

УДК 338.48

КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Горбушина Мария

Студент 3-го курса группы ТД-301

ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП)

mari.gorbushina.2002@mail.ru

Научный руководитель: Григорьева Н.С.

к.э.н., доцент

Аннотация: Гостиничный бизнес стремительно развивающаяся отрасль в экономике. Необходимо разрабатывать, внедрять и реализовывать новейшие концепции для дальнейшего развития, чтобы оставаться достаточно востребованными и конкурентно способными. Гостиничная индустрия находится в стадии усовершенствования технологий и перехода от устаревших стандартов к более востребованным. В данной статье раскрываются основные концепции, которые влияют на создание отелей «нового времени».

Ключевые слова: гостиничный бизнес, индустрия гостеприимства, концепции развития, дизайн, персонал, умные технологии, маркетинг.

CONCEPTS OF HOTEL BUSINESS DEVELOPMENT IN RUSSIA

Gorbushina Maria

Supervisor: Grigoryeva N.S.

Abstract: The hotel business is a rapidly developing industry in the economy. It is necessary to develop, implement and implement the latest concepts for further development in order to remain sufficiently in demand and competitively capable. The hotel industry is at the stage of technology improvement and transition from outdated standards to more in-demand ones. This article reveals the main concepts that influence the creation of hotels of the "new time".

Keywords: hotel business, hospitality industry, development concepts, design, personnel, smart technologies, marketing.

Гостиничная индустрия в России находится в стадии развития и перехода от устаревших стандартов к новым мировым требованиям отельного бизнеса[1]. И особое внимание стоит уделить концепциям в данной отрасли.

В новых отелях на этапе строительства появилась концепция «умного дома», внедрение системы датчиков движения для включения и выключения

освещения, системы поддержания более низкой температуры в неиспользуемых помещениях [2].

В России уже функционируют гостиницы с умными технологиями. Например, отель «Radisson Rosa Khutor», г. Сочи. В номерах присутствуют системы кондиционирования, освещения, термостаты, колонки со встроенным голосовым помощником.

Концепция «экологически благоприятного места». С каждым годом у потребителей растет спрос на объекты средств размещения, которые продвигают идею защиты экологии, внедряют принципы экологического менеджмента (снижение использования, замены, переработки). Из анализируемых факторов следует, что клиенты будут склонны к выбору именно такой гостиницы.

Экотуризм становится все более востребован у туристов, и выбрав правильное месторасположение размещения отеля, можно привлечь достаточное количество потребителей и хорошее развитие в гостиничном бизнесе.

Такой концепции придерживаются многие гостиницы России. В качестве примера можно привести эко отель «Велес», Владимирская область. Находится это средство размещения в экологически благоприятном месте. Отель спроектирован и построен в деревянном стиле как снаружи, так и внутри.

Дизайн интерьера отелей очень важен в развитии гостиничной индустрии. Важно отметить, что большую популярность среди клиентов превосходит концепция направленная на чувственность, необычные детали, различные дизайнерские стили[5].

Выбор стилистики и материалов, представляет собой комплексное отражение мировоззрения и передачи корпоративной культуры.

Проанализируем дизайн-концепцию гостиничного предприятия. Отель «Метрополь 5 звезд», г. Москва. Здание построено в стиле модерн, архитектурный облик отличается строгостью линий. Цокольный этаж,

облицованный красным гранитом и решённый в формах аркады, контрастирует с оштукатуренными гладкими верхними этажами, придавая массивному сооружению воздушность[4].

Развитие персонала в гостиничной индустрии, как концепция качества предоставляемых сервисных услуг. Проблемой в данной отрасли является дефицит квалифицированных кадров.

Инвестиции в развитие персонала: тренинги, внешнее обучение – один из наиболее эффективных способов в короткие сроки усилить позиции гостиниц за счет улучшения сервиса, снизить текучесть кадров, пересмотреть устаревшие принципы общения с клиентами[3].

Задачи, которые могут решаться с помощью обучения персонала[2]:

- подготовка к будущим изменениям (например, внедрение новой техники);
- повышение компетенций сотрудников, расширение кругозора, создание возможностей для профессионального роста;
- улучшение качества выполняемой работы.

В качестве доказательства необходимости развития, обучения персонала являются:

- постоянные изменения во внутренней и внешней среде гостиниц оказывают влияние на квалификационные требования, предъявляемые к сотрудникам;
- потенциал сотрудников с необходимой, требуемой квалификацией может быть создан только посредством развития персонала;
- развитие персонала является существенной составной частью политики сохранения человеческих ресурсов и стимулирования производительности труда.

Концепция развития гостиничной индустрии направленной на определенный потребительский спрос. Разнообразие интересов потребителей определяет сегментацию гостиничного рынка. В России 50% путешествий составляют поездки с целью отдыха, 40% это деловые поездки, 10% на путешествия с

другими целями. От такой структуры потребительского спроса и зависит выбор отеля на соответствующие качество и направленность.

Развитие массового туризма, в первую очередь внутреннего, порождается спрос на средства размещения, расположенные ближе к природе (загородные отели).

Среди туристов популярны загородные гостиницы и комплексы, где можно отдохнуть, заняться спортом, получить широкий спектр услуг.

Наиболее популярные российские загородные отели: «Кантри-Клуб» (Ленинградская область), «Транзит» (Казань), «Байкал-21» (Иркутск).

Разнообразие интересов и потребностей туристов рождает спрос на средства размещения других типов (гостиницы для спортивного туризма, специализированные гостиницы, в том числе мобильные, малые и т.д.).

Развитие маркетинга гостиничных услуг непосредственно связано с современными концепциями. Для более эффективного функционирования разрабатывается комплексный подход, который включает:

- изучение и прогнозирование рынка;
- эффективную ценовую политику;
- методы воздействия на рынок (продвижение гостиничных услуг);
- систему информационного обеспечения;
- разработку плана маркетинга.

Таким образом, в современную эпоху научно-технического прогресса, гостиничной индустрии необходимо разрабатывать, внедрять и применять новые технологии, концепции, для того чтобы оставаться востребованными, конкурентоспособными на рынке данной отрасли. В статье были рассмотрены основные концепции, которые могут эффективно повлиять на создание гостиниц «нового времени». Так же при динамичном развитии гостиничной индустрии возможен ускоренный переход от устаревших технологий к более комфортным, практичным и востребованным стандартам.

Библиографический список

1. Григорьева Н.С., Шевердина И.В. Ключевые параметры поддержки развития делового туризма в Ростовской области // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2018. – Т. 4. – № 1. – С. 22-26.
2. Григорьева Н.С. Проблемы и перспективы развития сферы туризма в условиях цифровой экономики // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2019. – Т. 5, № 2. – С. 47-52.