

УДК 658.64

**Белокурова Мария Эдуардовна**

*магистрант,  
Институт промышленного менеджмента,  
экономики и торговли,  
Санкт-Петербургский политехнический  
университет Петра Великого,  
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация,  
e-mail: marybelokurova@gmail.com*

**Ляйчук Анна Сергеевна**

*магистрант,  
Институт промышленного менеджмента,  
экономики и торговли,  
Санкт-Петербургский политехнический  
университет Петра Великого,  
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация,  
e-mail: Anna9264390633@yandex.ru*

**Смирнова Светлана Андреевна**

*магистрант,  
Институт промышленного менеджмента,  
экономики и торговли,  
Санкт-Петербургский политехнический  
университет Петра Великого,  
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация,  
e-mail: lana.smirnova97@bk.ru*

## **РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНЫХ СЕТЕЙ В РАМКАХ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ**

**Аннотация.** В статье раскрыты основные проблемы развития национальных гостиничных сетей в России на основе анализа представленных статистических данных. Делаются выводы о причинах, препятствующих развитию гостиничного бизнеса и туризма в регионах России. В качестве выводов показаны основные направления развития национальных гостиничных сетей для создания устойчивого экономического положения на национальном и международном рынках услуг.

**Ключевые слова:** гостиничные сети, стандарты обслуживания, туристические дестинации, рынок услуг, дополнительные услуги.

*Статья издана по результатам проведенной III Международной научно-практической конференции «Развитие малого предпринимательства в Байкальском регионе» в рамках Всемирной недели Предпринимательства, кафедра Экономики предприятий и предпринимательской деятельности*

(ФГБОУ ВО Байкальский государственный университет, Иркутск, Российская Федерация, 20.11.2020 г.).

**Maria E. Belokurova**

*Master's Degree Student,  
Institute of Industrial Management, Economics and Trade,  
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University,  
Saint Petersburg, Russian Federation,  
e-mail: mapybelokurova@gmail.com*

**Anna S. Liashchuk**

*Master's Degree Student,  
Institute of Industrial Management, Economics and Trade,  
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University,  
Saint Petersburg, Russian Federation,  
e-mail: Anna9264390633@yandex.ru*

**Svetlana A. Smirnova**

*Master's Degree Student,  
Institute of Industrial Management, Economics and Trade,  
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University,  
Saint Petersburg, Russian Federation,  
e-mail: lana.smirnova97@bk.ru*

## **DEVELOPMENT OF HOTEL CHAINS IN THE FRAMEWORK OF TOURISM IN RUSSIA**

**Abstract.** The article reveals the main problems of development of national hotel chains in Russia based on the analysis of the presented statistical data. Conclusions are drawn about the reasons that hinder the development of hotel business and tourism in the regions of Russia. The conclusions show the main directions of development of national hotel chains to create a stable economic position in the national and international service markets.

**Keywords:** hotel chains, service standards, tourist destinations, service market, additional services.

Актуальность выбранной темы обусловлена быстрым ростом в Российской Федерации как гостиничных сетей, так и независимых гостиниц. Основным фактором влияния на устойчивое развитие гостиничного бизнеса в стране является развитие туризма: открытие новых туристических направлений, их транспортная доступность, повышением благосостояния граждан и возросший интерес к непосредственным впечатлениям от посещения новых мест [1]. Люди становятся свободными в выборе направлений для отдыха, увеличивается информационная поддержка бронирования гостиниц, осуществляются проекты с государственной поддержкой внутреннего туризма. Гостиничный сервис представляет собой вид обслуживания гостей путем предоставления комплекса услуг по комфортному размещению посетителей, удовлетворению

разнообразный запросов клиентов и обеспечению безопасности проживания [2]. Последние 20 лет в России расширялись как мировые гостиничные сети, так и национальных гостиничный бизнес, предоставляя услуги по размещению для разных сегментов потребителей. Национальные гостиничные сети реконструируют здания гостиниц советской эпохи (сети «Azimut» «AMAKS Hotels&Resorts»), обновляют номерной фонд (сети «Друзья», «Rinaldi»). Развитию туризма способствовали международные спортивные мероприятия и бизнес-форумы, фестивали и выставки. Однако, на примере проходивших в Санкт-Петербурге международных мероприятий, таких как «Синергия Форум», «Петербургский международный экономический форум» были выявлены факторы, сдерживающие устойчивость развития национальных гостиничных сетей.

