

УДК 338 DOI: 10.14451/1.241.155

Российский гостиничный бизнес в современных условиях: тенденции, проблемы и перспективы развития

© 2024 Гореликова-Китаева Ольга Геннадьевна

Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономической теории, региональной и отраслевой экономики. Оренбургский государственный университет, Оренбург, Россия.

E-mail: gkog_oren@mail.ru

© 2024 Иневатова Ольга Александровна

Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономической теории, региональной и отраслевой экономики. Оренбургский государственный университет, Оренбург, Россия.

E-mail: inevatova.olga@mail.ru

© 2024 Носкова Анастасия Сергеевна

Магистрант кафедры экономической теории, региональной и отраслевой экономики. Оренбургский государственный университет, Оренбург, Россия.

E-mail: nastasiavas30@mail.ru

Ключевые слова: гостиничный бизнес, предприятия гостиничного типа, гостиничная отрасль, цифровизация, политические факторы, экономические факторы, ухудшение экологии, конкурентоспособность.

Гостиничный бизнес в России сегодня столкнулся с целым рядом серьезных проблем, которые заставляют предприятия гостиничного типа постоянно развиваться, подстраиваясь под внешние изменения, чтобы не потерять свою конкурентоспособность и устойчивые позиции в отрасли. В статье анализируется воздействие на гостиничную отрасль таких значимых факторов, как пандемия, сложная политическая и экономическая обстановка, ухудшение экологической ситуации в мире, развитие цифровых технологий и др., а также рассматриваются тенденции и перспективы развития индустрии гостеприимства в сложившихся условиях.

Индустрия гостеприимства относится к категории наиболее привлекательных отраслей экономики [8]. Для этой сферы характерен постоянно растущий социальный спрос и не слишком высокие сроки окупаемости, что является очень благоприятными условиями для инвесторов. Однако за последние несколько лет индустрия

гостеприимства столкнулась с целым рядом проблем различного рода, которые оказали серьезное влияние как на ее состояние, так и на ее развитие.

Глобальным испытанием последних лет для гостиничной отрасли стала пандемия коронавиру-

са. В начале пандемии рынок гостиничных услуг упал сразу на 22,4%: с 157,2 млн ночевок в 2019 году до 122,0 млн ночевок в 2020 году [1]. Такое падение было обусловлено целым рядом причин. Так, к концу марта 2020 года в 67 регионах России были введены ограничения на передвижение граждан. После начала в 2021 году массовой вакцинации не вакцинированным гражданам в туристических регионах было запрещено заселяться в отели, а также посещать экскурсии и другие подобные мероприятия. Ввиду того, что не все российские граждане принимали участие в вакцинировании, их передвижения по России, в том числе и туристические поездки, предусматривающие проживание в гостиничных комплексах, стали затруднительными [11].

С начала 2020 года произошел резкий отток иностранных туристов. В связи с пандемией в России начали вводиться ограничения транспортного сообщения с другими странами, а также стал действовать временный запрет на въезд в Российскую Федерацию для иностранных граждан. Процесс снятия эпидемиологических ограничений на международные поездки и авиаперелёты проходил поэтапно. Только к лету 2022 года большинство ограничений было снято, и гостиничный бизнес смог наблюдать восстановление спроса со стороны иностранных гостей.

На развитие рынка гостиничных услуг в значительной степени влияют не только эпидемиологические, но и политические и экономические факторы. Прямое воздействие происходит за счет государственной туристской политики и нормативно-правового регулирования сферы туризма и гостеприимства. Косвенное влияние проявляется через решения, принимаемые государством в связи с общей стратегией страны и ее идеологией, которые определяют политическую и экономическую стабильность. Неустойчивость экономической ситуации на макроуровне, колебания валютного курса, проблемы с обменом валют, увеличение числа безработных, рост цен на товары и услуги вызывают серьезное беспокойство у граждан, что часто становится причиной отказа от путешествий [2].

