

Особенности развития рынка российского гостиничных услуг Features of the development of the Russian hotel services market

Биккулова В. О., Гриднева М. Д.

V. Bikkulova, M. Gridneva

Статья посвящена существующим проблемам в гостиничной и туристской отрасли, а также рассматривается влияние экономической нестабильности на функционирование и поддержание жизнедеятельности гостиничных предприятий. Автор акцентирует внимание на современные методы и инструменты, с помощью которых можно противостоять экономической турбулентности. На основе проведенного анализа формируются тенденции и перспективы развития рынка гостиничных услуг в современных условиях, предлагаются меры государственной поддержки, направленные на развитие гостиничного бизнеса в ближайшем будущем.

The article is devoted to existing problems in the hotel and tourism industry, and also examines the impact of economic instability on the functioning and maintenance of the livelihoods of hotel enterprises. The author focuses on modern methods and tools that can be used to counter economic turbulence. Based on the analysis, trends and prospects for the development of the hotel services market in modern conditions are formed, and government support measures are proposed aimed at developing the hotel business in the near future.

Ключевые слова: гостиничная индустрия, экономическая нестабильность, текучесть кадров, методы и инструменты поддержки.

Key words: hotel industry, economic instability, staff turnover, methods and tools of support.

Гостиничная индустрия является одной из самых привлекательных секторов экономики. Она характеризуется постоянно растущим спросом общества, а также средним сроком окупаемости проектов, а это очень выгодные условия для инвесторов. К тому же, гостиничная сфера способствует развитию и других смежных отраслей народного хозяйства,

таких как строительство и торговля. Это порождает необходимость в новых рабочих местах и подтверждает результаты исследований, которые говорят о том, что для обслуживания 10 человек, проживающих в гостиницах, необходимо создать пять рабочих мест. Гостиничный бизнес, безусловно, повышает привлекательность регионов не только на государственном, но и на международном уровне. Но, как и другие сферы экономики, гостиничная индустрия регулярно становится «жертвой» экономической нестабильности и вынуждена справляться со всеми ее производными. Только за последние годы гостиничный бизнес столкнулся с рядом экономических проблем, которые оказали огромное влияние на состояние и развитие гостиничной индустрии. Среди них:

- пандемия COVID-19 и закрытие границ, что выражается в изменении туристских потоков,

- изменения правил въезда для иностранцев,

- общемировой экономический кризис,

- нестабильная политическая ситуация в мире,

- уход с российского рынка зарубежных тревел-агентств и гостиничных брендов,

- банкротство и закрытие одиночных отелей, неспособных противостоять нестабильности,

- вступление в силу ФЗ № 59-ФЗ от 15.04.2019 и его последствия, которые отразились на полном прекращении работы гостиничных предприятий в жилом фонде или переходе их работы в «серую» зону [5],

- снижение качества предоставляемого сервиса и сильный кадровый голод.

Все эти проблемы рождают экономическую турбулентность, которой необходимо противостоять, ведь только за 2020 – начало 2021 гг. произошло падение рынка в России на 22,4%, в связи с пандемией COVID-19. Уже в 2021 году государство начало предпринимать меры для поддержания туристской индустрии и гостиничных услуг в России. Одной из важных мер стало

введение платежной системы МИР и кэшбек 20% за размещение в отечественных гостиницах. Как результат, были побиты все рекорды по размещению туристов на российских курортах. Также среди ярко выраженных проблем, рождающих турбулентность в гостиничной индустрии, следует учесть отток инвестиций или низкую инвестиционную привлекательность в связи с нестабильной политической и экономической обстановкой в стране. Это сопровождается высоким уровнем рисков, и, как следствие – оттоком инвестиций и средств для развития гостиничного бизнеса.

Для того, чтобы поддерживать и развивать гостиничный бизнес в условиях экономической нестабильности – необходимо помимо правительственных и государственных мер проводить точечную работу непосредственно в средствах размещения. Приходится воздействовать изнутри и наращивать уровень предоставляемых услуг для притока туристов и сохранения их лояльности.

