

ЭКОНОМИКА, МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ, ПРАВО В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

УДК 338.2

М.С. ОБОРИН, д-р. экон. наук, профессор
Пермский институт (филиал)
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени
Г.В. Плеханова»;
ФГБОУ ВО «Пермский государственный национальный
исследовательский университет»;
ФГБОУ ВО «Пермский государственный
аграрно–технологический университет им. ак.
Д.Н. Прянишникова»;
ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет»



Статья поступила 12 марта 2018г.

ТЕНДЕНЦИИ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РЕГИОНАХ РФ

Статья посвящена исследованию тенденций и особенностей развития гостиничного бизнеса России. Тема является актуальной, поскольку в сложных макроэкономических условиях индустрия гостеприимства является прибыльной, показывает высокую степень адаптации к негативным факторам внешней среды. Целью исследования является выбор наиболее эффективных направлений развития профильных предприятий в зависимости от социально–экономических условий в регионах. Основные методы: анализ статистики, системный и ситуационный подходы, моделирование социально–экономических процессов.

Основными результатами исследования является анализ проблем и тенденций развития гостиничного бизнеса в регионах России. Были выявлены тенденции устойчивого роста финансово–экономических показателей, а именно, повышение численности гостиничных предприятий, заполняемости и спроса на различные категории номерного фонда, связанные с интенсификацией внутреннего туризма. В субъектах страны индустрия гостеприимства идет по пути разнообразия услуг и видов деятельности, применения различных ценовых стратегий, основанных на клиентоориентированных подходах. Важными предпосылками развития профильных предприятий являются природно–ресурсный и инфраструктурный потенциал, инвестиционный климат в регионе, благоприятные нормативно–правовые и экономические условия для появления новых отраслевых субъектов. Более детально анализ рынка гостиничных услуг рассмотрен на примере городов Москвы и Санкт–Петербурга. Рассмотренные субъекты лидируют по охвату рынка, занимая свыше 70% общероссийского, спрос растет на категории 4–5 звезд, а также 2–3 звезды, при этом цены рассчитаны на высокий доход потребителей.

Результаты исследования заключаются в рекомендациях применения трех базовых стратегий развития и поддержания конкурентоспособности, основанных на углубленной продуктовой специализации и формировании сетевых структур с целью обеспечения дифференцированного подхода к сегментации рынка.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, регион, институциональная среда, процент загрузки, категория звездности, цена размещения, стратегия.

Введение. Российская экономика находится в сложных условиях геополитических противоречий и санкционных ограничений. Усилия государства должны быть направлены на развитие видов экономической деятельности, которые обладают высокой степенью устойчивости к негативному макроэкономическому фону. Необходимо учитывать предпосылки к повышению доходности и динамике мировых темпов отраслей, способствующих преодолению рецессии на глобальном и

региональном уровне. Целесообразно обратить внимание на сферу туризма и гостеприимства, показывающую динамичный рост. В нашей стране необходимо учитывать положительные предпосылки развития рассматриваемых отраслей: повышение доходов населения и платежеспособного спроса; набирающие популярность новые виды туризма, такие как экологический, аграрный; расширение культурно–деловых связей с регионами и государствами; изменение глобальных туристских маршрутов и активизация внутренних направлений туризма. Немаловажным аспектом является прибыльность гостиничной индустрии, формирование предложения, ориентированного на тенденцию возрастания количества деловых поездок, здорового образа жизни, что будет способствовать дальнейшему расширению емкости рынка гостеприимства в регионах.

Значимость гостиничного бизнеса для социально–экономического развития страны и регионов подчеркивается в научных публикациях. Общие тенденции развития индустрии гостеприимства исследовались такими авторами, как Воронцова М.Г., Быстров С.А. [1]; Голигузова Н.С., Воробьев В.К. [2]; Дручевская Л.Е.; Ильясова М.К. [4]; Ибраимова С.И. [5]; Лимонина И.Г., Сафина С.С. [11]; Никольская Е.Ю., Титиевская Е.М. [12]; Оборин М.С. [16; 17].

Морева С.Н., Зобова Е.В., Яковлева Л.А. [14] отмечают перспективность и капиталоемкость гостиничного бизнеса, длительный срок окупаемости для инвестора, влияние сезонности и баланса спроса и предложения. По мнению авторов, высокие затраты являются необходимыми для отрасли, снижение их уровня негативно влияет на качество гостиничного продукта. К основным тенденциям индустрии гостеприимства отнесены: снижение расходов деловыми путешественниками, заполняемость недорогих отелей 2–3 звезды на 80%. Обращено внимание на то, что основные рынки гостиничных услуг Москвы и Санкт–Петербурга ориентированы на клиента с высокими доходами даже в сегменте эконом–класса. Особенности отраслевого развития, по мнению Морозова В.Ю., Мурашовой Ю.В. [15] является ключевая роль персонала и эргономических критериев в обслуживании на предприятиях гостиничной индустрии, рост количества отечественных средств размещения и появление международных брендов. В качестве базовых условий размещения гостиничного предприятия является привлекательность региона и деловая активность. Выделены полярные по условиям регионы, которые являются привлекательными для туристов: южные с благоприятной экологией и рекреационными услугами и центральные, промышленные и деловые центры, но со сложной ситуацией, связанной с загрязнением окружающей природной среды. Обращено внимание на такие факторы, как материальность и неосязаемость гостиничных услуг, соответствие целям поездки и платежеспособности.

Мачалкин С.Е., Фидоренко Я.И. [13] обращают внимание на качество гостиничной услуги как определяющего фактора в привлечении спроса, сочетание минимального критерия в области определения звездности и подхода балльной оценки, освещены вопросы прямого и косвенного регулирования деятельности предприятий гостеприимства. По мнению авторов, целевое финансирование, преобладающее как основная форма государственной поддержки, не является эффективным механизмом, может носить исключительно адресный характер. Косвенные методы поддержки преимущественно основаны на налогообложении.

Китаева Л.В. [7] считает, что формирование институциональной среды, способствующей развитию индустрии гостеприимства, является функцией государства, при этом подчеркивается межотраслевой характер данного сектора услуг, состоящих из разнообразных предприятий и организаций (гостиницы, рестораны, туристские агентства, транспортные компании, спортивные и развлекательные заведения и т.п.), деятельность которых направлена на максимально полное удовлетворение запросов и предпочтений туристов. Акцент сделан на методологическом подходе к оценке вклада индустрии гостеприимства в социально–экономическое развитие регионов на основании двух основных направлений: 1) потребление предприятиями индустрии гостеприимства ресурсов и материальных благ и услуг в процессе развития, строительства, модернизации; 2) привлечение платежеспособного спроса, когда в процесс проживания туристы тратят средства на покупку товаров, услуг сопутствующих отраслей – общественного питания, транспорта, экскурсий и т.д. Предлагается три вида мультипликатора: доходов (расходов), занятости, производства. Отмечено негативное влияние выездного туризма, который сокращает доходность внутри страны, способствует вывозу части капитала. На примере Ростовской области автор выделяет туризм в качестве одной из приоритетных отраслей развития, на территории расположены пять туристско–рекреационных районов, обладающих удобным транспортным расположением. Одним из основных сдерживающих факторов является малое количество гостиничных средств с современным уровнем сервиса, высокие цены на проживание, особо отмечен недостаток конгрессно–выставочных площадок для

делового туризма. Несколько противоположные проблемы характерны для регионов Северо–Кавказского федерального округа: неразвитость транспортно–логистических сетей, негативным имиджем. Развитие индустрии гостеприимства в регионах авторы связывают с продвижением таких видов туризма, как социальный, лечебно–оздоровительный, детский, юношеский и молодежный.

К тенденциям формирования индустрии гостеприимства в регионах относят в первую очередь динамичное развитие внутреннего рынка и его диверсификация. Развитие данного вида экономической деятельности должно осуществляться на управляемой и устойчивой основе, поскольку только в этом случае будет достигнут значительный положительный эффект, без экологических, экономических и социальных проблем для территорий. Комаров О.Е. [9] в субъектах отмечает проблемы экстенсивного развития туризма, моральный и физический износ материально–технической базы, диспропорция цены и качества предлагаемых услуг. Основной задачей стратегического подхода к управлению индустрией гостеприимства автор видит в ограничении постоянно растущего спроса состоянием природной окружающей среды, ее качеством, которое влияет на экологию и снижение привлекательности туристских дестинаций.