В 2021 году в России для индустрии гостеприимства, существенно пострадавшей во время пандемии, были предприняты меры государственной поддержки [15]. Гостиничные предприятия получили возможность подать заявки на гранты для выплаты оклада сотрудникам (в размере одного МРОТ на каждого работника). Недавно созданные компании смогли претендовать на получение льготных кредитов при условии сохранения штата сотрудников. Для стимулирования внутреннего туризма в 2020 году была запущена программа, в соответствии с которой государство возмещало часть расходов на отдых в пределах страны. Кешбэк позволял путешественникам сэкономить до 20% от стоимости тура [6; 15].

Кроме того, в конце 2021 года была утверждена долгосрочная государственная программа Российской Федерации «Развитие туризма», рассчитанная до 2030 года и направленная на развитие внутреннего туризма в России. Согласно данной госпрограмме, развитие внутреннего туризма в нашей стране рассматривается в качестве национального приоритета [13]. В рамках программы планируется создать в России современную туристическую инфраструктуру, позволяющую всем желающим совершать путешествия в условиях комфорта и безопасности. Предполагается, что эта программа будет осуществлена через внедрение системы содействия проектам, нацеленным на стимулирование внутреннего туризма и развитие экспорта туристских услуг. Ожидается, что в совокупности названные меры позволят России к 2030 году достичь следующих результатов: увеличить число поездок внутри страны до 140 миллионов в год; создать 1,7 миллиона новых рабочих мест; повысить вклад туристической отрасли в экономику до 8,3 триллионов рублей.

На реализацию данной программы могут повлиять политические факторы международного характера. Введение в 2022 году со стороны многих государств в отношении Российской Федерации целого ряда санкций напрямую отразилось на объеме и направлении туристических

поездок. В связи с тем, что некоторые государства ограничили возможность своих граждан посещать Россию, количество иностранных туристов в нашей стране резко снизилось. Ограничительные меры и закрытие границ привели к увеличению времени перелётов, повышению цен на авиаперевозки, усложнению процедуры получения виз, проблемам с платежами и т.д. Появление дополнительных трудностей при путешествиях за границу, стало причиной того, что россияне стали чаще выбирать отдых внутри страны. Таким образом, сложная политическая обстановка последних лет привела к сокращению международных туристских потоков, но стимулировала в России внутренний туризм.

Немаловажной в гостиничном бизнесе на сегодняшний день является тенденция к росту слияний и поглощений как крупных гостиничных сетей, так и одиночных небольших отелей и гостиниц. Для сравнения, если прирост числа слияний и поглощений в гостиничной отрасли в 2014 году составил 8% (по отношению к предыдущему году), то в 2021 году этот показатель вырос уже на 32% [12]. Анализ опубликованного Forbes рейтинга крупнейших отельных сетей, работающих в России, показывает, что за период 2019–2024 годы в лидерах произошли серьезные изменения [10]. Если пять лет назад в рейтинге было 14 иностранных фирм, таких как Marriott, InterContinental, Hyatt и др., то на сегодняшний день многие из них ушли из России или перестали расширяться. В новом рейтинге в основном быстро растущие компании, созданные российскими миллиардерами: возглавивший список Azimut Hotels (за пять лет увеличивший свой номерной фонд с шести до одиннадцати тысяч), занявший второе место Cosmos Hotel Group и др.

В конкурентную борьбу с традиционными отелями активно включаются апартаменты, доля которых в бронировании на «Островке» за последний год выросла с 14 до 19% [10]. Путешественники всё чаще отдают предпочтение подобному типу размещения, особенно если им предстоит поездка в компании детей или большой группе. В городских отелях стоимость

номеров, рассчитанных на несколько человек, значительно выше.

В последние несколько лет индустрия гостеприимства демонстрирует стабильный рост. По сравнению с 2022 годом, в 2023 году существенно увеличилось количество поездок туристов, при этом количество ночевков возросло не столь значительно. Однако за январь–март 2024 года, по сравнению с квартальными данными 2023 года, существенно увеличилось как число поездок, так и туристских ночевков (рис. 1).

