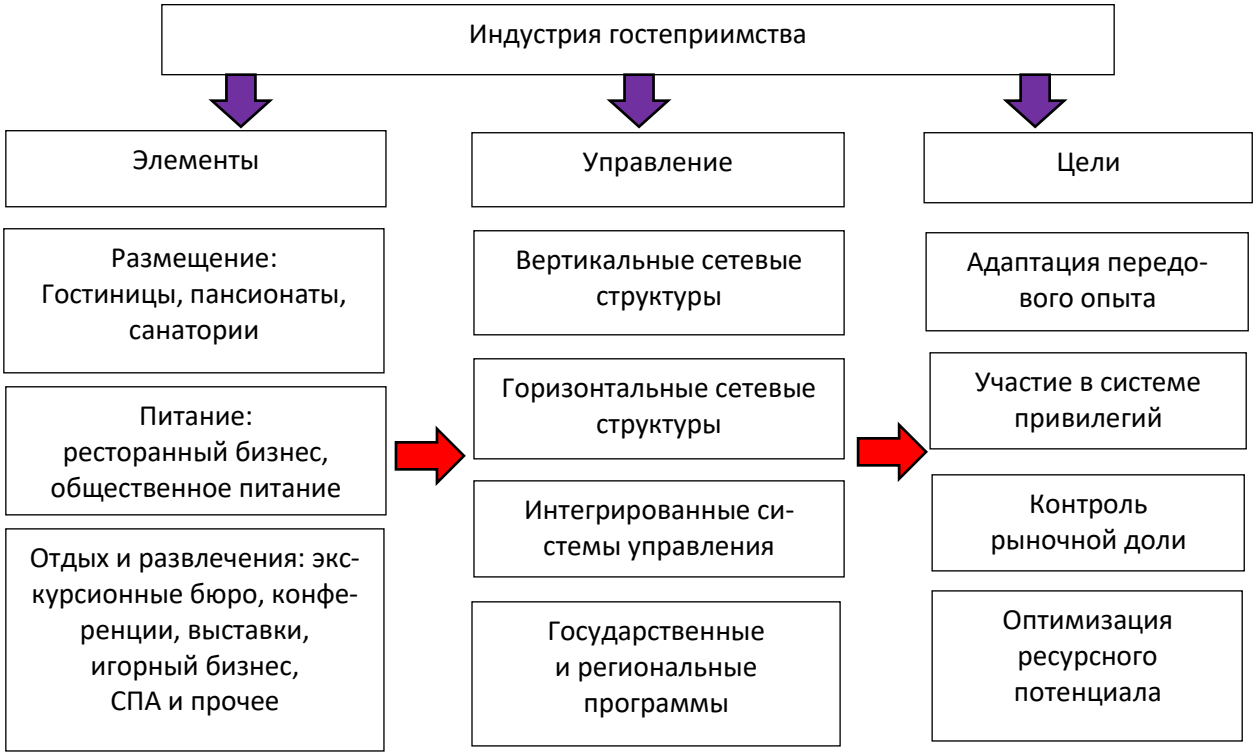

Рис. 1 – Системная характеристика индустрии гостеприимства в условиях интегрированной экономики

Современные экономические условия, в которых развивается индустрия гостеприимства, способствуют формированию характеристик, в которых отражается сетевой характер деятельности предприятий, направленность на высокие коммерческие результаты, научно обоснованное тактическое и стратегическое планирование [13; 15]. Взаимосвязанным понятием, которое в последние годы все больше входит в научный оборот, является «гостиничный бизнес» (табл. 1).

Таким образом, в науке употребляются два основных термина: «индустрия гостеприимства» и «гостиничный бизнес», которые некоторыми авторами разделяются, некоторыми употребляются в качестве синонимов и описания предприятий, оказывающих гостиничные услуги.

