

Экономические науки

ГОРЯЕВА ЕКАТЕРИНА ДМИТРИЕВНА

*аспирант кафедры гостиничного и туристического бизнеса,
ФГБОУ ВО «РЭУ имени Г.В. Плеханова»,
г. Москва, Российская Федерация*

ПРОБЛЕМЫ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Стратегическое управление является областью знаний, включающей в себя определение миссии, видения, цели и задач, а также разработку и реализацию стратегии на различных уровнях управленческой иерархии компании, чтобы создать и сохранить конкурентное преимущество.

Деятельность предприятий индустрии гостеприимства протекает в сложной окружающей бизнес-среде. Региональные и глобальные экономические и политические кризисы, жесткая конкуренция, терроризм, глобальное потепление, слияние и поглощение компаний – все это создает определенные трудности для управления предприятиями гостеприимства. Чтобы достичь желаемого результата, крайне важно знать текущую ситуацию, и понимать, каким образом и при каких определенных условиях можно достигнуть положительных изменений в стратегическом управлении предприятием. Особенно это важно в нынешних кризисных условиях российской экономики, в которой туристический бизнес испытывает определенные трудности в привлечении клиентов.

Основной проблемой, которая сегодня стоит перед российским сообществом гостиничной и туристской индустрии, является обострение геополитической ситуации в мире и как следствие – снижение притока иностранных туристов. В настоящее время особенно важно привлечение

иностранного капитала в развитие предприятий индустрии гостеприимства и туризма. На повестке дня остается главный вопрос: повышение инвестиционной привлекательности данных объектов [1, с. 72-83].

К числу важнейших проблем, испытываемых туристкой индустрией, в первую очередь, необходимо отнести экономический кризис 2014 года. Помимо этого, необходимо выделить ряд сдерживающих развитие услуг гостеприимства и туризма факторов [4, с. 25]: девальвация валюты, в результате которой туристы предпочитают откладывать посещение туристических центров на более благоприятный период; угроза выступления радикальных исламистских и террористических группировок, которая препятствует развитию выездного туризма; продолжающийся кризис, состояние «застоя» экономической ситуации в стране, отсутствие или крайне незначительные финансовые поступления от иностранных партнеров в силу снижения политической стабильности на мировой арене.

Внутренний туризм страны также не имеет тенденций к ускоренному развитию, что является следствием следующих причин:

– Неблагоприятные международные отношения со странами Запада и США, вызванные рядом политических разногласий, в том числе ситуацией с Украиной.

– Дефицит позитивной информации о стране, отсутствие рекламы России на зарубежных рынках. В самом крупном всемирном туристском путеводителе «WorldTravelGuide», который издается в Лондоне, Россия обозначена как страна, неблагоприятная для туризма (единственная из 200 представленных).

– Старение руководящего менеджмента и устаревшая система управления бизнесом.

– Незрелость туристской инфраструктуры. Средний коэффициент износа российской гостиничной базы – 69,4%. Лишь 22% российских гостиниц соответствуют мировым стандартам, то есть могут претендовать

на размещение иностранных туристов. Суммарная потребность оценивается в 500-600 тысяч номеров, или около 2 тысяч гостиниц. На их возведение требуется от 10 до 20 млрд. долларов [1, с. 72-83].

Помимо гостиниц следует отметить нехватку крупных массовых объектов современной индустрии развлечений (аквапарков, тематических парков и т.д.). Остается актуальной также проблема плохих дорог, изношенности транспортной базы и дефицита комфортабельных туристских транспортных средств.

– Отсутствие опыта создания привлекательных и благоприятных инвестиционных условий для развития средств размещения и туристской инфраструктуры в субъектах Российской Федерации.

– Неблагоприятный для иностранных туристов визовый режим.

– Низкий уровень сервиса и комфорта, стоимость предлагаемых услуг не соответствует качеству (особенно в части условий размещения, питания и перевозок). В реестрах иностранных туристических компаний по России часто встречается предупреждение «не ждите привычного для вас сервиса» [Зс. 209-212].