На рисунке 2 представлены данные по объему оказания услуг гостиниц и других средств размещения населения за последние годы.

Объем оказания услуг гостиниц и аналогичных средств размещения за три года существенно (в 1,9 раза) увеличился, дойдя до 350 189 млн руб. в 2023 году (284 461 млн руб. – в 2022 году). Рост объемов оказываемых гостиницами услуг связан с ростом туристического потока, повышением качества обслуживания, а также обусловлен развитием деятельности гостиниц с помощью цифровых технологий.

Представляют интерес статистические данные, касающиеся количества гостиничных предприятий. Согласно результатам исследования Центра экономики рынков, если в 2022 году в России насчитывалось 29,55 тыс. отелей, гостиниц и санаториев, то в 2023 году их количество уже дошло до 31,49 тыс., что говорит о росте на 6,6%. За период же с 2018 по 2023 год число коллективных средств размещения выросло на 14,8% [5].

Рост количества гостиниц и других объектов, предназначенных для размещения гостей, приводит к усилению конкуренции в индустрии гостеприимства. В условиях нарастающей конкурентной борьбы гостиницы вынуждены изыскивать пути укрепления связей с постоянными клиентами и привлечения новых постояльцев. Конкуренция в индустрии гостеприимства стимулирует участников к снижению затрат на производство гостиничных услуг, оптимизации использования всех видов ресурсов, повышению

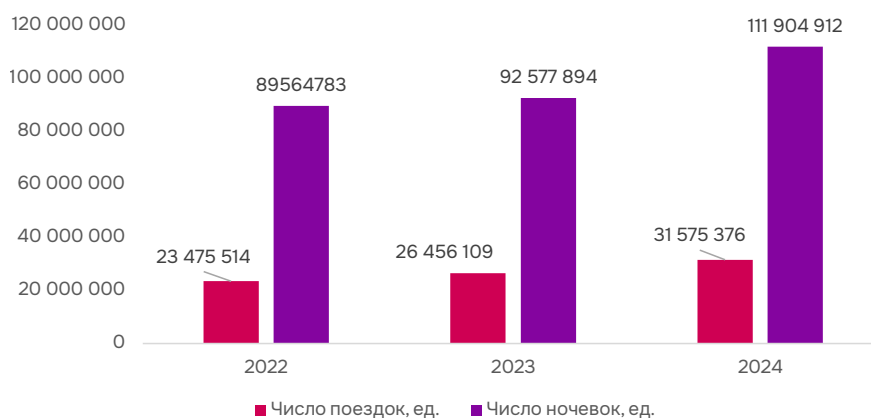


Рис. 1. Оценка туристского потока в России за январь–март 2022–2024 гг. [16].

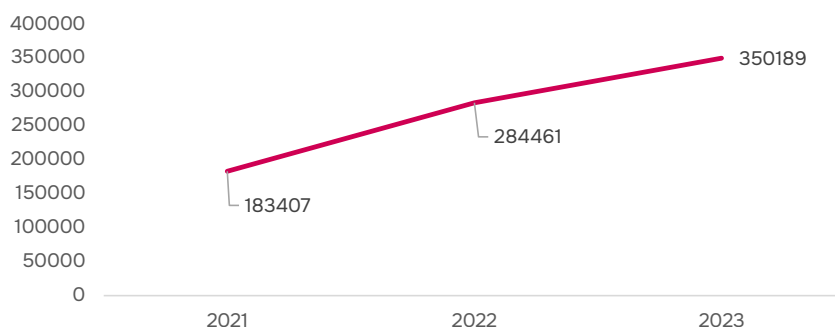


Рис. 2. Объем оказания услуг гостиниц и аналогичных средств размещения за 2021–2023 гг., млн руб. [16].

качества обслуживания, внедрению инновационных технологий на всех этапах производства гостиничных услуг и расширению разнообразия предложений.

