

Повышение конкурентоспособности российских предприятий индустрии гостеприимства и туризма в современных условиях

Ковальчук А.П., к.э.н., доцент, Кафедра гостиничного и туристического бизнеса, «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»

Блинова Е.А., к.э.н. доцент, кафедра гостиничного и туристического бизнеса, «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»

Дедусенко Е.А., к.э.н., доцент, кафедра гостиничного и туристического бизнеса, «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы повышения конкурентоспособности предприятий индустрии гостеприимства в России в новых геополитических условиях. На основе анализа развития гостиничного бизнеса в г. Москве и Санкт-Петербурге за период 2014-2016 гг. предлагается ряд мероприятий для развития индустрии гостеприимства и повышения конкурентоспособности предприятий отрасли в России.

Ключевые слова: туристско-рекреационный потенциал России, системные проблемы повышения конкурентоспособности, зарубежный опыт, текущее состояние транспортной инфраструктуры и основных фондов гостиниц, мероприятия по повышению эффективности деятельности предприятий отрасли.

Improving the competitiveness of Russian enterprises of the industry of hospitality and tourism in modern conditions

Kovaltchuk A.P., PhD, Associate professor, Chair of hotel and tourism business, Plekhanov Russian University of Economics

Blinova E.A., PhD, Associate professor, Chair of hotel and tourism business, Plekhanov Russian University of Economics

Dedusenko E.A., PhD, associate professor, Department of hotel and tourism business, Plekhanov Russian University of Economics

Annotation. The article considers problems of increase of competitiveness of enterprises of hospitality industry in Russia in the new geopolitical conditions. Based on the analysis of development of hotel business in Moscow and Saint-Petersburg for the period 2014-2016 it is proposed a number of measures for the development of the hospitality industry and enhance the competitiveness of the industry in Russia.

Keywords: tourist and recreational potential of Russia, the systemic problems of competitiveness, foreign experience, current state of transport infrastructure and fixed assets of hotels, actions for increase of efficiency of activity of enterprises of the industry.

Туристско-рекреационный потенциал России огромен. Российская Федерация занимает пятое место в мире по числу историко-географических достопримечательностей и девятое по объектам культурного наследия [1]. Согласно данным Всемирной туристской организации Россия способна принимать до 40 миллионов туристов ежегодно, в то же время нашу страну посещают чуть более двух миллионов иностранцев. Но не только спрос со стороны иностранных туристов не соответствует потенциалу нашей страны, но и сами россияне не всегда остаются довольны отдыхом на отечественных курортах, и проводят отпуск дома или за рубежом.

Доходы от индустрии гостеприимства и туризма пока остаются незначительными и составляют около 2% доходной части бюджета и менее одного процента ВВП, в то время как доля отрасли в структуре экономик большинства развитых стран намного выше и составляет 10-25% доходной части бюджета [2].

Можно выделить следующие причины отставания российской индустрии гостеприимства и туризма от развитых стран:

Во-первых, высокие цены на туры и проживание. На уровне конкурентоспособности данных услуг сказывается существенная стоимость транспортных перевозок, а также дефицит гостиниц среднего класса.

Во-вторых, основной проблемой для иностранных туристов является сложность получения въездной российской визы. При этом, например, у европейцев есть выбор: поехать на выходные в Париж, Вену, Будапешт или потратить время и деньги на получение российской визы для путешествия, которое может быть короче, чем само ожидание визы.

В-третьих, особое место в обеспечении и поддержании конкурентоспособности услуг индустрии гостеприимства и туризма занимает уровень сервисного обслуживания – при его отсутствии услуги теряют потребительскую ценность (или часть ее), становятся неконкурентоспособными.

В качестве системных проблем повышения конкурентоспособности предприятий индустрии гостеприимства и туризма большинство экспертов - менеджеров среднего и высшего звена отечественных предприятий называют недостатки регионального и территориального государственного регулирования деятельности отрасли, несовершенство законодательной базы и системы налогообложения [3].

Если обратиться к зарубежному опыту, туристское предложение в регионе или стране представляет собой комплекс услуг, который в зарубежной литературе называется «туристский комплекс» или «комплекс дестинации» [4]. Основными элементами туристского комплекса являются достопримечательности, туристская инфраструктура, инженерная и социальная инфраструктура, транспортная инфраструктура, гостеприимство страны. Опыт развитых стран в комплексном развитии отрасли позволяет выявить 3 основных направления: развитие индустрии гостеприимства, дестинации и обеспечение безопасности [5].