Таблица 1 – Содержание понятия «гостиничный бизнес» в отечественной науке (сост. на осн. [7; 8; 9; 10; 16])

Автор(ы), год	*Содержание понятия*
Печерица Е.В., Шарафанова Е.Е. 2015	Коллективные средства размещения, которые могут быть отнесены к сети, активно внедряют инновации
Шерешева М.Ю., Полянская Е.Е. 2016	Характеризуется прибыльностью, сетевым взаимодействием, узнаваемостью бренда и стандартизированным продуктом. Подчеркивается тождество понятий «гостиничная сеть» и «гостиничная цепь»
Макарова Д.Д., Магжанова Л.П., Марутько С.С. 2016	Ориентация на удовлетворение различных запросов гостей, повышение доходов и конкурентоспособности
Морозов В.Ю., Мурашова Ю.В. 2017	Отождествляется с понятием гостиничной индустрии, отмечен выраженный характер присутствия международных операторов гостиничных услуг
Милова Д.Н. 2018	Не разделяются понятия с гостиничной индустрией, акцент сделан на сети, инновации, тенденции здорового образа жизни, которые учитываются при достижении стратегических целей

Если говорить о различиях употребления, можно выделить несколько принципиально важных моментов: понятие «гостиничный бизнес» делает акцент на факторах и механизмах, связанных с коммерческим эффектом деятельности предприятий, инновациях и перспективных формах организации деятельности, в частности сетевому взаимодействию; «индустрия гостеприимства» в большей степени характеризует структурные и социально-экономические особенности, связанные с основными видами деятельности, закономерностями организации производственного процесса, маркетинга, логистики, персонала. Важным этапом эволюции понятия «гостиничный бизнес» является его трактовка как направления стратегического менеджмента, что позволяет существенно расширить параметры и критерии эффективности управления, принять во внимание большее число факторов, которые оказывают значительное влияние на развитие предприятий, оказывающих гостиничные услуги.

Системообразующим элементом гостиничного бизнеса и гостиничной индустрии являются предприятия, оказывающие гостиничные услуги. Под гостиничным предприятием понимается предприятие, формирующее и предлагающее комплексный гостиничный продукт, задействующее в этих процессах все секторы и элементы индустрии туризма и гостеприимства. Структура индустрии гостеприимства представлена на рис. 2.

