

Радина Оксана Ивановна

д-р экон. наук, профессор

Филиал ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»

г. Новошахтинск, Ростовская область

Алехина Екатерина Сергеевна

канд. экон. наук, доцент

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)

ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»

г. Шахты, Ростовская область

Карпенко Татьяна Викторовна

канд. экон. наук, доцент

Филиал ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»

г. Новошахтинск, Ростовская область

ОБСТОЯТЕЛЬСТВА И ИНДИКАТОРЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Аннотация: в статье рассматриваются проблемы сферы гостиничных услуг. Гостиничная сфера в сравнении с любой другой отраслью народного хозяйства зависит от развития экономики государства. Решения государственной поддержки гостиничного бизнеса создадут условия повышенного спроса на отдых в России. Потребуется изобретательность, чтобы пережить кризисную экономическую ситуацию, поскольку деловые отношения, развлечения клиентов возобновляются медленно. Для повышения спроса на гостиничные услуги рекомендуются маркетинговые усилия.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, меры государственной поддержки, потребительский спрос, маркетинговые решения, программа лояльности.

Гостиничная сфера очень чувствительна к экономической ситуации в стране. Значимость региона, доступность транспортной инфраструктуры, развитие деловых связей, туристские маршруты, эти факторы влияют на спрос, ко-

торый в свою очередь формирует предпосылки развития гостиничного хозяйства [10].

Гостиничный бизнес в сравнении с другими секторами экономики, отмечен как более организованная среда, уровень которой напрямую связан со становлением экономики государства. Отталкиваясь от этого факта, владельцы гостиничного сектора встречаются с разного рода трудностями в зависимости от рыночного сегмента и потребительского спроса. Основные внутренние проблемы объектов гостиничного хозяйства связаны с недостатком финансового обеспечения и, что немаловажно, зачастую не профессиональными кадрами. Это, к сожалению, сказывается на рациональности принимаемых управленческих решениях. В 2021 году индустрия гостиничного бизнеса с трудом оправилась от последствий пандемии COVID-19. Испытания продолжатся и в 2022 году. Одной из главных причин кризисного состояния гостиниц являются периодические финансовые сложности у населения, которые существенно снижают потребность в услугах отелей для отечественных граждан. Большая часть потенциальных клиентов предпочитает минимальные удобства за минимальную стоимость койко-места, что создает финансовые проблемы владельцам гостиничного хозяйства.

В условиях кризисного состояния российского предпринимательства правительство приняло ряд экономических мер поддержки гостиничного хозяйства. Так, в России для гостинично-туристской сферы обнулят ставку налога на добавленную стоимость (НДС). Нулевая ставка будет действовать на протяжении 5 лет для объектов размещения, а также фирм, оказывающих туристические и экскурсионные услуги. Такое решение было принято на заседании кабинета министров 9 марта 2022 года в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» для тех организаций, которые арендуют или являются собственниками гостиниц. Такие финансовые условия будут способствовать сдерживанию роста затрат по ключевым статьям расходов, а соответственно уровня цен для потребителей. Такие меры правительственной поддержки гостинично-туристической отрасли создадут условия повышенного спроса на от-

дых в России. В таких условиях важным фактором является сохранение рабочих мест в этой индустрии [8].

Эта проблема затрагивает вопросы обновления гостиничного фонда недвижимости. Строительство новых отелей характерно в основном для курортных зон и мегаполисов, а мини-отели и хостелы, как правило, размещаются в старых жилищных фондах, что ограничивает их возможность переоснащения с учетом современных технологий и требований. Для многих владельцев гостиниц использование инноваций в сервисном обслуживании является затратным, что не позволяет повышать качество услуг. В сфере гостиничного бизнеса для внутреннего туризма большинство услуг остается не привлекательными ввиду высокого уровня цен, особенно это отмечается в низкие пиковые сезоны спроса. Основной наплыв постояльцев, как правило, приходится на летние месяцы или праздники, что делает доход предприятия неравномерным в течение календарного года. Значительная часть владельцев гостиниц в России пренебрегает методами компенсации сезонного спроса, что приводит к спадам наполняемости в отсутствие спроса на услуги [10].