Комлева Н.С., Солдатова Е.В. [10] считают, что в развитии индустрии туризма и гостеприимства регионов необходимо выделять невременной и вариативный компоненты. Первый представлен природно–ресурсным потенциалом и культурно–историческими ресурсами, второй зависит от степени вовлеченности социально–экономических ресурсов в воспроизводственный процесс и создание конкурентных преимуществ. Отмечается богатый потенциал республики Карелия для развития рассматриваемых отраслей, устойчивый рост активного, культурного, познавательного, комплексных туров выходного дня. Проблемой региона является высокая доля неорганизованного туризма вследствие отсутствия современных гостиничных комплексов, несмотря на рост в последние годы более чем в три раза. Строительство гостиниц представлено корпоративным, проектным подходом, который является сравнительно новым в российских регионах, ростом количества частных средств размещения. Высоко оценивается вклад региональных властей в развитие отрасли туризма и гостеприимства.

В 2016–2017 гг. гостиничная индустрия России значительно упрочила свои позиции за счет роста внутренних турпотоков, а также посещений иностранных туристов (рост свыше 40%), наибольший рост показали профильные предприятия Сочи, Москвы и Санкт–Петербурга. Российской гостиничной ассоциацией отмечено сосредоточение основных объемов реализации услуг (почти 70%) гостиничных предприятий Москвы и Санкт–Петербурга. В связи с этим можно отметить интерес ученых к проблемам развития отрасли в рассмотренных субъектах.

Рынок гостиничных услуг города Москвы изучали такие авторы, как Черникова Л.И., Харитонов Т.В. [24]; Филатов К.С. [21]; Ковальчук А.П., Евстигнеев А.М. [8]. В частности, Черниковой Л.И., Харитоновой Т.В. [24] отмечены такие черты современного гостиничного рынка, как стандартизация и унификация. Гостиничный рынок Москвы характеризуется высоким уровнем конкуренции, маркетинговых стратегий и технологий, направленных на завоевание клиентов. Несмотря на приближение численности гостиничных предприятий города 4–5 звезд к европейским столицам, количество гостиниц 2–3 звезды в субъекте существенно меньше, что влияет на высокий уровень размещения в частном секторе и рост теневых доходов.

Проблемы и перспективы формирования гостиничной индустрии Санкт–Петербурга исследовались в работах Суруленко О.В. [22]; Чернышова Л.А. [26], Якимович Г.Б. [25; 27]; Шевченко М.И. [26].

Суруленко О.В. [20] считает необходимостью формирование стратегий сетевого взаимодействия и продуктовой специализации в сегменте мини–отелей и крупных гостиничных операторов. Второй вид стратегии позволит малым гостиницам практически не конкурировать между собой, насыщая рынок качественным предложением. Шевченко М.И. [26] основным критерием успешности гостиничного предприятия считает конкурентоспособность, предлагает ее оценивать по следующим базовым параметрам: потребности покупателей услуг; конкурирующая услуга; гипотетический образец услуги; группа аналогичных услуг; величина полезного эффекта. Целью анализа является разработка стратегии обеспечения преимуществ на рынке. По мнению Якимович Г. Б. [25; 27] каждый сегмент гостиничного рынка обладает определенным потенциалом, стратегия должна ориентироваться на прогнозирование роста турпотока и устранять проблемы субъектов рынка, которые связаны с реконструкцией номерного фонда, повышением комфорта.

Основная часть. Рассмотрим основные показатели экономической деятельности гостиничной индустрии Российской Федерации. Численность объектов гостиничной индустрии в стране за последние годы показала тенденцию роста (рис. 1).

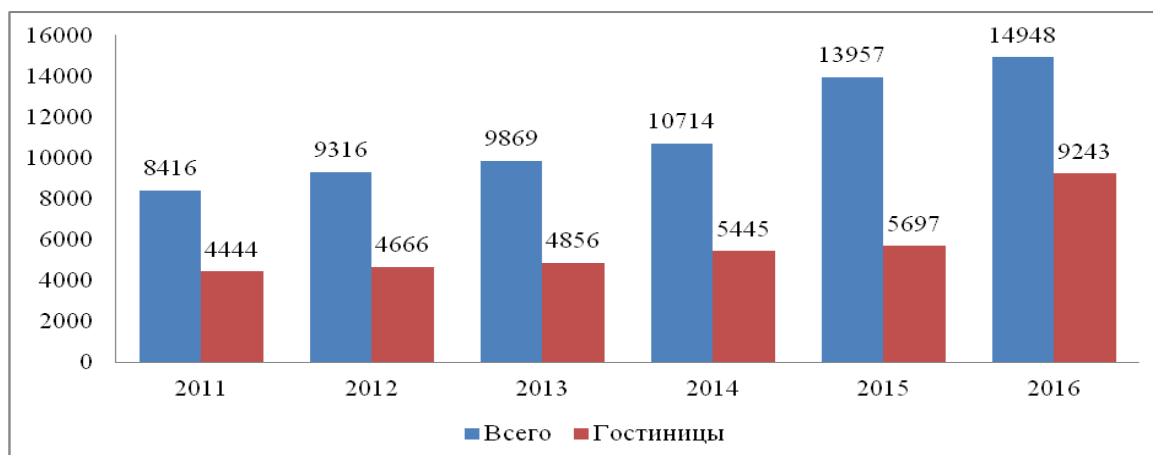


Рисунок 1 – Число гостиниц и аналогичных средств размещения в России в 2011–2016 гг., ед. (составлено по данным [19])

Согласно Росстату, доля гостиниц в общем объеме всех средств размещения в России по данным 2016 года составляет приблизительно 62%, тогда как в 2015 году этот показатель равнялся 41%. Это свидетельствует о положительной тенденции в отрасли, а также может являться следствием подготовки к приезду туристов и гостей на чемпионат мира по футболу в 2018 году. В общем в последние 6 лет гостиницы являются самой многочисленной категорией среди всех объектов размещения.

В России гостиницы также являются самыми вместительными коллективными средствами размещения: в 2016 году число мест в гостиницах составляло 750 тысяч, тогда как hostels вмещали в себя в общем объеме 53 тысячи мест, а мотели – 9 тысяч. Помимо этого, число мест в гостиницах с каждым годом увеличивается на несколько тысяч, что объясняется притоком туристов после ослабления санкций, а также в преддверии чемпионата мира по футболу в 2018 году и связанных с ним событий (рис. 2).

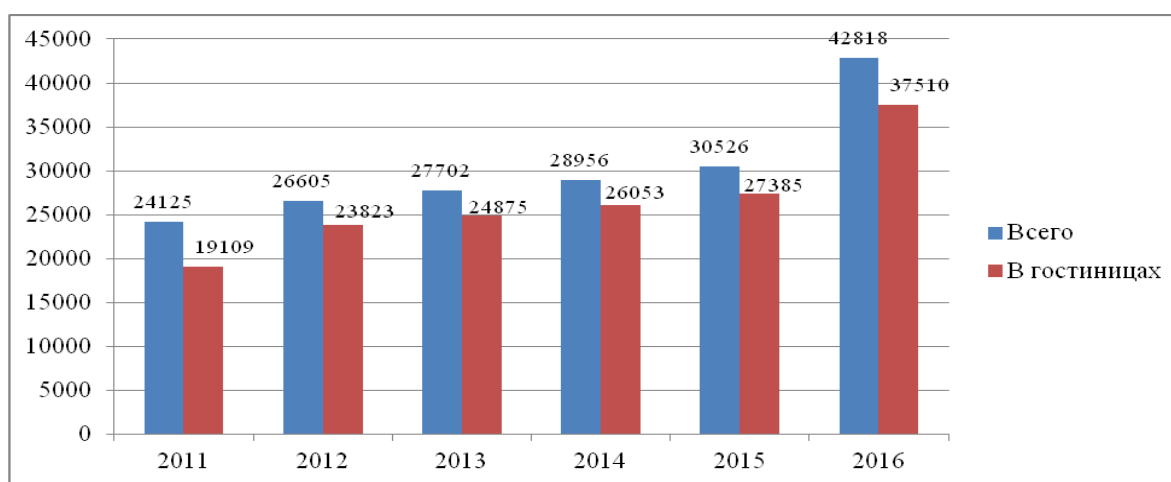


Рисунок 2 – Численность лиц, размещенных в коллективных средствах размещения, тыс., 2011–2016 гг. (составлено по данным [19])

В гостиницах размещается большинство приезжих иностранных и местных туристов – их количество составляет более 95%. Это объясняется большей популярностью гостиниц по сравнению с другими объектами размещения в нашей стране и на территории СНГ, малым количеством hostels и прочих мест ночевки, более продвинутым уровнем сервиса.