В настоящее время динамика развития индустрии гостеприимства и туризма свидетельствует о том, что высокая стоимость размещения в российских отелях, являвшаяся препятствием на пути повышения спроса на гостиничные услуги со стороны иностранных и российских туристов, в результате сложившейся политической и экономической конъюнктуры последних 2 лет, таким препятствием уже не является.

Вынужденное изменение ценовой политики российских гостиниц в результате падения курса рубля и последствий санкций, а также связанный с изменением курса рубля рост внутреннего спроса, способствовали росту средней загрузки отелей в РФ. В результате в 2015-2016 гг. стоимость размещения в гостиницах Москвы, Санкт-Петербурга в валюте оказалась существенно ниже, чем в предшествующие года. Согласно исследованию консалтинговой компании JLL, средняя загрузка гостиниц в этих городах в 2015 г. достигла 67,5% и 64,3% соответственно, таким образом, прирост в столице составил 4,2%, в Петербурге 12,8% [6]. В I квартале 2016 года загрузка отелей в этих городах оказалась рекордной за последние десять лет. В частности, московские отели в первые три месяца года оказались загружены на 59,1%, петербургские – на 41,8%. Для Москвы этот показатель оказался на 9,1% выше, чем годом ранее, для Санкт-Петербурга – на 2,8 [7].

Более всего от новой ситуации на рынке выиграли отели люксового сегмента, крупные международные гостиничные сети. При этом гостиницы категории 3 звезды, работающие в низком ценовом сегменте, несмотря на снижение долларовых тарифов, увеличения загрузки не продемонстрировали. Эксперты отрасли, выделяют три фактора роста популярности люксового сегмента: выросшая после ослабления рубля покупательская способность иностранных туристов; появление на рынке нового типа путешественников из Азии, которые едут в Россию ради шопинга; кроме того, состоятельная российская публика переориентировалась с зарубежных рынков на качественное предложение на родине [8].

Практика последних лет показывает, что туристы выбирают в первую очередь крупные, брендовые отели с гибкой ценовой политикой, тогда как недорогие гостиницы категории 3* остаются недостаточно востребованы. При этом существует значительный потенциальный спрос на туристические услуги ценовой категории эконом-класса в России со стороны как внутренних, так и въездных международных туристов.

Усилия со стороны менеджмента по повышению рентабельности гостиниц категории три звезды низкого ценового сегмента чреваты возможным снижением уровня сервиса, и как результат, дальнейшим падением спроса. Снижение затрат на оплату труда, к которому прибегают многие гостиницы данного ценового сегмента, столкнувшись с падением рентабельности, как правило, негативно сказывается на снижении качества предоставляемых услуг. При падении рентабельности гостиница изыскивает все меньшие средства на обучение персонала, на продвижение своих услуг. Такие отели в настоящее время остро нуждаются в государственной поддержке, в частности в налоговых льготах по налогу на имущество и государственных инвестиционных программах. Объединение отечественных отелей в ассоциации, сети, также могло бы способствовать аккумуляции ресурсов, необходимых для продвижения услуг отелей, обучению персонала, поддержанию стандартов качества предоставляемых услуг.

Практика последних лет показывает, что наиболее востребованными услуги гостиниц оказываются в наиболее развитых с точки зрения туристической инфраструктуры дестинациях. Это, прежде всего, Москва, Санкт-Петербург и Сочи, продемонстрировавший в 2016 г. рекордную загрузку отелей [9]. Анализируя ситуацию в прочих регионах России, можно отметить, что здесь текущее состояние транспортной инфраструктуры и основных фондов гостиниц является основной проблемой в развитии туризма. Значение имеет не только развитая транспортная сеть внутри регионов, но и транспортная доступность данных регионов. Оценка транспортной доступности территории включает в себя: расстояние до пункта назначения; временные затраты на

путешествие; денежные затраты на путешествие; уровень комфортности путешествия.