С целью привлечения большего потока туристов, а как следствие и заполняемости гостиничных комплексов в стране работает с 2020 года Программа, в рамках которой государство компенсирует путешественникам часть денег за отдых и путешествия. Повышенный спрос привел к тому, что туры на условиях кешбэка запускают в стране два раза в год в низкий сезон для стимулирования туристской активности. «С начала 2022 года бюджет на выплату кешбэка уже составил 5 млрд рублей, из которых больше половины ушло на весенние туры: на пятом этапе акции компенсацией воспользовались порядка 700 тысяч человек. В связи с такой активностью Федеральное агентство по туризму приняло решение о досрочном закрытии оплаты путевок в ночь на 1 марта, а не 12 апреля, как планировалось ранее. Федеральный бюджет возмещает участникам программы 20% стоимости путевки или проживания в гостинице, но не более 20 тысяч рублей за одну транзакцию (количество транзакций может быть любым)» [9].

Задача программы лояльности – поддержать внутренний туризм, особенно в период межсезонья, когда гостиницы относительно свободны и есть большой выбор номеров как по уровню комфорта, так и по цене. «В числе основных требований при покупке туров на условиях кешбэка – наличие карты платежной системы «Мир», зарегистрированной в программе лояльности. Важно, чтобы банк, выпустивший карту, входил в список участников проекта. В перечне – только российские компании и организации, иностранные агрегаторы не задействованы. По данным Федерального агентства по туризму, в 2022 году партнерами госпрограммы стали более 670 туроператоров, 2761 объект размещения и 74 сайта-агрегатора» [9]

Немаловажной и приоритетной задачей в гостиничном бизнесе остается кадровое обеспечение. Поиск квалифицированных сотрудников является проблемой для гостиниц всех категорий. Улучшение условий труда, повышение оплаты привлечет больше работников и компенсирует риски.

Подводя черту всем изложенным проблемам кризисного периода в гостиничном бизнесе, определяем стратегию дальнейшего развития. Маркетинговые решения требуются для повышения спроса на гостиничные услуги и повышение качества обслуживания потребителей. Потребуется предприимчивость персонала, чтобы переждать кризисную экономическую ситуацию, поскольку деловые отношения, путешествия, развлечения клиентов на территории гостиничных комплексов возобновляются медленно. Один из маркетинговых вариантов – сделать принимающий отель «центром» для местных мероприятий. Рабочие группы используют небольшие конференц-залы для общения и презентаций, возможно проведение тематических мастер-классов, развлекательные творческие вечера и тому подобное. Сочетание бизнеса и отдыха – это выигрышный вариант предложения «приезжайте раньше, оставайтесь допоздна» способствуют более длительному пребыванию в отеле.

Список литературы

1. В России обнулят НДС для гостиниц [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/09/03/2022/6223a2039a79472f1858352a>

2. Горностаева Ж.В. Основы социально-технологического предпринимательства [Текст]: учебное пособие / Ж.В. Горностаева, А.В. Федоркова; ИСОиП (фил.) ДГТУ. – Новочеркасск: Лик, 2020. – 130с.

3. Как сэкономить на поездках по России: особенности туристического кешбэка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/20220309/turizm-1777258324.html>

4. Радина О.И. Кадровая политика в сфере гостеприимства / О.И. Радина, А.С. Низюк // Актуальные вопросы науки и практики: сборник научных трудов по материалам II Международной научно-практической конференции (г.-к. Анапа, 5 ноября 2018 г.). – Анапа: Научно-исследовательский центр «Иннова», 2018. – С. 56–61.

5. Свечникова Д.С. Повышение конкурентоспособности предприятия на основе анализа внешней среды / Д.С. Свечникова, Е.С. Алехина // Актуальные вопросы современной науки и образования: сборник статей II Международной научно-практической конференции (18 декабря 2019 г.). – Петрозаводск: МЦНП «Новая наука», 2019. – 479 с: ил. – Коллектив авторов. – С. 147–150 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://esa-conference.ru/journal/58ya-mezhdunarodnaya-nauchnaya-konferentsiya-eno/>

6. Четыре тенденции в гостиничном бизнесе в 2022 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://geografishka.ru/4-tendenczii-v-gostinichnom-biznese-v-2022-godu/>