Охарактеризуем основные показатели развития гостиничного рынка г. Санкт–Петербург. Рассмотрим данные по распределению суммарного объема номерного фонда в 2016 году в зависимости от категории (рис. 3).

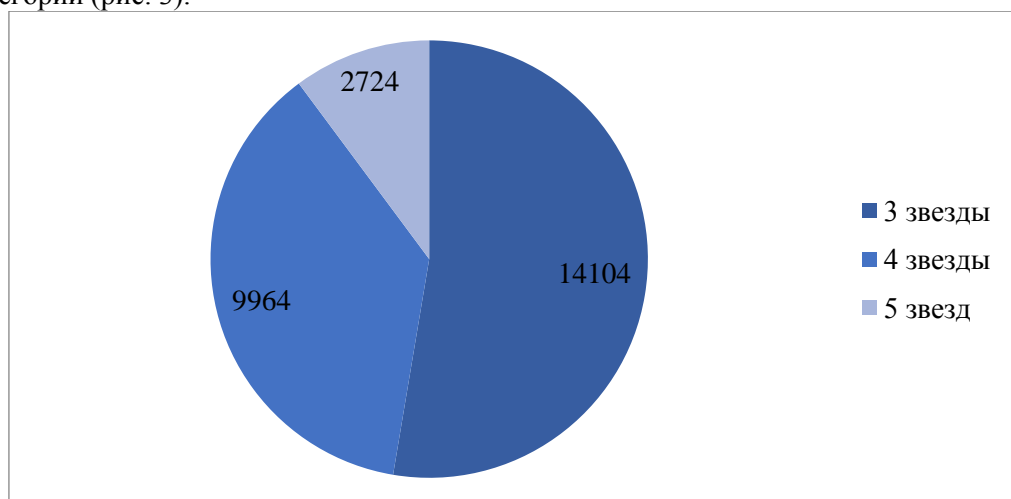


Рисунок 3 – Распределение суммарного объема номерного фонда за 2016 г., % (составлено по данным [6; 20])

В 2016 году наибольшее количество гостиниц приходилось на сегмент 3 звезды – он занимал 53% всего рынка гостиничных услуг. Сектору четырехзвездочных отелей отводилось около 37%, трехзвездочных – чуть более 10%. Рассмотрим показатели стоимости и доходности данных категорий номерного фонда (рис. 4–6).

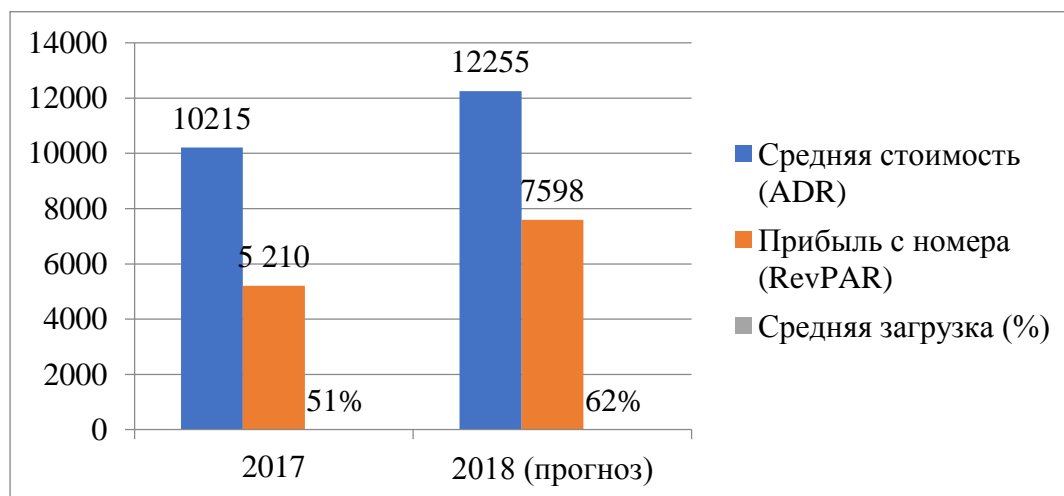


Рисунок 4 – Показатели стоимости и дохода номера категории 5* (составлено по данным [20; 21])

В сегменте пятизвездочных гостиниц в Санкт–Петербурге средняя стоимость номера в 2017 году составила 10215 рублей. По прогнозам аналитиков издания UmbrellaHospitality, в 2018 году произойдет рост цен на 20% при увеличении загрузки на 11%.

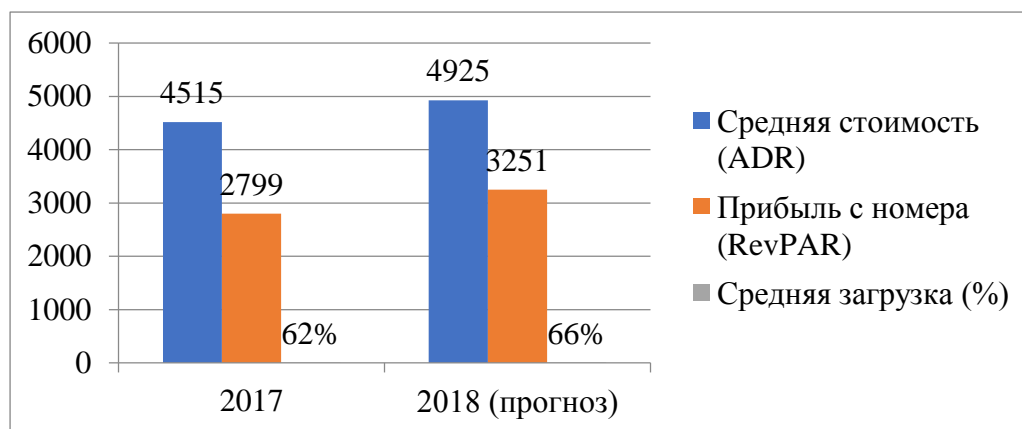


Рисунок 5 – Показатели стоимости и дохода номера категории 4* (составлено по данным [20; 21])

Показатели в сегменте 4 звезд гостиничного рынка Санкт–Петербурга показывают ту же динамику, что и сектор 5 звезд. Средняя стоимость одного номера, согласно прогнозам, возрастет на 9% при повышении средней загрузки на 4%. Прибыль с номера также покажет рост на 500 рублей.

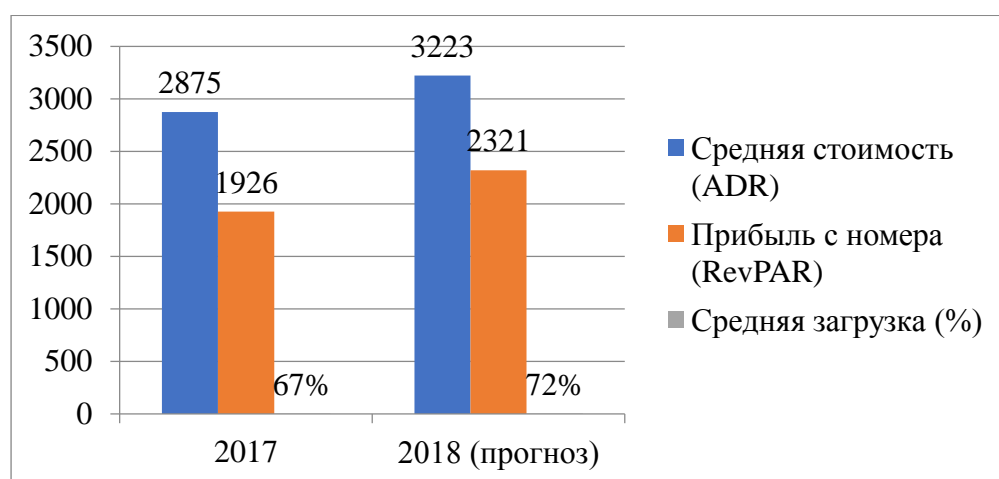


Рисунок 6 – Показатели стоимости и дохода номера категории 3* (составлено по данным [20; 21])

Данные исследования показателей сегмента 3 звезд на гостиничном рынке Санкт–Петербурга говорят о том, что в 2018 году произойдет повышение средней стоимости номера на 12,1% при увеличении средней загрузке на 5%.