Поэтому в качестве ключевых задач государства по повышению уровня конкурентоспособности отрасли в России в целом можно выделить поддержку на федеральном, региональном и местном уровнях на пути создания новых предприятий и стимулирование инвестирования в транспортную инфраструктуру, объекты индустрии гостеприимства и туризма [10]. Для этого необходимо формирование среды, способствующей развитию частной предпринимательской инициативы и содействие развитию соответствующих рыночных институтов. Подобное развитие институциональной политики формирования конкурентоспособности гостиничных и туристических предприятий должно опираться на различные формы партнерства между федеральной и региональной властью и структурами частного сектора. В основу последнего тезиса положена необходимость создания не только механизмов эффективного диалога между государством и представителями бизнеса, но и формирование адекватной и действенной организационно-правовой среды для реализации современных концепций развития отрасли, например, таких как кластерный подход [11].

Реализация кластерного подхода в развитии индустрии гостеприимства и туризма поможет не только значительно повысить конкурентоспособность предприятий, входящих в кластеры, но и стимулировать вовлечение в оборот дополнительных капиталов. Существует ряд объективных факторов, способствующих объединению российских предприятий в кластеры. Дело, в том, что на мировом рынке российские предприятия вынуждены сотрудничать с партнерами, которые значительно превосходят их по капитализации и эффективности менеджмента [12].

Преимущество кластерного подхода состоит в том, что на основе данных исследований о принципах организации экономического сотрудничества и ресурсного потенциала региона разрабатываются и реализуются эффективные концепции управления. При этом основной целью таких концепций является

обеспечение обмена информации, взаимовыгодного партнерства между всеми предприятиями отрасли в рамках конкретной туристско-рекреационной зоны. Преимущества распространяются по всем направлениям связей. Так, предприятия, объединенные в кластеры способны существенно ускорить темпы своего развития, обмениваясь бизнес-идеями, стимулируя различные подходы к НИОКР и, взаимно обеспечивая необходимые средства для внедрения новых концепций своего развития.

В России есть хорошие возможности для кластерного развития индустрии гостеприимства и туризма. Значительное количество больших и малых отелей в регионах с большим туристическим потенциалом дает возможность сбалансированности экономической структуры региональных кластеров.

Таким образом, учитывая современные условия развития мировой экономики, сегодня необходимо приступить к созданию мощных корпоративных структур в индустрии гостеприимства и туризма как основы для повышения ее конкурентоспособности.

История свидетельствует, что именно в эпоху рецессий рождались компании, которые с течением времени становились мировыми брендами – лидерами в индустрии гостеприимства и туризма (Hyatt Marriott, Accor и др.) [13]. При этом их появление не сопровождалось какими бы то ни было значительными инвестициями – эти компании появились в большей степени благодаря гибкости, упорству, новаторству и предприимчивости своих основателей.

Библиографический список

1. Якунин В. Н. Виды туризма: историография проблемы // Запад-Россия-Восток. – 2014. – № 8. – с. 503
2. Дедусенко Е.А. Об инвестиционной среде и гостиничном бизнесе в российских регионах // Самоуправление. – 2015. – №3. – с.32
3. Дедусенко Е.А. Проблемы развития регионального туризма в России // Самоуправление. – 2012. – №3. – с.46

4. Mill R. Ch., Morrison A.M. The Tourism System. – 4th ed. – Kendall/Hunt Publishing Company. – 2002. – p.16
5. Ковальчук А.П. Развитие локального рынка индустрии гостеприимства (на примере г. Москвы) // Российское предпринимательство. – 2014. – №16. – с. 147
6. <http://www.buyingbusinesstravel.com.ru/news>
7. <http://www.jll.ru/russia/ru-u/исследования>, the St. Petersburg and the Moscow region quality hotel market overview, 25 August 2016, St. Petersburg quality hotel market overview
8. <http://www.kommersant.ru/doc/2969604>
9. <https://rg.ru/2016/08/03/zagruzka-otelej-sochi-dostigla-94-procentov.html>
10. Дедусенко Е.А., Блинова Е.А. Маркетинг национального туристского продукта и государственная политика в отношении туристского бизнеса. Опыт Великобритании, России и Китая // Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. – № 5. – с. 94
11. Ковальчук А.П. Анализ направлений развития внутреннего туризма в России // Журнал «Экономика, предпринимательство и право» – 2014 – № 3. – с. 26
12. Романюк А.В. Методы повышения эффективности экономической деятельности гостиничных предприятий в современных условиях в России // Научный вестник МГИИТ. – 2015. – № 2 (34). – с. 25
13. Ковальчук А.П. Развитие предпринимательской деятельности в индустрии гостеприимства // Российское предпринимательство, № 15 (213). – с. 95