В настоящее время отмечается резкое ухудшение развития индустрии гостеприимства в России в связи с приведенными факторами, для решения которой необходимо применять комплексный стратегический подход, учитывать различные особенности предприятий сферы услуг [2, с. 198-203].

Принимаемые Россией меры по развитию въездного туризма до определенного момента времени считались успешными. К числу некоторых из них следует отнести: пополнение бюджета из-за увеличения налоговых сборов принимающего региона и других поступлений; создание новых рабочих мест, то есть увеличение занятости населения; привлечение капитала, в том числе иностранного; эффект мультипликатора – развивая сферу гостеприимства и туризма, страна развивает и другие

отрасли; развитие инфраструктуры в регионах и по стране в целом, которая может быть использована как туристами, так и местным населением. Яркими примерами являются Казань и Сочи, построивших большое число инфраструктурных объектов, спортивных центров, гостиниц, зданий и сооружений к Универсиаде 2010 года и Зимним Олимпийским Играм Сочи – 2014.

Стратегия позволяет фирме стать уникальной с точки зрения позиции, которую она занимает на рынке. Хорошая стратегия должна сопровождаться четким определением отрасли деятельности, а также товаров и услуг. Экономическая стратегия стала реальной силой этих предприятий как гарант выживания в периоды действия циклических экономических кризисов, при этом по масштабу своей деятельности они превосходят российские предприятия сферы гостеприимства, которые еще «не дотягивают» до уровня стратегического управления. Некомплексный подход к управлению индустрией гостеприимства в Российской Федерации не дает возможности гармонизировать процесс ее развития, используя все существующие ресурсы и потенциал [Зс. 209-212].

В российской индустрии гостеприимства сегодня действуют такие специфические участники экономических отношений (как правило, это крупнейшие западные корпорации, сети и объединения), которые обладают системной целостностью и относительной самостоятельностью стратегического поведения [5, с. 70-75]. В качестве основополагающих методов по преодолению кризисных ситуаций, вызванных внутренними факторами: введение новых, более современных и инновационных технологий управления; отказ от демпинговых цен, если это действительно возможно в связи с кризисной ситуацией; компетентная PR-деятельность с целью повышения благонадежности и удовлетворенности потенциальных потребителей услуг; улучшение особенностей предоставления услуг,

повышение потребительских свойств продукта; организация диверсифицированной линейки предоставляемых товаров и услуг.

На взгляд автора, важно отметить, что, несмотря на усугубившие ситуацию на мировом рынке, развитие индустрии гостеприимства и туризма на внутреннем рынке является приоритетным направлением развития. Немаловажным фактором для развития общей цели индустрии гостеприимства и туризма – увеличение притока иностранных и внутренних туристов – является некоммерческое объединение компаний в виде стратегического альянса, ставящего перед собой задачу повысить положительное мнение о России другими странами.

Литература:

1. Сорокина Т.В. Маркетинговые программы в гостиничном бизнесе // Маркетинг. – 2010. – №1. – С. 72-83.

2. Литвиненко Т.В. Платежи в ресурсопользовании и их влияние на развитие локальных территорий восточной России // Проблемы региональной экологии. – 2014. – №4. – С. 198-203.

3. Гареев Р. Сущность и особенности гостиничного качества // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2014. – №2. – С. 209-212.

4. Валединская Е. Н. Формирование стратегии развития индустрии гостеприимства и туризма (на примере Центрального федерального округа): автореферат дис.. канд. экон. наук: 08.00.05/Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова. – М., 2013. – 25 с.

5. Лайко М.Ю., Попов Л.А., Воронова Т.А., Шевчук И.А., Скобкин С.С., Козлов Д.А., Валединская Е.Н., Кошелева А.И., Милорадов К.А. Аналитический отчет о научно-исследовательской работе «Концепция развития туристско-рекреационного потенциала Крыма» // Хроники объединенного фонда