Охарактеризуем динамику средней стоимости номера в гостиницах Санкт–Петербурга за 2016–2017 гг. (табл. 1).

Таблица 1– Средняя стоимость номера в отелях Санкт–Петербурга за 2016–2017 гг., руб.*

Год	Первое полугодие					
	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь
2016	2572,51	2541,32	2411,72	2707,87	4232,95	5176,72
2017	2676,45	2609,08	2485,17	2950,15	4728,19	5891,81
Темп прироста, %	4,04%	2,67%	3,05%	8,95%	11,70%	13,81%
Год	Второе полугодие					
	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
2016	3766,09	3487,67	3345,58	2758,16	2632,68	2760,99
2017	4499,58	3866,68	3542,95	2948,07	2660,14	2733,8
Темп прироста, %	19,48%	10,87%	5,90%	6,89%	1,04%	–0,98%

*составлено по данным [6; 18; 20; 21]

В первые 6 месяцев рассматриваемых периодов (2016–2017гг.) наибольшая средняя стоимость номера в гостиницах Санкт–Петербурга была отмечена в июне, что обуславливается сезонами летних отпусков, наименьшая – в марте. В 2017 году по сравнению с 2016 самое резкое увеличение цены произошло в июне – 13,81%, наименьшее – в феврале – всего 2,67%.

Во втором полугодии двух последних рассматриваемых лет (2016–2017гг.) наибольшая средняя стоимость номера в гостиницах Санкт–Петербурга наблюдалась в июле, что также является следствием сезонов летних отпусков, наименьшая – в ноябре. В 2017 году по сравнению с 2016 самый большой рост цен произошел в июле – 19,48%, а в декабре, напротив, цена за 1 номер снизилась на –0,98%.

Охарактеризуем показатели загрузки гостиниц Санкт–Петербурга (табл. 2).

Таблица 2 – Общий показатель загрузки номеров гостиниц Санкт–Петербурга за 2016–2017 гг., %*

Год	Первое полугодие					
	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь
2016	43,41%	45,50%	54,72%	62,37%	72,30%	86,18%
2017	44,59%	49,01%	54,30%	64,90%	73,05%	85,50%
Темп прироста, %	2,72%	7,72%	–0,77%	4,05%	1,03%	–0,79%
Год	Второе полугодие					
	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
2016	88,05%	84,40%	74,45%	68,80%	57,49%	45,99%
2017	87,25%	83,41%	78,30%	65,12%	61,75%	50,62%
Темп прироста, %	–0,91%	–1,17%	5,18%	–5,34%	7,41%	10,06%

*составлено по данным [6; 18; 20; 21]

Наибольшая загрузка номеров в первом полугодии 2017 года в Санкт–Петербурге составила 85,50% и произошла в июне, что на 0,79% меньше, чем в 2016 году; наименьший же показатель наблюдался в январе – 44,59% – и это на 2,72% больше аналогичного показателя 2016 года. Наибольшая загрузка номеров во втором полугодии 2017 года в Санкт–Петербурге составила 87,25% в июле, что на 0,91% меньше, чем в 2016 году; наименьший же показатель наблюдался в декабре – 45,99% – это на 10,06% больше аналогичного показателя 2016 года.

Охарактеризуем экономические показатели развития гостиничной индустрии г. Москвы. Обращает на себя внимание спрос со стороны российских и зарубежных граждан (рис. 5).

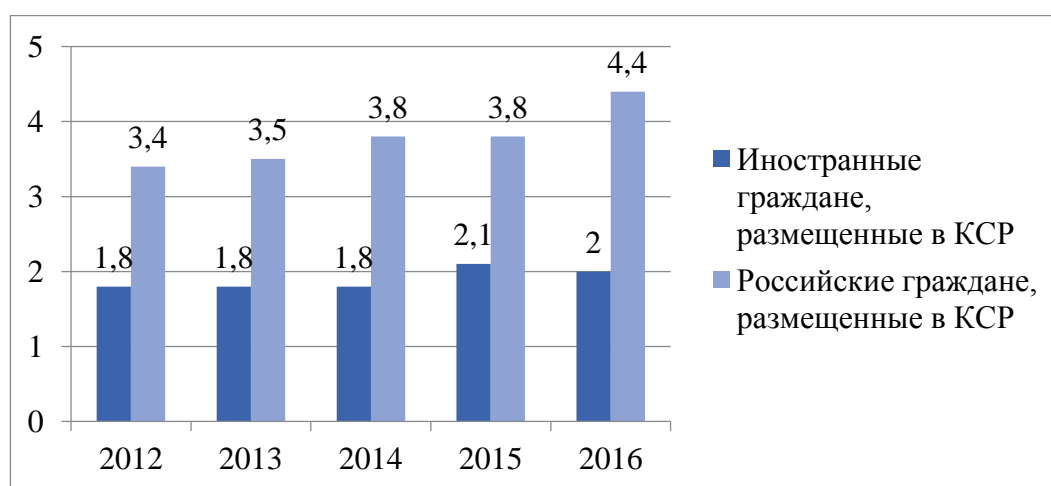


Рисунок 6 – Динамика спроса на размещение в гостиницах Москвы за 2012–2016 гг., млн. чел. (составлено по данным [3; 19])

Число российских граждан, размещенных в коллективных средствах размещения Москвы, в 2016 году составило 4,4 млн человек, что несколько превышает аналогичные показатели прошлых

лет. Что касается иностранных граждан, то их количество составляет 2 млн человек. Это значение остается достаточно стабильным на протяжении последних доступных данных – в пределах 1,8–2 млн человек. Количество ночевок также повышается ежегодно за рассматриваемый период (рис. 7).

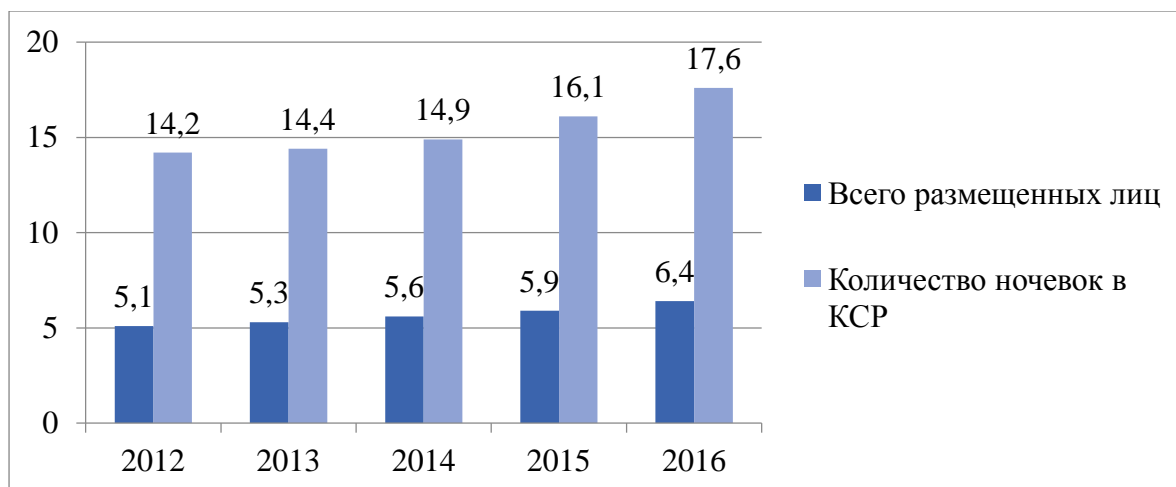


Рисунок 7 – Динамика количества ночевок в гостиницах Москвы за 2012–2016 гг., млн. чел. (составлено по данным [3; 19])

Количество ночевок в коллективных средствах размещения Москвы с каждым годом растет на несколько млн человек. В 2016 году этот показатель достиг отметки 17,6 млн человек, что на 1,5 млн человек больше, чем в 2015 году. Всего в 2016 году было размещено 6,4 млн человек.

