

УДК 338.46:640.4

Е. О. Похомчикова

Байкальский государственный университет экономики и права

К ВОПРОСУ О СПЕЦИФИКЕ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА*

Проанализированы тенденции развития мировой индустрии гостеприимства. Изучена этимология понятия «индустрия гостеприимства», приведены его определения. Уточнен состав предприятий, входящих в данную индустрию, гостиничный и ресторанный бизнес выделен в качестве ее основы. Представлены статистические данные деятельности российских предприятий сферы гостиничного и ресторанного бизнеса. Рассмотрены подходы к определению взаимосвязи индустрий гостеприимства и туризма. В результате комплексного изучения индустрии гостеприимства выявлен ряд ее особенностей, среди которых: преобладание предприятий сферы услуг; клиентоориентированность; необходимость эффективного управления человеческими ресурсами; необходимость учета специфических характеристик потребителей; нестабильность рынка индустрии гостеприимства, подверженного влиянию множества факторов; сезонный характер услуг.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства; гостеприимство; удовлетворение потребностей; гостиничный и ресторанный бизнес; туристская индустрия; сфера услуг.

E.O. Pokhomchikova

Baikal State University of Economics and Law

TO THE ISSUE OF THE HOSPITALITY INDUSTRY PECULIARITIES

This article analyzes the current trends of the global hospitality industry. The etymology of the category «hospitality industry» is studied and its definition is given. The enterprises comprising the industry are specified, while hotel and restaurant businesses are determined as its basis. The statistical data of Russian enterprises performance in hotel and restaurant businesses is summarized. The approaches to defining the interconnection between hospitality and tourism industries are considered. The results of the hospitality industry study contain a description of its features, and among them are: prevalence of service industries, customer focus, the need for effective human resources management, the need for accounting of specific characteristics of consumers, volatility of the hospitality industry market influenced by a variety of factors, the seasonal nature of services, etc.

Keywords: hospitality industry; hospitality; satisfaction of needs; hotel and restaurant businesses; tourism industry; service sector.

В современной научной и публицистической литературе все чаще встречается термин «индустрия гостеприимства», тогда как его определение вызывает определенные трудности и основывается на чисто интуитивном восприятии и синтезе отдельных составляющих слов: «индустрия» в переводе с латинского (industria) — деятельность, английского (industry) — промышленность; «гостеприимство» — нечто, связанное с дружелюбным приемом, хорошим обслуживанием. Зарубежные авторы приводят разнообразные определения индустрии гостеприимства. Исследования на русском языке, посвященные изучению вопросов функционирования данного феномена, представлены в основном переводными изданиями, а также научными публикациями отече-

* Работа выполнена при финансовой поддержке проекта ФБ-30 «Институциональные изменения в сфере социально значимых услуг и их влияние на устойчивое развитие Прибайкальского региона» (номер регистрации в ФГНУ ЦИТиС 01201256018).

ственных ученых, начинающих активно исследовать это новое для российской практики хозяйствования явление.

В настоящее время сфера гостеприимства интенсивно развивается: число туристских поездок в мире в среднем возрастает на 4–5 % ежегодно. На долю мирового туризма приходится 3,6 % ВВП (с учетом влияния туризма на смежные с ним отрасли 10,6 %) и 9,5 % мировых капиталовложений. По прогнозам, составленным Всемирной туристской организацией, международные прибытия к 2020 г. достигнут отметки в 1,6 млрд чел. В течение следующего десятилетия общий вклад отрасли в ВВП возрастет на 4,2 % в год и составит 9,2 трлн дол. к 2021 г., что означает появление около 65 млн новых рабочих мест в течение 10 лет¹.

Несмотря на значимость данного сектора экономики, в научном сообществе наблюдается дефицит исследований и публикаций, посвященных изучению индустрии гостеприимства. Проанализировав ресурсы электронной библиотеки e-library.ru по рубрикатору «Экономика. Экономические науки», выявили, что данной теме посвящено всего 131 статья из 18 196 707 числящихся по данной рубрике. Для сравнения: по теме «строительство» имеется 2 766 статей, «сельское хозяйство» — 2 602, «образование» — 13 208. Как видно, индустрия гостеприимства является для современной отечественной науки во многом непознанным феноменом. Таким образом, изучение особенностей индустрии гостеприимства представляется актуальной темой исследования и представляет определенную научную ценность.

Термин «гостеприимство» происходит от старофранцузского «hospice» и английского «hospitality», что означает «странноприимный дом». Согласно толковому словарю американского лексикографа Н. Уэбстера, «индустрия гостеприимства — это сфера предпринимательства, состоящая из таких видов обслуживания, которые опираются на принципы гостеприимства, характеризующиеся щедростью и дружелюбием по отношению к гостям» [14]. В русском языке «гостеприимство — радушие в приеме и угощении посетителей, безвозмездный прием и угощение странников, или странноприимство. Быть гостеприимным — значит уметь предложить теплый прием для посетителей, создать для них спокойную, благоприятную и дружественную атмосферу» [4].

В течение длительного периода времени, вплоть до конца XX в., в российской практике не использовалось понятие «индустрия гостеприимства». Постепенно по мере перехода экономики страны к рыночному укладу и, как следствие, появлению множества независимых фирм, конкурирующих между собой за долю на рынке, особое внимание стало уделяться изучению потребителей и методов более качественного удовлетворения их потребностей. Если раньше существовали отдельные сервисные предприятия (гостиницы, рестораны, кафе, транспортные компании и т. д.), производящие услуги для удовлетворения базовых потребностей (предоставление ночлега, организация питания, транспортировки), то с возрастанием потребностей клиентов возникла необходимость создания межотраслевого комплекса, охватывающего множество различных предприятий, специализирующихся на обслуживании потребителей индустрии гостеприимства.