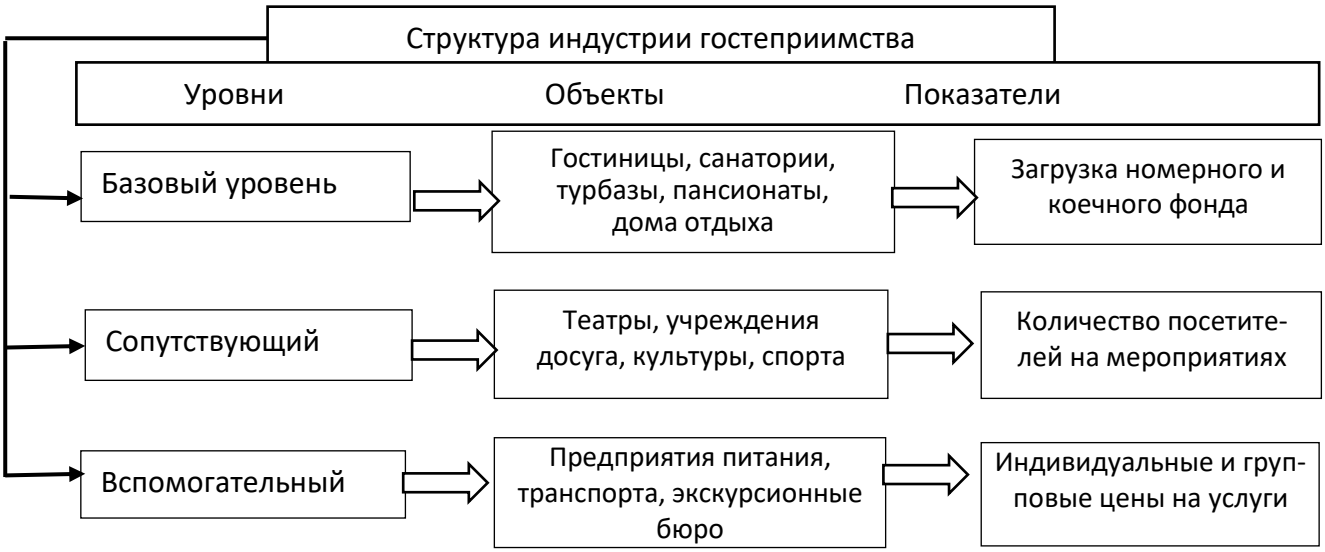

Рис. 2 – Структура индустрии гостеприимства (сост. по [1; 4])

Большинство авторов рассматривают понятия гостиничной индустрии и гостиничного бизнеса как синонимы, однако есть отличия, связанные с особенностями развития экономической деятельности, сложностью интеграционных связей.

Представим взаимосвязь рассмотренных понятий (рис. 3). Под гостиничной индустрией будем понимать совокупность предприятий, взаимосвязанных однородным видом экономической деятельности в сфере размещения и оказания сопутствующих услуг в туристско-рекреационной, досуговой и иных сферах, которые объединены единым процессом производства и продвижения услуг.

Гостиничный комплекс – предприятия, интегрированные в социальную, культурную, экономическую сферу региона, оказывающих базовые услуги по размещению и питанию, ориентированные на различные виды туризма на основе международных принципов и стандартов.

Гостиничный бизнес – интегрированный бизнес-процесс предприятий размещения, направленный на высокие финансово-экономические результаты на основе научно-технического прогресса и стандартов гостеприимства. Особенностями гостиничного бизнеса являются прибыльность, интегрированный характер: сетевой, кластерный, агломерационный, системность инноваций и их связь с управленческим и производственным процессом, гибкость и адаптивность. Понятие гостиничного бизнеса является более узким, включено в гостиничную индустрию.

Предприятие гостиничного бизнеса – единичный объект управления, производящий гостиничный продукт (услугу), имеющий высокую потребительскую ценность.

Численность гостиниц и коллективных средств размещения в России стабильно растет (рис. 4).