Динамика структуры номерного фонда гостиничной индустрии города представлена на рисунке 8.

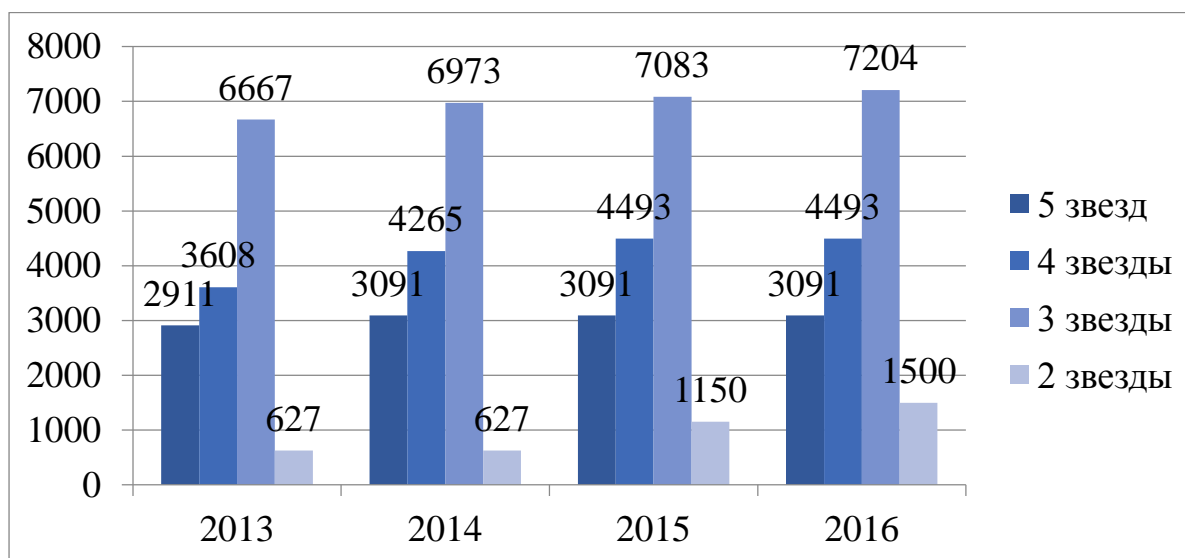


Рисунок 8 – Динамика структуры номерного фонда в гостиницах Москвы по критерию звездности за 2013–2016 гг., ед. (составлено по данным [3])

Количество отелей всех сегментов с каждым годом возрастает на несколько сотен новых коллективных средств размещения. Наибольшая доля рынка приходится на отели класса 3 звезды – около 45% всего объема КСР, наименьшее – отелям эконом класса – 9,2%.

Дополним рассматриваемые показатели динамикой загрузки по сегментам (рис. 9).

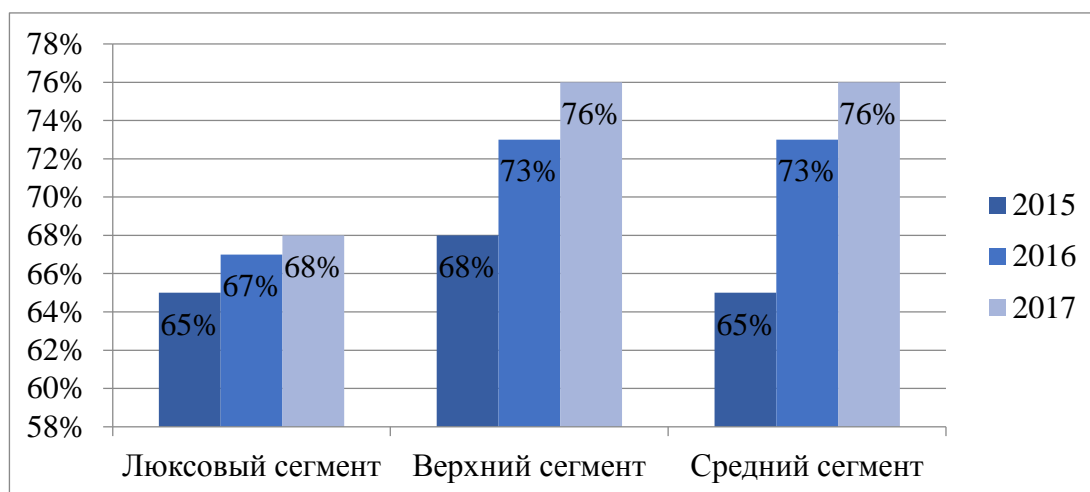


Рисунок 9 – Динамика загрузки по сегментам номерного фонда в гостиницах Москвы за 2015–2017 гг., ед. (составлено по данным [3])

Показатели загрузки верхнего и среднего сегмента отелей и гостиниц Москвы за последние 3 года практически идентичны. Что касается люксового сегмента, то здесь среднее значение загрузки номерного фонда является стабильным и колеблется в пределах 65–68%.

Охарактеризуем показатели емкости номерного фонда гостиниц Москвы (табл. 3).

Таблица 3 – Динамика номерного фонда гостиничной индустрии г. Москва, за 2014–2020 гг., шт.*

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018 (прогноз)	2019 (прогноз)	2020 (прогноз)
Доступно на конец года, шт.	14786	15929	17129	17600	19261	20491	21592
Добавлено/изъято, шт.	1143	1200	471	1661	1230	1101	1644
Темп прироста, %	7,70%	7,50%	2,70%	9,40%	6,40%	5,40%	7,60%

*составлено по данным [3]

Наибольшее изменение динамики гостиничного номерного фонда Москвы произошло в 2017 году – 9,40%. Согласно прогнозам, в последующие 3 года количество гостиниц и отелей продолжит расти и увеличится на 4 тысячи.

Гостиничная индустрия России активно развивается в последние десятилетия. Сложная макроэкономическая и геополитическая ситуация оказывает разнонаправленное влияние на рассматриваемый вид экономической деятельности. Ситуация в регионах страны имеет свои особенности, развитие отрасли связано с долей услуг туризма и гостеприимства в валовом региональном продукте, наличием государственной поддержки, активностью региональных властей по привлечению инвестиций, формированию совместных частно–государственных проектов; наличием природно–ресурсного и социально–экономического потенциала для устойчивого роста нескольких видов туризма. Примером успешно реализованных проектов в отрасли можно считать республику Карелия, где осуществляется три разных подхода к развитию гостиничного бизнеса. Устойчивый рост индустрии гостеприимства наблюдается в городах Санкт–Петербург и Москва, последние несколько лет все показатели стабильно повышаются, при этом прогнозируется дальнейший рост платежеспособного спроса и туристского потока. Основной особенностью данных субъектов РФ является ориентация на высокий доход туристов практически во всех сегментах гостиниц, необходимость удержания доли рынка способствует формированию разнообразных стратегий.

Специфической особенностью условий является перераспределение клиентов в пользу хостелов и гостиниц категории 2–3 звезд. Можно рекомендовать реализацию следующих стратегий:

1. Сочетание продуктовой и сетевой стратегии взаимодействия. В данном формате будет возможно комплексное предложение услуг на основе углубленной специализации для максимального комфорта клиента. Основные агенты – мини–гостиницы, хостелы, гостиницы категории 2–3 звезды.

2. Формирование стратегии дифференцированного продукта, который заключается в совмещении делового туризма и отдыха, что возможно на основе партнерства: гостиница в центре – отель на природе, сочетание услуг делового и экологического туризма.

3. Усиление стратегии дифференциации услуг сетевых гостиниц, преобладающих в центральных районах Москвы и Санкт–Петербурга, направленных на определенный сегмент потребителей. Основными инструментами являются диверсификация услуг на основе цифровых технологий, снижение цены на определенные виды услуг, предложение повышенного комфорта на основе индивидуальных пожеланий гостей.