С ухудшением экологии в мировом масштабе от гостиниц требуется более ответственное управление различными видами ресурсов и отходами, так как развитие индустрии гостеприимства оказывает негативное воздействие на окружающую среду. Гостиничный бизнес характеризуется высоким уровнем потребления воды и энергии. В местностях с ограниченными природными ресурсами это может приводить к уменьшению запасов воды и увеличению нагрузки на системы энергоснабжения. В среднем на одного постояльца в гостинице расходуется примерно от 400 до 800 литров воды в сутки. Один отель с 50–150 номерами расходует столько же электроэнергии, сколько семья из четырёх человек в течение года. Серьезную проблему представляют собой отходы, образующиеся в результате

использования в гостиничном бизнесе одноразовых предметов (пластиковые контейнеры от средств для мытья, одноразовые тапочки и т.д.). Для стирки белья и уборки используются разнообразные химические средства, наносящие вред окружающей среде [17].

В связи с ухудшением экологической ситуации, все больше гостиниц применяют экологичные средства для уборки, используют натуральные и долговечные материалы и оборудование, позволяющее снижать потребление энергии. Деятельность гостиниц, направленная на сохранение экологии, позволяет снижать негативное воздействие на окружающую среду и увеличивать конкурентоспособность.

В настоящее время все более популярным среди гостиниц становится экологическая сертификация по системе Green Key («Зеленый ключ»). Согласно данной системе, деятельность гостиниц должна отвечать 90 критериям, среди которых переработка отходов и их минимизация,

снижение количества используемой энергии, воды и пр. Критерии экологического стандарта соответствуют требованиям международных стандартов. После прохождения обязательных сертификационных процедур гостинице выдается специальный экологический сертификат Green Key, который свидетельствует о том, что данный объект туристической инфраструктуры взял на себя обязательства по обеспечению экологически устойчивого бизнеса [9].

Важнейшей тенденцией для гостиничного бизнеса является развитие цифровых технологий. Цифровизация дает большие возможности гостиничным предприятиям для продвижения своих услуг, так как позволяет создать особые формы коммуникации между клиентами и гостиницей [7].

Большинство гостиничных предприятий используют автоматизированные сервисы, через которые гости могут бронировать номера, такие как Броневик, Яндекс путешествия и другие. Также многие гостиницы применяют облачную систему управления под названием Shleter Cloud, которая позволяет упростить многие бизнес-процессы, ускорить рабочие действия, выполняемые сотрудниками при заселении гостей.

Одной из важнейших тенденций цифровизации является разработка гостиницами собственных мобильных приложений, где гости могут самостоятельно забронировать понравившийся номер, пройти регистрацию, просмотреть и выбрать основные и дополнительные услуги, например, заказать место в ресторане.

Преимущества внедрения цифровых технологий в гостиничном бизнесе:

- продвижение услуг через социальные сети, поисковые системы и другие каналы цифровизации;
- улучшение процесса управления бизнесом с помощью программных систем для учета и аналитики;
- автоматизация бронирования номеров;
- упрощение процесса регистрации и выезда гостей с помощью специальных терминалов

или мобильных приложений;

- улучшение общего опыта взаимодействия клиентов с предприятием с помощью цифровых систем.

Несмотря на преимущества внедрения цифровых технологий, перед гостиничными предприятиями в процессе цифровизации встает ряд проблем, с которыми необходимо успешно справляться для получения положительных результатов. Важнейшей является проблема кибербезопасности, связанная с уязвимостью личных данных клиентов. Гостиницы должны принимать все меры для защиты личной информации гостей от потенциальных рисков. Персонал необходимо обучать навыкам работы с цифровыми технологиями и проводить это обучение качественно. Также предприятия могут сталкиваться с серьезным недостатком финансирования для внедрения и поддержания реализации цифровых технологий.

Рассмотрим индексы цифровизации предприятий гостиничной отрасли по отдельным составляющим в 2020–2022 гг. с использованием рисунка 3 [7].