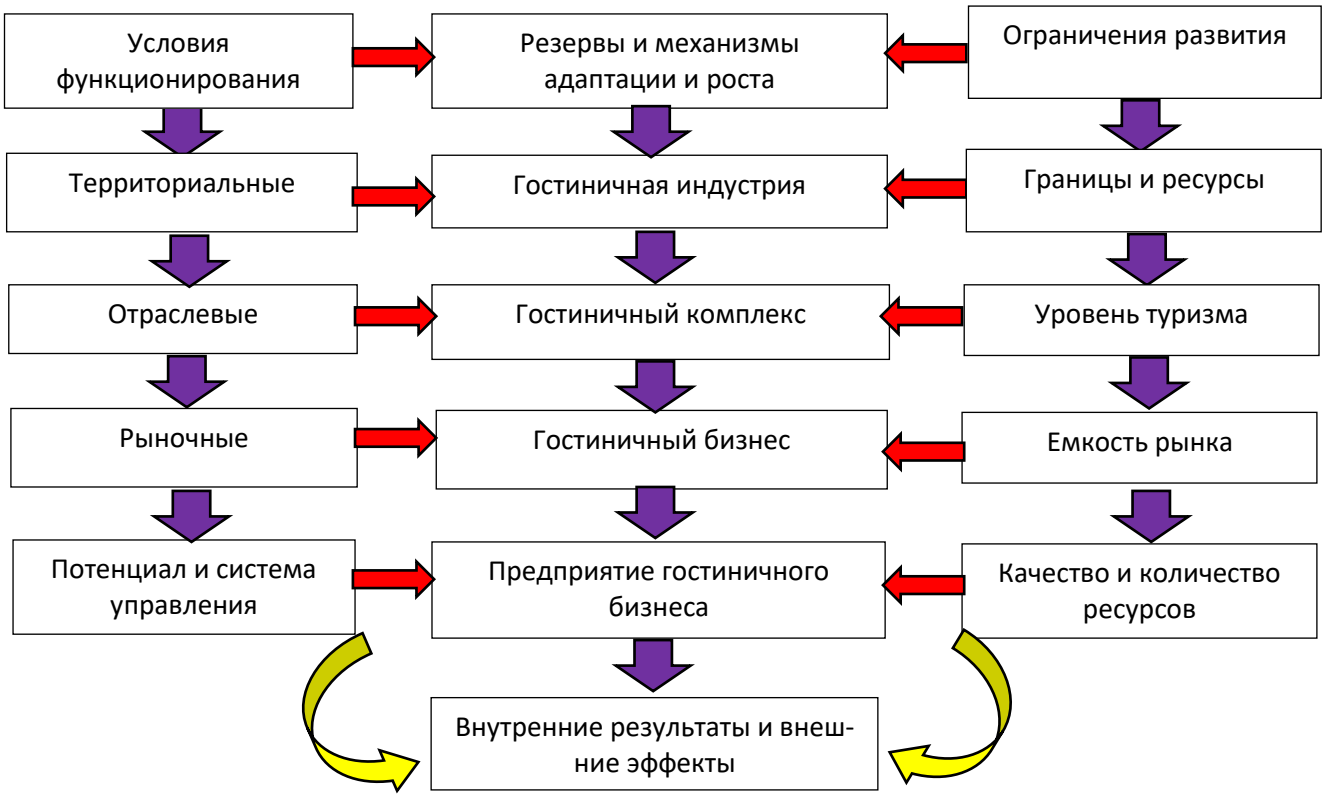

Рис. 3 – Взаимосвязь основных понятий индустрии гостеприимства

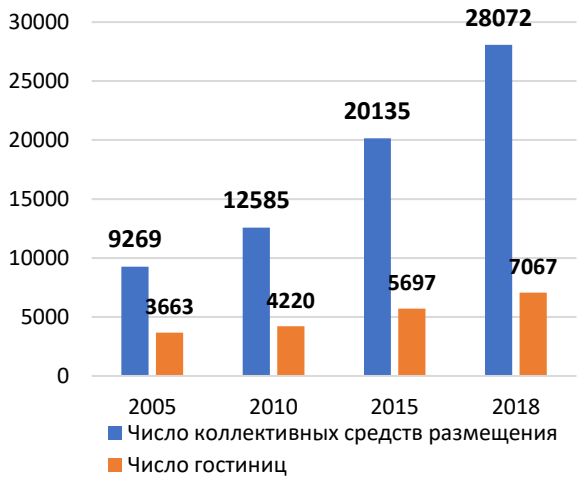

Рис. 4 – Динамика численности гостиниц и коллективных средств размещения в России в 2005-2018 гг., ед.[2]

Динамичное развитие гостиничной индустрии сохраняется на протяжении длительного периода, основными факторами стратегического влияния являются:

- стабильный спрос на услуги внутреннего туризма, который увеличивается в условиях нестабильной экономической и геополитической ситуации;
- высокий курс валюты, повышающий привлекательность регионов России с туристско-рекреационным потенциалом и развитым гостиничным комплексом;
- высокие доходы гостиничного бизнеса, которые становятся востребованными в некоторых регионах круглогодично.