Список литературы

1. Воронцова, М.Г. Гостиничный бизнес: теория и практика / М.Г. Воронцова, С.А. Быстров. – СПб: СПбГУКИ, 2014. – 168 с.
2. Голигузова, Н.С. Современные проблемы развития гостиничного бизнеса в РФ / Н.С. Голигузова, В.К. Воробьев // Инновационные технологии в науке и образовании. – 2015. – №4(4). – С. 399–403.
3. Динамика показателей гостиничного рынка Москвы, 2015–2017гг. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.jll.ru/russia/ru/> – Дата доступа : 20.05.2018.
4. Дручевская, Л.Е. Перспективы и особенности развития гостиничного бизнеса в России / Л.Е. Дручевская // Сервис в России и за рубежом. – 2013. – №6 (44). – С. 16–22.
5. Ильясова, М.К. Проблемы оценки эффективности деятельности предприятий гостиничного бизнеса / М.К. Ильясова, С.И. Ибраимова // Инновационная наука. – 2015. – Т.1. №5(5). – С. 115–118.
6. Загрузка номеров в отелях Санкт–Петербурга, общий показатель [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://hoteladvisors.ru/blog-2/Operatsionnye-pokazateli-oteley-Sankt-Peterburga-za-2017-god/> – Дата доступа : 20.05.2018.
7. Китаева, Л.В. Макроэкономические аспекты развития индустрии гостеприимства /Л.В. Китаева // Вестник экспертного совета. – 2017. – № 9. – С. 85–98.
8. Ковальчук, А.П. Развитие локального рынка индустрии гостеприимства (на примере Москвы) / А.П. Ковальчук, А.М. Евстигнеев // Российское предпринимательство. – 2014. – № 16. – С. 145–155.
9. Комаров, О.Е. Перспективы развития туризма и гостеприимства в Алтайском крае и приграничных регионах Казахстана /О.Е. Комаров // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. – 2017. – № 1. – С. 51–59.
10. Комлева, Н.С. Оценка стратегического потенциала развития индустрии гостеприимства и туризма республики Карелия / Н.С. Комлева, Е.В. Солдатова // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2015. – № 9. – С. 18–27.
11. Лимонина, И.Г. Территориальные различия в размещении крупнейших розничных сетей в России / И.Г. Лимонина, С.С. Сафина // Проблемы современной экономики. – 2014. – №2. – С. 292–295.
12. Никольская, Е.Ю. Актуальные вопросы развития гостиничного бизнеса / Е.Ю.Никольская, Е.М. Титиевская // Путь науки. – 2014. – №6. – С. 54–57.
13. Мачалкин, С.Е. Специфика государственного регулирования сферы гостиничных услуг в Российской Федерации / С.Е. Мачалкин, Я.И. Фидоренко // Социально–экономические явления и процессы. – 2016. – № 6. – С. 84–91.
14. Морева, С.Н. Основные тенденции развития индустрии гостеприимства в России / С.Н. Морева, Е.В. Зобова, Л.А. Яковлева // Социально–экономические явления и процессы. – 2017. – № 8. – С. 85–94.
15. Морозов, В.Ю. Современные проблемы развития гостиничного бизнес в Российской Федерации / В.Ю. Морозов, Ю.В. Мурашова. // Сервис в России и за рубежом. 2017. № 5. С. 95–106.
16. Оборин, М.С. Оценка влияния курортно–рекреационной деятельности на социально–экономическое развитие регионов / М.С. Оборин, А.А. Клейман // Вестник Национальной академии туризма. – № 4(44). – 2017. – С. 46–52.
17. Оборин, М.С. Устойчивое развитие курортно–рекреационного комплекса как фактор роста экономики региона / М.С. Оборин // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. – Т. 27. – № 4. – 2017. – С. 34–45.

18. Официальный сайт компании UmbrellaHospitality. Аналитика гостиничного рынка Санкт-Петербурга в сегменте 5 звезд [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://umhos.ru/statistics/> – Дата доступа : 20.05.2018.

19. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Российский статистический ежегодник, 2017 [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://www.gks.ru/free_doc/doc_2017/year/year17.pdf – Дата доступа : 20.02.2018.

20. Распределение суммарного объема номерного фонда в общей структуре предложения в зависимости от позиционированной категории отеля, количество номеров, 2016г. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.hotelscatalog.ru/novosti-gostinits-sankt-peterburga/knight-frank-rynok-gostinichnoj-nedvizhimosti-sankt-peterburg-2016.html> – Дата доступа : 20.05.2018.

21. Средняя стоимость номера в отелях Санкт-Петербурга, общий показатель [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://hoteladvisors.ru/blog-2/Operatsionnye-pokazateli-oteley-Sankt-Peterburga-za-2017-god/> – Дата доступа : 20.05.2018.

22. Суровенко, О.В. Гостиничный бизнес в Санкт-Петербурге: проблемы и перспективы / О.В. Суровенко // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технология. – 2010. – № 11 – С. 59–68.

23. Филатов, К.С. Тенденции интеграции рынка гостиничных услуг московского региона на мировой рынок / К.С. Филатов // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – 2013. – № 3. – С. 85–88.

24. Черникова, Л.И. Исследование проблем и перспектив развития рынка гостиничных услуг города Москвы в современных экономических условиях / Л.И. Черникова, Т.В.Харитоновна // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2015. – № 8. – С. 102–110.

25. Чернышова, Л.А. Соотношение цены и качества для гостиниц уровня трех и четырех звезд в Санкт-Петербурге / Л.А. Чернышова, Г.Б. Якимович // Экономический анализ: теория и практика. – 2015. – № 7. – С. 84–91.

26. Шевченко, М.И. Оценка конкурентоспособности пятизвездочных гостиниц Санкт-Петербурга с помощью модифицированного метода 13теория13ных / М.И. Шевченко // Экономический анализ: 13теория и практика. – 2013. – № 4. – С. 68–77.

27. Якимович, Г.Б. Гостиничный сектор уровня 3 звезды в Санкт-Петербурге / Г.Б. Якимович // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2013. – № 4. – С. 64–72.

Резюме. Гостиничный бизнес является одним из высокодоходных в стране, способен показывать прибыльность в условиях макроэкономического давления и санкционных ограничений. В регионах развитие гостиничной индустрии является важным направлением стратегического развития с учетом положительных тенденций растущего спроса в сфере делового и иных видов туризма, привлечением внутренних инвестиций на территории. Несмотря на рост отраслевых финансово-экономических показателей, в субъектах страны необходимо отметить действие различных факторов, влияющих на социально-экономические аспекты функционирования профильных предприятий.

Основополагающим для развития индустрии гостеприимства является наличие природно-ресурсного и социально-экономического потенциала, определяющего привлекательность для посещения региона. Условно можно выделить два критерия: экологически благоприятную окружающую среду (аграрный, сельский, лечебно-оздоровительный туризма) и высокий уровень промышленного, инновационного и финансового потенциала (деловой, конгрессный, образовательный туризм) субъектов. Фактором второго порядка является позиция региональных органов власти по отношению к развитию гостиничной индустрии, созданию комфортной инвестиционной среды, обеспечению поддержки в решении проблем, связанных с земельными вопросами, строительством, формированием партнерских отношений с экономическими агентами, продвижением услуг. Важным условием формирования бизнес-среды является курортно-рекреационная и туристская инфраструктура, которая определяет динамику посещаемости территорий. В качестве положительного опыта можно привести республику Карелия, которая является примером сочетания уникальных ресурсов, активной политики власти по развитию отрасли, дифференцированный подход к экономическим агентам в соответствии с социально-экономическими возможностями и вкладу в экономику территорий. Результатом на сегодняшний день является проникновение на рынок крупных и мелких предприятий гостиничного бизнеса, комплексное развитие взаимосвязанных видов экологически ориентированно туризма, включая туры выходных дней, набирающие высокую популярность.

Большинство регионов страны имеют общие проблемы, связанные с ростом индустрии гостеприимства, которые заключаются в сезонности, транспортно–логистическом и коммунальном обеспечении деятельности, наличием нормативно–правовых сложностей определения прав собственности на земельные участки и инфраструктурные объекты.