1. Лето – самый благоприятный сезон для туризма как в Санкт-Петербурге, так и в России. В туристическое время с мая по сентябрь в Санкт-Петербурге и Москве происходят масштабные международные мероприятия, что вызывает недостаток средств размещения среднего и низкого ценового сегмента. Например, в период проведения матчей чемпионата мира по футболу в Санкт-Петербурге, гостиничные сети «Друзья», «Rinaldi» были загружены на 100%.

2. Вторым ограничивающим фактором служит качество обслуживания в местах размещения. Несмотря на обновление гостиниц, не всегда происходят изменения в стандартах обслуживания. Не происходит обучения персонала, которое необходимо для освоения международных стандартов обслуживания [3].

Можно сделать вывод, что для устойчивого развития национальных гостиничных сетей требуются инвестиции не только в обновление номерного фонда и строительство новых гостиниц, но и в обучение персонала и маркетинговые мероприятия [4].

Целью исследования было определение перспектив развития гостиничного бизнеса в России в связи с развитием туризма. Цель исследования определила основные задачи:

- сравнительный анализ гостиничного бизнеса в российских регионах;
- выявление факторов, сдерживающих рост гостиничных сетей в России;
- определение основных направлений в развитии гостиничного бизнеса в России.

Методы исследования. Для решения поставленных задач использовались сравнительный, описательный и статистический методы исследования, а также метод анализа научной литературы. Информация для исследования получена из отчетов официальной службы статистики Российской Федерации. Статистические данные были подвергнуты анализу, который позволил сделать выводы, соответствующие поставленным задачам.

Полученные результаты. Статистические данные 2018 года показали, что 10% российского гостиничного фонда не имеет стандартов обслуживания и не имеет категории, то есть являются «некатегорийными», более детально

данная информация представлена в таблице 1 [8]. Модернизация «некатегорийных» гостиниц до уровня 2-х звезд из-за конструктивных особенностей зданий практически невозможна даже при наличии соответствующих финансовых ресурсов.

Таблица 1

Количество «некатегорийных» гостиниц по регионам России

Регион	Удельный вес «некатегорийных» гостиниц (в %)
Северный	7
Северо-Западный	3
Центральный	13
Волго-Вятский	6
Центрально-Черноземный	3
Поволжский	12
Северо-Кавказский	10
Уральский	14
Западно-Сибирский	12
Восточно-Сибирский	10
Дальневосточный	8
Калининградская область	1

По данным таблицы 1 видно, что наибольшее количество «некатегорийных» гостиниц расположено в Центральном регионе РФ - 13% и Уральском - 14%, что связано в первую очередь с тем, что в других регионах гостиничная база не развита. Процесс вывода из эксплуатации неперспективных гостиниц неизменно протекает на протяжении последнего десятилетия, в то же время как прирост номерного фонда за счет открытия новых гостиниц в регионах остается незначительным. Территориальное распределение гостиничного фонда показывает недостаток средств размещения в сельских районах: 71% гостиниц относится к городским и только 29% расположено в сельской местности [5]. Вместе с тем, внутренний туризм предполагает развитие таких видов, как экологический и сельский туризм, для чего необходимо наличие гостиниц в удаленных от городов местах.

Развитию гостиничного бизнеса в сельских районах препятствует отсутствие четкой нормативной базы, отсутствие честной конкуренции, например, равных льгот или равных цен на аренду.