Гостиничные предприятия отмечают тенденцию к сокращению горизонта планирования, растет количество коротких поездок в регионе и сегмент автопутешествий. На основе исследований, проведенных МТС Travel, в 2023 году мы замечаем сокращение длительности проживания, а также тренд на короткие путешествия. Туристы все чаще путешествуют с детьми, по данным исследования МТС Travel в 2023 году, бронирований семейных номеров для совместного пребывания с детьми стало больше на 11,85% [7].

Кроме этого, отмечаются изменения в Bleisure (business+leisure), бизнес путешественники стали не только совмещать работу и отдых, но и брать в поездки семьи. Понимание и учет во внимание актуальных трендов сегодня позволяет гостиничным предприятиям использовать такие инструменты и способы привлечения гостей, которые обеспечат их лояльность, а также позитивно скажутся на прибыли гостиничного предприятия. Среди таких инструментов, гостиничными предприятиями активно используется кэшбек, накопления на картах лояльности, по данным TravelLine, только около 500 000+ зарегистрировано карт лояльности было за лето 2023 года [10].

Программа лояльности увеличивает количество бронирований на 7% за счет накоплений бонусных рублей. Но не стоит забывать и про иностранных туристов, для их удобства и привлечения многие отели ввели возможность оплаты иностранными картами по ссылке и по сервису быстрых платежей (СБП). Важно понимать какая цель сегодня стоит перед гостями. Несомненно, это положительные, новые эмоции и впечатления, побывать там, где никто еще не был из родных и знакомых. Туристы все чаще выбирают российские регионы. В России за последние два года наблюдается взрывной рост внутреннего туризма. По данным Big Data MTC Travel, общий турпоток внутри страны за лето 2023 увеличился на 7% [7].

Краснодарский край – лидер по въездному турпотoku, каждая десятая поездка по стране была в этот регион. Это говорит о том, что выбирая в качестве места для отдыха и развлечений новые и необычные уголки страны, наши туристы предпочитают приключенческий туризм, то есть активный вид туризма с посещением природных достопримечательностей, нетипичных удаленных территорий, погружение в новую культурную среду и различные физические активности, такие как хайкинг, сплавы и пр. Республика Алтай – занимает первое место в числе самых популярных регионов для приключенческого туризма.

Учитывая растущую нестабильность бороться с экономической турбулентностью, активно помогает такой инструмент как креативный маркетинг. Если цель традиционного маркетинга – привлечение клиентов, то целью креативного маркетинга является – вызвать эмоциональный отклик, обозначить гостю смысл, ценность и культуру бренда, выйти с гостем на новый уровень доверия. Именно поэтому все чаще мы можем наблюдать открытие бутик отелей, их можно считать популярным трендом. Концептуальные отели – отличная альтернатива luxury-цепочкам, так как они являются точкой притяжения в регионе и довольно эффективной концепцией. Этот тип средств размещения закрывает дефицит в высоком ценовом сегменте.

Россию сегодня можно назвать страной малых отелей. Это действительно так, ведь выбирая для своего путешествия бутик – отель, гость получает индивидуальный, камерный и тематический отдых. В условиях нестабильности необходимо наращивать прибыль и не допускать «простоя». Большим спросом у туристов пользуется локальная кухня, по результатам исследований, продажи локальных блюд выросли на 14%, а средняя стоимость локального блюда на 18%.

Пандемия коронавируса внесла свои коррективы в предпочтения туристов, большую популярность набирают «хилинг» отели и оздоровительные программы. Хилинг-отели как альтернатива санаториям успешно задействовала более молодую аудиторию, гости до 45 лет активно отдают свои предпочтения оздоровительным программам и отдыху в хилинг-отелях. Внедрение в меню бара безалкогольных коктейлей позволило увеличить общие продажи бара на 13%. По данным Travelata, средний чек лечебного отдыха среди россиян в 2023 году в Большом Сочи составил 113 687 рублей, а это на 57 273 рубля больше, чем в 2022 году [11]. Ориентир на российского туриста позволил гостиницам и другим средствам размещения не просто сохранить свое место на гостиничном рынке услуг, но и преумножить свою прибыль.