Интерес представляют города Москва и Санкт–Петербург, которые занимают лидирующие позиции в отрасли гостеприимства. Отличие условий функционирования предприятий гостиничного бизнеса заключается в перераспределении туристского потока; необходимости разработки уникальных продуктовых стратегий, направленных на определенный сегмент рынка. Анализ структуры номерного фонда показал последовательный количественный рост, обусловленный интенсивностью торгово–экономических и культурных связей с другими государствами и регионами. Специалистами прогнозируется дальнейшее повышение рентабельности номерного фонда, подкрепляемое увеличивающимся внутренним и внешним спросом. В Санкт–Петербурге наибольшая доля номерного фонда – три звезды, 53% соответственно, наибольший прирост общей доходности за 2018 год рассматривается в сегменте пять звезд и составит 45%, что является высоким показателем. Средняя стоимость номера показала прирост в большинстве месяцев 2017 года по сравнению с предыдущим периодом, отсутствует прямая связь с загрузкой. Показатели рынка гостиничных услуг Москвы продемонстрировали количественный рост в сегменте номеров пять и две звезды, что обусловлено платежеспособностью гостей города, исследователями отмечены тенденции экономии корпоративных средств на размещение сотрудников и руководителей, что также сказывается на предпочтениях потребителей. По прогнозам специалистов количественный рост номерного фонда города до 2020 года будет устойчивым и составит в среднем 4–7%.

Результаты анализа гостиничного бизнеса в городах Москва и Санкт–Петербург выявили наличие специфических форм сотрудничества, обусловленных углублением специализации и сетевого взаимодействия, необходимостью применения дифференцированных стратегий на основе кооперации.

Abstract. The hotel business is one of the high–income in the country, is able to show profitability in the conditions of macroeconomic pressure and sanctions restrictions. In the regions, the development of the hotel industry is an important area of strategic development, taking into account the positive trends of growing demand in the field of business and other types of tourism, attracting domestic investment in the territory. Despite the growth of industry financial and economic indicators, in the country's regions it is necessary to note the effect of various factors affecting the socio–economic aspects of the functioning of the relevant enterprises.

The presence of natural resource and socio–economic potential, which determines the attractiveness for visiting the region, is fundamental for the development of the hospitality industry. We can distinguish two criteria: environmentally friendly environment (agricultural, rural, medical and health tourism) and a high level of industrial, innovative and financial potential (business, Congress, educational tourism) of the subjects. The second factor is the position of regional authorities in relation to the development of the hotel industry, the creation of a comfortable investment environment, support in solving problems related to land issues, construction, the formation of partnerships with economic agents, the promotion of services. An important condition for the formation of the business environment is the resort and recreational and tourist infrastructure, which determines the dynamics of the territory attendance. As a positive experience can lead the Republic of Karelia, which is an example of a combination of unique resources, active policy of the authorities concerning the industry, a differentiated approach to the economic agents in accordance with the socio–economic opportunities and contribution to the economy of the territories. The result today is the market penetration of large and small enterprises of the hotel business, the integrated development of interrelated types of environmentally oriented tourism, including weekend tours, gaining high popularity.

Most regions of the country have common problems associated with the growth of the hospitality industry, which consist in seasonality, transport and logistics, and municipal support activities, the presence of regulatory difficulties in determining ownership of land and infrastructure facilities.

Of interest are the cities of Moscow and St. Petersburg, which occupy a leading position in the hospitality industry. The difference between the conditions of functioning of the hotel business is the redistribution of the tourist flow; the need to develop unique product strategies aimed at a certain segment of the market. The analysis of the structure of the number of rooms showed a consistent quantitative growth due to the intensity of trade, economic and cultural relations with other States and regions.

Experts predict further increase in profitability of the room Fund, supported by increasing internal and external demand. In St. Petersburg, the largest share of the number of rooms is three stars, 53%, respectively, the largest increase in total profitability for 2018 is considered in the five–star segment and will be 45%, which is a high indicator. The average cost of the room showed an increase in most months of 2017 compared to the previous period, there is no direct connection with the download. Indicators of the Moscow hotel services market showed a quantitative growth in the five and two–star segment, which is due to the solvency of the city's guests, the researchers noted trends in saving corporate funds for the accommodation of employees and managers, which also affects the preferences of consumers. According to experts' forecasts, the quantitative growth of the city's number of rooms will be stable and will be on average 4–7% by 2020.

The results of the analysis of the hotel business in Moscow and St. Petersburg revealed the presence of specific forms of cooperation, due to the deepening of specialization and network interaction, the need for differentiated strategies based on cooperation.

OBORIN M.S., Doctor of Econ. Sc., Professor

Perm Institute (branch) FSBEI HE «Russian economic University G. V. Plekhanov»

FSBEI HE «Perm state national research University»

FSBEI HE «Perm State Agro–Technological University named after Academician D.N. Pryanishnikov»

FSBEI HE «Sochi state University»

TRENDS AND PECULIARITIES OF HOTEL BUSINESS DEVELOPMENT IN THE RUSSIAN REGIONS

The article is devoted to the study of trends and features of the development of the hotel business in Russia, the topic is relevant, because in difficult macroeconomic conditions, the hospitality industry is profitable, shows a high degree of adaptation to negative environmental factors. The purpose of the study is to select the most effective directions of development of specialized enterprises depending on the socio–economic conditions in the regions. Main methods: analysis of statistics, system and situational approaches, modeling of socio–economic processes. Sixty

The main results of the study are the analysis of problems and trends in the development of the hotel business in the regions of Russia. The trends of sustainable growth of financial and economic indicators were revealed, namely, the increase in the number of hotel enterprises, occupancy and demand for various categories of rooms associated with the intensification of domestic tourism. In the country's regions, the hospitality industry follows the path of diversity of services and activities, the use of various pricing strategies based on customer–oriented approaches. Important prerequisites for the development of specialized enterprises are natural resource and infrastructure potential, investment climate in the region, favorable regulatory and economic conditions for the emergence of new industry entities. More detailed analysis of the hotel services market is considered on the example of Moscow and St. Petersburg. The considered subjects are leading in terms of market coverage, occupying more than 70% of the total Russian demand is growing in the category of 4–5 stars, as well as 2–3 stars, while prices are designed for high income consumers.

The results of the study are the recommendations of the application of three basic strategies for the development and maintenance of competitiveness, based on in–depth product specialization and the formation of network structures to ensure a differentiated approach to market segmentation.

Keywords: hotel business, region, institutional environment, percentage of load, star category, price of accommodation, strategy.

References

1. Voroncova M.G., Bystrov S.A. *Gostinichnyj biznes: teoriya i praktika* [Hotel business: theory and practice]. SPb: SPbGUKI, 2014. 168 p. (In Russian)

2. Goliguzova N.S., Vorob'ev V.K. *Sovremennye problemy razvitiya gostinichnogo biznesa v RF* [Modern problems of development of hotel business in Russia]. *Innovacionnye tekhnologii v nauke i obrazovanii* [Innovative technologies in science and education], 2015, no. 4(4), pp. 399–403. (In Russian)