Индекс цифровизации бизнес-процессов гостиничных организаций за три года увеличился до 5,9 в 2022 году. Индекс использования цифровых технологий также увеличился за три года и составил 4,5 в 2022 году. Индекс цифровизации в части цифровых навыков персонала также увеличился и составил 2 в 2022 году. При этом самый высокий индекс цифровизации выявлен по показателю «цифровизация бизнес-процессов», а самый низкий – по показателю «цифровые навыки персонала».

Помимо рассмотренных выше, гостиничная индустрия сегодня сталкивается и с другими тенденциями, которые следует учитывать при разработке грамотной конкурентной политики.

Так, на сегодняшний день у предприятий гостиничного бизнеса наблюдается тенденция сокращения горизонтов планирования. Увеличивается общее количество экскурсий и поездок

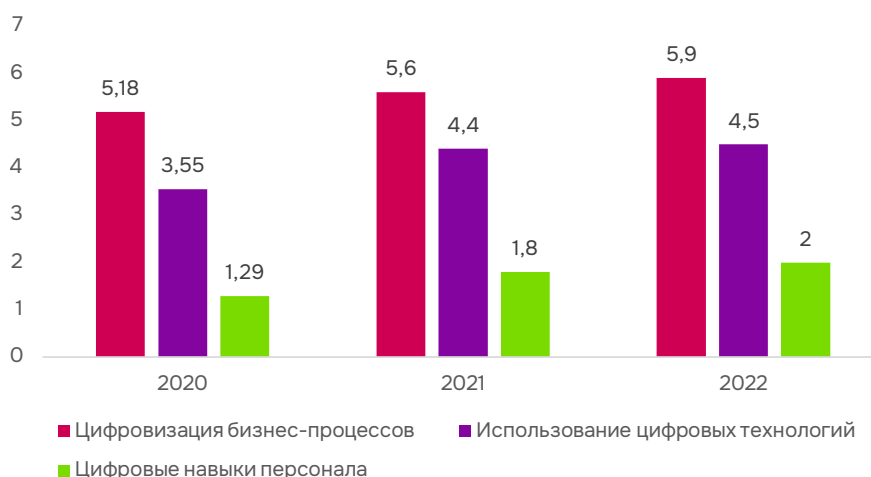


Рис. 3. Индексы цифровизации гостиничных предприятий в 2020–2022 гг.

по российскому региону. Однако, как показывают результаты исследований, проведенных МТС Travel, в 2023 году наблюдается тенденция к непродолжительным поездкам и значительно сокращению длительности проживания [3].

Все больше туристов сегодня путешествуют с детьми. Согласно исследованию МТС Travel за 2023 год на 11,85% выросло количество бронирований семейных номеров для проживания с детьми [3]. Изменения наблюдаются и в так называемых «бизнес-путешествиях» – поездках, при которых совмещается работа и отдых. Туристы, которые сегодня едут в путешествие с деловой целью, начинают брать в поездки свои семьи.

Знание сегодняшних тенденций помогает гостиничным компаниям использовать те средства привлечения гостей, которые способствуют улучшению лояльности клиентов и, как следствие, приводят к росту прибыли гостиницы.

К одному из таких средств привлечения можно отнести часто используемый гостиничными компаниями кешбэк и накопительные карты лояльности. Согласно данным МТС Travel, благодаря накоплению бонусных рублей программа лояльности способствует росту числа бронирований на 7% [4].

Необходимо принимать во внимание потребности зарубежных туристов, интерес которых к путешествиям по России растет. Как свидетельствуют статистические данные, в период с января по сентябрь 2024 года число иностранных туристов, посетивших Россию, увеличилось на 42% по сравнению с аналогичным периодом 2023 года. Всего за этот период страну посетило более 3 миллионов человек [14]. Многие гостиницы для повышения удобства и привлекательности для путешественников из-за рубежа внедрили возможность оплаты с использованием иностранных карт через сервис быстрых платежей (СБП).

Таким образом, к наиболее значимым факторам, оказавшим влияние на деятельность предприятий гостиничной отрасли в последние годы, можно отнести пандемию, нестабильную политическую и экономическую обстановку в мире, цифровизацию и стремление к сохранению окружающей среды. Предприятиям гостиничного бизнеса следует использовать возможности, которые появились благодаря значительным переменам и новым тенденциям в отрасли, чтобы улучшить свои стратегии управления и повысить конкурентоспособность как на внутреннем, так и на международном рынках.