Одной из значимых проблем гостиничного бизнеса, которые влияют на экономическую стабильность, является также текучесть кадров. Ее показатели всегда были достаточно высоки, но мировые события оказали еще более негативный эффект. Согласно данным компании Antal Talent, по итогам 2023 года гостиничный бизнес вошел в топ-3 индустрий по наиболее высокому уровню текучести кадров [8].

Этот параметр находится на отметке более 50%, что в десять раз превышает величину нормы. Среди инструментов, используемых для регулирования текучести непосредственно в отелях, можно выделить совершенствование корпоративной культуры. Работа в гостинице имеет интенсивный характер, сотрудники часто взаимодействуют непосредственно

с гостями, поэтому персонал должен быть высококвалифицированным, ориентированным на клиента, а самое главное – стрессоустойчивым. Помимо поддержания баланса между работой и личной жизнью, хорошего и своевременного отдыха и соблюдения здорового образа жизни, для удержания такого профессионала необходима его преданность работе, лояльность коллективу, этому может способствовать развитие корпоративной культуры.

Корпоративная культура оказывает большое влияние на стабильность коллектива, адаптацию сотрудников и привлечения новых соискателей. Существует множество способов поддержки корпоративной культуры в отеле, причем как материальные, так и нематериальные – премии, благодарности, бонусы, тренинги и стажировки, системы поощрений на основе балльно-рейтинговой оценки качества труда и т.д. Даже проведение неформальных встреч и праздников, создание общих воспоминаний оказывает положительное влияние на формирование привязанности сотрудника.

Для большего эффекта социальные пакеты должны быть расширены и включать в себя не только медицинское страхование и финансовую поддержку, но еще и специальные бонусы для сотрудников гостиницы. Например, корпоративные скидки на обучение в тех или иных организациях, связанных с повышением квалификации. Для гостиничного бизнеса это могут быть платформы или школы иностранных языков, курсы, направленные на повышение качества речи, изучения делового и межкультурного этикета и т.д.

Выбор того или иного метода зависит от мастерства и опытности руководства. Использование одного или же сочетание нескольких вышеперечисленных инструментов влияет на мотивацию сотрудников, сплочение и лояльность персонала.

Какие же перспективы ожидают гостиничную индустрию в ближайшем будущем? В 2023 году государство выделило из федерального бюджета около 50 млрд рублей на поддержку туристической отрасли, причем большая часть этих средств направлена на помощь гостиничному бизнесу.

Важно, чтобы предлагаемые меры шли на пользу как существующим средствам размещения, так и строящимся.

Например, для строящихся объектов важно снижение финансовой нагрузки и ускорение процесса строительства. Поэтому согласно Постановлению Правительства РФ №141 предприятиям будут предоставляться субсидии по кредиту [6]. Также будет происходить субсидирование затрат инвестора на подведение сетей и коммуникаций, подведение сетей и дорог к объекту за государственный счет, субсидирование строительства модульных отелей, выдача участков без процедуры торгов, ускорение процедур смены вида разрешенного использования или выдачи разрешения на строительство, снижение таможенных пошлин для гостиничного оборудования и т.д. Все эти меры направлены на компенсацию или снижение трат, облегчение процесса становления бизнеса и ускорение его запуска.

Действующие гостиницы нуждаются в не меньшей поддержке. Так государство предлагает обнуление или снижение ставок налога на недвижимость и землю, снижение налога на прибыль, нулевую ставку НДС и т.д. Эти методы направлены больше на снижение расходной части, что помогает предприятиям оставаться в игре и выдерживать происходящие изменения.