3. Dinamika pokazatelej gostinichnogo rynka Moskvy, 2015–2017gg. [Dynamics of indicators of the Moscow hotel market, 2015–2017] (In Russian). Available at: <http://www.jll.ru/russia/ru-> (accessed: 18.09.2017).
4. Druchevskaya L.E. Perspektivy i osobennosti razvitiya gostinichnogo biznesa v Rossii [the Prospects and tendencies of development of hotel business in Russia]. *Servis v Rossii i za rubezhom* [Service in Russia and abroad], 2013, no. 6 (44), pp. 16–22. (In Russian)
5. Il'yasova M.K., Ibraimova S.I. Problemy ocenki ehffektivnosti deyatel'nosti predpriyatij gostinichnogo biznesa [Problems of evaluation of the efficiency of the hotel business]. *Innovacionnaya nauka* [Innovative science], 2015, T.1, no. 5(5), pp. 115–118. (In Russian)
6. *Zagruzka nomerov v otelyah Sankt–Peterburga, obshchij pokazatel'* [Download rooms in hotels of Saint Petersburg, a General indicator] (In Russian). Available at: <https://hoteladvisors.ru/blog-2/Operatsionnye-pokazateli-oteley-Sankt-Peterburga-za-2017-god> (accessed: 18.09.2017).
7. Kitaeva L.V. Makroehkonomicheskie aspekty razvitiya industrii gostepriimstva [Macroeconomic aspects of the hospitality industry development]. *Vestnik ehkspertnogo soveta* [Bulletin of the expert Council], 2017, no. 9, pp. 85–98. (In Russian)
8. Koval'chuk A.P., Evstigneev A.M. Razvitie lokal'nogo rynka industrii gostepriimstva (na primere Moskvy) [Development of the local market of the hospitality industry (on the example of Moscow)]. *Rossijskoe predprinimatel'stvo* [Russian entrepreneurship], 2014, no. 16, pp. 145–155. (In Russian)
9. Komarov O.E. Perspektivy razvitiya turizma i gostepriimstva v Altajskom krae i prigranichnyh regionah Kazahstana [Prospects of development of tourism and hospitality in the Altai territory and the border regions of Kazakhstan]. *Nauka i turizm: strategii vzaimodejstviya* [Science and tourism: strategies of interaction], 2017, no. 1, pp. 51–59. (In Russian)
10. Komleva N.S., Soldatova E.V. Ocenka strategicheskogo potentsiala razvitiya industrii gostepriimstva i turizma respubliki Kareliya [Evaluation of the strategic potential of the hospitality and tourism industry of the Republic of Karelia]. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishcheva* [Vestnik Volzhsky University. V. N. Tatishcheva], 2015, no. 9, pp. 18–27. (In Russian)
11. Limonina I.G., Safina S.S. Territorial'nye razlichiya v razmeshchenii krupnejshih roznichnyh setej v Rossii [Spatial differences in the location of the largest retail chains in Russia]. *Problemy sovremennoj ehkonomiki* [Problems of modern economy], 2014, no. 2, pp. 292–295. (In Russian)
12. Nikol'skaya E.YU., Titievskaya E.M. Aktual'nye voprosy razvitiya gostinichnogo biznesa [Opical issues of development of hotel]. *Put' nauki* [Business the Path of science], 2014, no 6, pp. 54–57. (In Russian)
13. Machalkin S.E., Fidorenko YA.I. Specifika gosudarstvennogo regulirovaniya sfery gostinichnyh uslug v Rossijskoj Federacii [Specifics of state regulation of hotel services in the Russian Federation]. *Social'no-ehkonomicheskie yavleniya i process* [Social and economic phenomena and processes], 2016, no. 6, pp. 84–91. (In Russian)
14. Moreva S.N., Zobova E.V., YAKovleva L.A. Osnovnye tendencii razvitiya industrii gostepriimstva v Rossii [the Main trends in the development of the hospitality industry in Russia]. *Social'no-ehkonomicheskie yavleniya i process* [Socio-economic phenomena and processes], 2017, no. 8, pp. 85–94. (In Russian)
15. Morozov V.YU., Murashova YU.V. Sovremennye problemy razvitiya gostinichnogo biznes v Rossijskoj Federacii [Current problems of development of hotel business in Russian Federation]. *Servis v Rossii i za rubezhom* [Service in Russia and abroad], 2017, no. 5, pp. 95–106. (In Russian)
16. Oborin M.S., Klejman A.A. Ocenka vliyaniya kurortno–rekreacionnoj deyatel'nosti na social'no-ehkonomicheskoe razvitie regionov [Evaluation of the effect of resort and recreational activities on the socio-economic development of regions]. *Vestnik Nacional'noj akademii turizma* [Vestnik of National Academy of tourism], 2017, no. 4(44), pp. 46–52. (In Russian)
17. Oborin M.S. Ustojchivoe razvitie kurortno–rekreacionnogo kompleksa kak faktor rosta ehkonomiki regiona [Sustainable development of the resort and recreational complex as a factor of economic growth in the region]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya EHkonomika i parvo* [Bulletin of the Udmurt University. Economy and law series], 2017, T. 27, no. 4, pp. 34–45. (In Russian)
18. *Oficial'nyj sajт kompanii UmbrellaHospitality. Analitika gostinichnogo rynka Sankt–Peterburga v segmente 5 zvezd* [Official website of the company UmbrellaHospitality. Analytics of St. Petersburg hotel market in the 5–star segment] (In Russian). Available at: <http://umhos.ru/statistics/> (accessed: 20.05.2018).

19. *Oficial'nyj sajt Federal'noj sluzhby gosudarstvennoj statistiki. Rossijskij statisticheskij ezhegodnik, 2017* [Official website of the Federal state statistics service. Russian statistical Yearbook, 2017] (In Russian). Available at: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2017/year/year17.pdf / (accessed: 20.02.2018).

20. *Raspredelenie summarnogo ob"ema nomernogo fonda v obshchej strukture predlozheniya v zavisimosti ot pozicionirovannoj kategorii otelya, kolichestvo numerov, 2016g.* [Distribution of the total volume of the room Fund in the total structure of the offer depending on the hotel category, number of rooms, 2016] (In Russian). Available at: <http://www.hotelscatalog.ru/novosti-gostinits-sankt-peterburga/knight-frank-rynok-gostinichnoj-nedvizhimosti-sankt-peterburg-2016.html> (accessed: 20.05.2018).

21. *Srednyaya stoimost' nomera v otelyah Sankt-Peterburga, obshchij pokazatel'* [The average room rate in hotels of Saint Petersburg, a General indicator] (In Russian). Available at: <https://hoteladvisors.ru/blog-2/Operatsionnye-pokazateli-oteley-Sankt-Peterburga-za-2017-god/> (accessed: 20.05.2018).

22. Surovenko O.V. Gostinichnyj biznes v Sankt-Peterburge: problemy i perspektivy [The Hotel business in St. Petersburg: problems and perspectives]. *Teoriya i praktika servisa: ehkonomika, social'naya sfera, tekhnologiya* [Theory and practice of service: economy, social issues, technology], 2010, no. 11, pp. 59–68. (In Russian)

23. Filatov K.S. Tendencii integracii rynka gostinichnyh uslug moskovskogo regiona na mirovoj rynek [Trends in the integration of the Moscow region hotel services market into the world market]. *Fundamental'nye i prikladnye issledovaniya kooperativnogo sektora ehkonomiki* [Fundamental and applied research of the cooperative sector of the economy], 2013, no. 3, pp. 85–88. (In Russian)

24. CHernikova L.I., Haritonova T.V. Issledovanie problem i perspektiv razvitiya rynka gostinichnyh uslug goroda Moskvy v sovremennyh ehkonomicheskikh usloviyah [Research of problems and prospects of development of the market of hotel services of the city of Moscow in modern economic conditions]. *Finansovaya analitika: problemy i resheniya* [Financial Analytics: problems and solutions], 2015, no. 8, pp. 102–110. (In Russian)

25. CHernyshova L.A., YAkimovich G.B. Sootnoshenie ceny i kachestva dlya gostinic urovnya trekh i chetyrekh zvezd v Sankt-Peterburge [Price-quality Ratio for three-and four-star hotels in St. Petersburg]. *Ehkonomicheskij analiz: teoriya i praktika* [Economic analysis: theory and practice], 2015, no. 7, pp. 84–91. (In Russian)

26. SHEvchenko M.I. Ocenka konkurentosposobnosti pyatizvezdochnyh gostinic Sankt-Peterburga s pomoshch'yu modifitsirovannogo metoda ehkspertnyh [Evaluation of competitiveness of five-star hotels in St. Petersburg using a modified method of expert]. *Ehkonomicheskij analiz: teoriya i praktika* [Economic analysis: theory and practice], 2013, no. 4, pp. 68–77. (In Russian)

27. YAkimovich G. B. Gostinichnyj sektor urovnya 3 zvezdy v Sankt-Peterburge [3-star Hotel sector in St. Petersburg]. *Nacional'nye interesy: priority i bezopasnost'* [National interests: priorities and security], 2013, no. 4, pp. 64–72. (In Russian)

Received 12 March 2018