Одной из проблем остается информационное поле – реклама, позиционирование и продвижение локальных гостиничных сетей на национальном и международном рынке услуг. Локальные сети или независимые гостиницы остаются неизвестными для потребителей в силу отсутствия системы бронирования и рекламы.

Еще одной проблемой гостиничного бизнеса в России является все еще значительная разница в стандартах обслуживания в национальных гостиничных сетях и сетях известных международных брендов. Несмотря на то, что флагманы национальных гостиничных сетей, такие как Azimut, используют цифровые технологии в бронировании и обслуживании клиентов на высоком уровне, остается проблема качества взаимодействия с клиентами. Ассортимент и качество дополнительных услуг также, во многом уступают международным сетям.

Выводы. Анализ проблем национальных гостиничных сетей позволяет сделать вывод о сдерживающих факторах их развития:

- недостаточное развитие гостиничного фонда в регионах и сельской местности препятствует развитию новых направлений внутреннего туризма;
- отсутствие четкой нормативной базы не позволяет честно конкурировать на рынке;
- невнимание к отбору и обучению персонала ведет к низкому качеству обслуживания и жалобам клиентов [6];
- незнание международного опыта управления гостиничными сетями ведет к недостаткам в менеджменте.

Развитие национальных гостиничных сетей в рамках развития туризма в России требует оптимизации следующих направлений;

- освоение гостиничными сетями внутренних территорий регионов России для развития новых туристических дестинаций;
- формирование нормативно-законодательной базы, соответствующей современным экономическим условиям;
- инвестиции в подбор и обучение персонала;
- расширение возможностей рекламы как национальных гостиничных сетей, так и независимых гостиничных предприятий;
- освоение международного опыта управления гостиничными сетями с целью оптимизации менеджмента национальных предприятий и формирования стандартов обслуживания [7].

Развитие внутреннего туризма в России является позитивным фактором для формирования новых векторов территориальной экспансии национальных гостиничных сетей и создания современной концепции стандартов обслуживания и расширения дополнительных услуг в соответствии с потребностями современных путешественников.

### Список использованной литературы

1. Корчагина Е. В. Разработка модели анализа устойчивого развития компании / Е. В. Корчагина // Проблемы современной экономики. — 2011. — № 4 (40). — С. 133–136.
2. Корчагина Е. В. Формирование системы показателей устойчивого развития на основе теории стейкхолдеров / Е. В. Корчагина // Проблемы современной экономики. — 2009. — № 3 (31). — С. 152–155.

3. Десфонтейнес Л. Г. Кадровая политика на предприятиях сферы сервиса // Инновации, качество и сервис в технике и технологиях: сб. науч. тр. 7-ой Международной научно-практической конференции. отв. ред. А.А. Горохов. — 2017. — С. 90–94.
4. Десфонтейнес Л. Г. Механизм создания эффективной команды в сфере сервиса / Л. Г. Десфонтейнес, А. Е. Карманова // Общество: социология, психология, педагогика. — 2017. — № 12. — С. 129–132.
5. Корчагина Е. В. Сравнительный анализ отчетности устойчивого развития российских и зарубежных компаний / Е. В. Корчагина // Проблемы современной экономики. — 2008. — № 4 (28). — С. 158–164.
6. Десфонтейнес Л. Г. Особенности подготовки специалиста сферы сервиса / Л. Г. Десфонтейнес // Экономическая наука и хозяйственная практика: современные вызовы и возможности кооперации теоретико-методологических и прикладных исследований: материалы международной научно-практической конференции ИСЭИ УФИЦ РАН, НИЦ ПНК. 2018. — С. 36–39.
7. Корчагина Е. В. Стратегическое управление социально-экономической устойчивостью предприятия / Е. В. Корчагина // Проблемы современной экономики. — 2009. — № 1 (29). — С. 150–154.
8. Федеральная служба государственной статистики : офиц. сайт. — URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения 12.11.2020).