Эксперты отмечают, что на этом поддержка не закончится, в дальнейшем возможно добавление нулевой ставки НДС для других видов услуг, которые оказываются совместно с размещением, уменьшение налоговой нагрузки на персонал посредством снижения единого социального налога, а также в общем снижение давления на бизнес – уменьшение количества проверок, гибкость в обязательствах и т.д. Относительно самих тенденций гостиничного бизнес, рост количества внутренних поездок продолжится. Это стало популярно среди граждан – по итогам лета 2023 в лидерах списка самых популярных направлений Санкт-Петербург, Кавказские минеральные воды, Москва и Подмосковье, Дагестан, Калининград, Казань и

Алтай [9]. Вырос спрос на активный отдых – стали востребованы такие направления, как Карелия, Байкал. Не теряет популярности и курортные города России – Сочи и Анапа занимают первые два места среди распространенных мест отдыха летом. Только на массовые пляжные курорты россияне совершили порядка 14,5 млн поездок.

Кроме того, государство оказывает содействие развитию внутреннего туризма, предусматривая смягчающие меры, поддерживая инфраструктуру городов и информируя о возможностях путешествий по стране. Также предсказывают рост инвестиций в гостиничный бизнес. Несмотря на довольно большие сроки окупаемости, в настоящее время здесь открываются новые возможности для прибыльного инвестирования, в связи с чем объем средств, вложенных в отраслевые проекты, в 2022 году увеличился на 12%.

На основе изложенного материала, можно сделать вывод о том, что необходимо обращать внимание на существующие проблемы того или иного средства размещения, и, выбрав соответствующую стратегию, а также при помощи правильного и эффективного управления, возможно развивать гостиничную индустрию и выходить на новые уровни даже в условиях экономической нестабильности. Государство предлагает множество инструментов для поддержки предприятия как на начальных этапах, так и в последствии. Быстрые изменения и турбулентность требует быстрого реагирования и использования различных методов для воздействия нестабильности. Таким образом, благодаря созданным мерам и своей гибкости, гостиничный бизнес и туристическая отрасль в целом не теряют своей популярности и актуальности как среди клиентов, так и среди инвесторов и бизнесменов.

Литература

1. Джанджугазова Е.А. Технология продвижения гостиничного продукта. (Магистратура). Учебник. - М.: [КноРус](#), 2024, с. - 178.
2. Джанджугазова Е.А. Туризм: анатомия кризиса // Российские регионы: взгляд в будущее. - 2015. - Т.2. №1. с.116-129.
3. Развитие стратегического управления в гостиничном бизнесе в условиях политической нестабильности [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-strategicheskogo-upravleniya-v-gostinichnom-biznese-v-usloviyah-politicheskoy-nestabilnosti> (дата обращения: 12.04.2024)
4. Никольская Е. Ю. Инновации, технологии в гостиничной деятельности [Электронный ресурс] // Бюллетень науки и практики. 2018. № 10. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-tehnologii-v-gostinichnoy-deyatelnosti> (дата обращения: 12.04.2024)
5. Федеральный закон "О внесении изменений в статью 17 Жилищного кодекса Российской Федерации" от 15.04.2019 N 59-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_322495/ (дата обращения: 13.04.2024)
6. Постановление Правительства РФ от 09.02.2021 N 141 (ред. от 19.10.2023) "Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским кредитным организациям и государственной корпорации развития "ВЭБ.РФ" [Электронный ресурс] URL: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения: 13.04.2024)
7. Аналитика МТС Travel [Электронный ресурс] URL: <https://moskva.mts.ru/about/media-centr/soobshheniya-kompanii/novosti-mts-v-rossii-i-mire> (дата обращения: 13.04.2024)
8. Исследование по текучести персонала (по итогам 2023) – Antal [Электронный ресурс] URL: <https://antaltalent.ru> (дата обращения: 13.04.2024)

9. Туроператоры подвели итоги лета 2023 года внутри России – Ассоциация туроператоров [Электронный ресурс] URL: <https://www.atorus.ru> (дата обращения: 13.04.2024)
10. TravelLine – единая платформа для гостиничного бизнеса [Электронный ресурс] URL: <https://www.travelline.ru/blog/> (дата обращения: 14.02.2024)
11. Travelata Москва – фирменное турагентство [Электронный ресурс] URL: <https://travelata.ru/blog/> (дата обращения: 14.04.2024)