Список источников

1. **Бабурин В.А.** Инновационный маркетинг и рекламная деятельность в сфере сервиса // Технико-технологические проблемы сервиса. 2017. № 17. С. 193-202.
2. **Браймер Р.А.** Основы управления в индустрии гостеприимства. М.: Аспект Пресс, 1995. 382 с.
3. **Ваген Л.В.Д.** Гостиничный бизнес. Ростов н/Д.: Феникс, 2001. 412 с.
4. **Грищенко Д.А.** Инновационное развитие гостиничного предприятия // Международный научный журнал «Инновационная наука». 2016. №1. С. 53-57.
5. **Зорин И.В., Квартальнов В.А.** Энциклопедия туризма: справочник. М.: Финансы и статистика, 2003. 364 с.
6. **Козлов Д.А.** Прогноз развития внутреннего туризма Российской Федерации // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 2-4. С. 521-525.
7. **Макарова Д.Д., Магжанова Л.П., Марутько С.С.** Инновационные услуги в гостиничном бизнесе как инструмент повышения конкурентоспособности // Сервис в России и за рубежом. 2016.
8. **Морозов В.Ю., Мурашова Ю.В.** Современные проблемы развития гостиничного бизнеса в Российской Федерации // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т. 11. № 3(73). С. 6-14.
9. **Милова Д.Н.** Способы продвижения гостиничных услуг с учетом тенденций развития отельного бизнеса // Вестник университета. 2018. №8. С. 73-79.
10. **Печерица Е.В., Шарафанова Е.Е.** Развитие гостиничного бизнеса в Центральном федеральном округе Российской Федерации // Вестник Мордовского университета. 2015. №3. С. 151-162.
11. **Похомчикова Е.О.** Понятие и структура индустрии гостеприимства // Вестник Кемеровского государственного университета. 2014. № 9. С. 89-95.
12. **Роглев Х.И.** Некоторые мысли по поводу развития гостиничного бизнеса // Ресторанный и гостиничный бизнес. 2017. №1. С.64.
13. **Романов К.Е.** Российские гостиницы в цифрах // Турбизнес. 2017. №3. С. 20-25.
14. **Флит А.Л.** Пути повышения конкурентоспособности предприятий индустрии гостеприимства // Вестник Национальной академии туризма. 2016. № 4 (28). С. 34-36.
15. **Фролова А.Е.** Гостиничный номер по требованию – будущее гостиничного сервиса // Нижегородская наука. 2017. № 5 (5). С. 23-30.

[2] Официальный сайт федерального управления статистики. URL: https://www.gks.ru (дата обращения 26.07.2020)

16. **Шерешева М.Ю., Полянская Е.Е.** Развитие гостиничного бизнеса в регионах России // Финансы и кредит. 2016. №2. С. 37-45.
17. **Юдина Е.В., Ухина Т.В., Коновалова Е.Е., Хохлов И.Ю., Шалаев Д.В., Лебедева О.Е.** Стратегическое управление конкурентоспособностью предприятий индустрии туризма и гостеприимства // Экономика и предпринимательство. 2018. №11(100). С. 693-696.