Библиографический список

1. Анализ рынка гостиничных услуг в России в 2019-2023 гг, прогноз на 2024-2028 гг / Демоверсия отчета BusinesStat. — URL: https://businesstat.ru/images/demo/hotels_russia_demo_businesstat.pdf?ysclid=m3apbrb9f6672794446 (дата обр. 10.11.2024).
2. Безуглая Ю. П. Современные стратегии и подходы к развитию гостиничного предприятия в условиях рыночной нестабильности // Вестник науки. — 2024. — 4(73). — С. 54–61. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-strategii-i-podhody-k-razvitiyu-gostinichnogo-predpriyatiya-v-usloviyah-rynochnoy-nestabilnosti>.
3. Биккулова В. О., Гриднева М. Д. Особенности развития рынка российского гостиничных услуг // Российские регионы: взгляд в будущее. — 2024. — Т. 11, № 1/2. — С. 45–54. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-razvitiya-rynka-rossiyskogo-gostinichnyh-uslug>.
4. Блог TravelLine / TravelLine - единая платформа для гостиничного бизнеса. — URL: <https://www.travelline.ru/blog>.
5. Гостиничные услуги (рынок России) / Tadviser. — URL: <https://www.tadviser.ru/index.php> (дата обр. 10.11.2024).
6. Как сэкономить на поездках по России: особенности туристического кешбэка / РИА Новости. — URL: <https://ria.ru/20240905/turizm-1777258324.html> (дата обр. 10.11.2024).
7. Коношко С. Д. Цифровизация в гостиничном бизнесе // Цифровая трансформация социальных и экономических систем : Материалы международной научно-практической конференции, Москва, 27 января 2023 года. — М. : Московский университет им. С. Ю. Витте, 2023. — С. 922–932. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=50271686>.
8. Константиныди Х. А. Перспективы устойчивого развития туризма и индустрии гостеприимства в новых экономических реалиях // Вестник индустрии гостеприимства : международный научный сборник. Том 11. — СПб : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2022. — С. 48–51.
9. Критерии зеленого ключа / Green Key. — URL: <http://www.greenkey.global/criteria> (дата обр. 10.11.2024).
10. Крупнейшие отельные сети России. Рейтинг Forbes / Forbes. — URL: <https://www.forbes.ru/biznes/509697-krupnejsie-otel-nye-seti-rossii-rejting-forbes-2024> (дата обр. 10.11.2024).
11. Кучумов А. В. Новые вызовы индустрии туризма в России в 2022 году // Экономический вектор. — 2022. — 3(30). — С. 70–74. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-vyzovy-industrii-turizma-v-rossii-v-2022-godu/viewer>.
12. Петропавловская А. В. Глобализация гостиничного бизнеса // Инновации и инвестиции. — 2020. — № 1. — С. 70–74. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalizatsiya-gostinichnogo-biznesa>.
13. Постановление Правительства РФ от 24 декабря 2021 г. № 2439 Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма».
14. Поток иностранных туристов в Россию за год вырос на 42% / Объясняем.рф. — URL: <https://obъясняем.рф/articles/news/potok-inostrannykh-turistov-v-rossiyu-za-god-vyros-na-42> (дата обр. 10.11.2024).
15. Ростуризм сообщил о мерах поддержки бизнеса гостеприимства / Рамблер. — 2021. — URL: https://finance.rambler.ru/realty/47439346/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (дата обр. 10.11.2024).
16. Туризм / Росстат. — URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm>.
17. Штейнке А. Ю. Влияние экологического фактора на развитие гостиничных предприятий. — 2023. — С. 139–145. — URL: <https://panor.ru/articles/vliyanie-ekologicheskogo-faktora-na-razvitie-gostinichnykh-predpriyatij/91505.html>.