References

1. **Baburin, V. A.** (2017). Innovacionnyj marketing i reklamnaya deyatel'nost' v sfere servisa [Innovative marketing and advertising in the service sector]. *Tekhniko-tekhnologicheskie problemy servisa [Technical and technological problems of service], 17,* 193-202. (In Russ.).
2. **Brajmer, R. A.** (1995). *Osnovy upravleniya v industrii gostepriimstva [Hospitality management fundamentals].* Moscow: Aspekt Press. (In Russ.).
3. **Vagen, L. V. D.** (2001). Gostinichnyj biznes [Hotel business]. Rostov n/D.: Feniks.
4. **Grishchenko, D. A.** (2016). Innovacionnoe razvitie gostinichnogo predpriyatiya [Innovative development of the hotel enterprise]. *Mezhdunarodnyj nauchnyj zhurnal «Innovacionnaya nauka» [International scientific journal "Innovative Science"], 1,* 53-57. (In Russ.).
5. **Zorin, I. V., & Kvartal'nov, V. A.** (2003). *Enciklopediya turizma [Encyclopedia of Tourism]:* Handbook. Moscow: Finansy i statistika. (In Russ.).
6. **Kozlov, D. A.** (2016). Prognoz razvitiya vnutrennego turizma Rossijskoj Federacii [Forecast for the development of domestic tourism in the Russian Federation]. *Mezhdunarodnyj zhurnal prikladnyh i fundamental'nyh issledovanij [International Journal of Applied and Basic Research], 2-*4, 521-525. (In Russ.).
7. **Makarova, D. D., Magzhanova, L. P., & Marut'ko, S. S.** (2016). Innovacionnye uslugi v gostinichnom biznese kak instrument povysheniya konkurentosposobnosti [Innovative services in the hotel business as a tool to increase competitiveness]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and Abroad], 2,* 173-186. (In Russ.).
8. **Morozov, V. Yu., & Murashova, Yu. V.** (2017). Sovremennye problemy razvitiya gostinichnogo biznesa v Rossijskoj Federacii [Modern problems of hotel business development in the Russian Federation]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and Abroad], 11*(3), 6-14. (In Russ.).
9. **Milova, D. N**. (2018). Sposoby prodvizheniya gostinichnyh uslug s uchetom tendencij razvitiya otel'nogo biznesa [Ways to promote hotel services, taking into account the development trends of the hotel business]. *Vestnik universiteta [University Bulletin], 8,* 73-79. (In Russ.).
10. **Pecherica, E. V., & Sharafanova, E. E**. (2015). Razvitie gostinichnogo biznesa v Central'nom federal'nom okruge Rossijskoj Federacii [Development of the hotel business in the Central Federal District of the Russian Federation]. *Vestnik Mordovskogo universiteta [Mordovian University Bulletin], 3,* 151-162. (In Russ.).
11. **Pohomchikova, E. O.** (2014). The concept and structure of the hospitality industry [Ponyatie i struktura industrii gostepriimstva]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of Kemerovo State University], 9,* 89-95. (In Russ.).
12. **Roglev, H. I.** (2017). Nekotorye mysli po povodu razvitiya gostinichnogo biznesa [Some thoughts on the development of the hotel business]. *Restorannyj i gostinichnyj biznes [Restaurant and hotel business], 1,* 64. 26. (In Russ.).
13. **Romanov, K. E**. (2017). Rossijskie gostinicy v cifrah [Russian hotels in numbers]. *Turbiznes [Travel business], 3,* 20-25. (In Russ.).
14. **Flit, A. L.** (2016). Puti povysheniya konkurentosposobnosti predpriyatij industrii gostepriimstva [Ways to improve the competitiveness of enterprises in the hospitality industry]. *Vestnik Nacional'noj akademii turizma [Bulletin of the National Academy of Tourism], 4*(28), 34-36. (In Russ.).
15. **Frolova, A. E.** (2017). Gostinichnyj nomer po trebovaniyu - budushchee gostinichnogo servisa [A hotel room on demand - the future of hotel service]. *Nizhegorodskaya nauka [Nizhny Novgorod science], 5*(5), 23-30. (In Russ.).

16. **Sheresheva, M. Yu., & Polyanskaya, E. E.** (2016). Razvitie gostinichnogo biznesa v regionah Rossii [Development of the hotel business in the regions of Russia]. *Finansy i kredit [Finance and Credit], 2,* 37-45. (In Russ.).
17. **Yudina, E. V., Uhina, T. V., Konovalova, E. E., Khokhlov, I. Yu., Shalaev, D. V., & Lebedeva, O. E.** (2018). Strategicheskoe upravlenie konkurentosposobnost'yu predpriyatij industrii turizma i gostepriimstva [Strategic management of the competitiveness of enterprises in the tourism and hospitality industry]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo [Economy and entrepreneurship], 11*(100), 693-696. (In Russ.).