Основной мировой тенденцией формирования современного общества второй половины XX–начала XXI вв. является переход от сырьевой и индустриальной экономики к сервисной [8, с. 10], предопределяющей характер взаимодействия потребителя и поставщика услуг, выражающийся в более полном удовлетворении личных (специфических) запросов и потребностей клиентов.

¹ Всемирная туристская организация (UNWTO). URL : <http://www2.unwto.org>.

Таким образом, клиентоориентированность есть главный ориентир деятельности предприятий индустрии гостеприимства, являющихся яркими представителями сервисной экономики и хорошо отражающий ее специфику.

Сфера деятельности индустрии гостеприимства связана с функционированием многочисленных предприятий разной направленности и специализации (гостиницы, рестораны, туристские агентства, музеи, транспортные компании, информационные центры), объединенных общей целью — удовлетворение любых запросов и желаний потребителей. Многие ученые отмечают огромное количество видов деятельности, входящих в индустрию гостеприимства. Так, например, Р. А. Браймеру принадлежит следующее высказывание: «индустрия гостеприимства является собирательным понятием для многочисленных и разнообразных форм предпринимательства, которые специализируются на рынке услуг, связанных с приемом и обслуживанием гостей... Не существует перечня всех основных видов деятельности, которые она охватывает... Трудно дать полное и точное определение гостеприимства, но любой из нас может сразу заметить, когда оно отсутствует» [2, с. 27].

Многие ученые, занимающиеся изучением индустрии гостеприимства, сходятся во мнении, что гостиницы и рестораны составляют основу индустрии гостеприимства. Не случайно в профессиональном языке часто используют термин «HoReCa», обозначающий сферу индустрии гостеприимства (общественного питания и гостиничного хозяйства). Акроним «HoReCa» происходит от первых двух букв слов английского языка — Hotel, Restaurant, Cafe/Catering (отель, ресторан, кафе/кейтеринг). В современной отечественной литературе словосочетания «гостиничный бизнес» («гостинично-ресторанный бизнес») и «индустрия гостеприимства» часто употребляются в качестве синонимов, что указывает на значительную долю гостиничных услуг и услуг общественного питания в общем объеме услуг, оказываемых предприятиями индустрии гостеприимства.

По данным Госкомстата на 2012 г., в России функционирует 9 316 гостиниц (общей вместимостью 617,8 тыс. мест), что на 910 единиц больше показателей предыдущего года. Годовой оборот российских гостиниц и ресторанов в 2011 г. составил 523,9 млрд р. (для сравнения: в 2010 г. — 434,3 млрд р.)¹.

Индустрия гостеприимства неразрывно связана с туристской индустрией. В настоящее время существует два подхода к определению их взаимоотношения. Сторонники первого подхода считают, что индустрия гостеприимства объединяет туризм, гостиничный и ресторанный бизнес, общественное питание, отдых и развлечения, организацию конференций и совещаний [2; 9; 12; 13]. Авторы второго подхода полагают, что индустрия гостеприимства сама является частью туризма и отвечает за размещение и питание туристов, она также включает в себя отрасли, деятельность которых связана с развлекательными мероприятиями [3; 5–7]. Организация разработки, продвижения и реализации туристского продукта, по их мнению, вместе с индустрией гостеприимства составляет туристскую индустрию [1, с. 169].

На наш взгляд, понятие «гостеприимство» является более широким, чем понятие «туризм»: туризм прежде всего связан с организацией туристских поездок. В рамках же понятия «гостеприимство» объединяются все родственные отрасли экономики, связанные с обслуживанием людей через специализированные предприятия, причем принцип гостеприимства объединяет все эти сферы в единое целое, являясь их общим детерминантом. Кроме того, услугами

¹ Российский статистический ежегодник 2012. Оборот организаций по видам экономической деятельности. URL: <http://www.gks.ru>.

гостеприимства пользуются не только туристы, но и другие категории путешественников, которые, согласно статистике Всемирной туристской организации, объединены в понятие «посетителей» (visitors), а также местные жители.

Можно согласиться с мнением профессора С. С. Скобкина о том, что «гостеприимство — это более емкое и общее, чем туризм, понятие, так как его задачей является удовлетворение потребностей не только туристов в узком смысле, не только путешественников в широком смысле, но и потребителей вообще, находящихся на территории объектов гостеприимства» [10, с. 133–134]. Индустрия туризма, таким образом, входит в состав индустрии гостеприимства и рассматривается как единое целое по причине неразрывной общности их целей и задач.

Несмотря на то, что состав индустрии гостеприимства весьма разнообразен, существует целый ряд особенностей, характерных для всех предприятий данной сферы:

Предприятия индустрии гостеприимства характеризуются преимущественно деятельностью в сфере услуг.

Основной концепцией успеха предприятий индустрии гостеприимства является максимальное удовлетворение потребностей и запросов клиентов. Как следствие, прибыль предприятий данной отрасли экономики в большей степени зависит от качества процесса оказания услуг и степени удовлетворенности потребителей.

Человеческий фактор играет ключевую роль в процессе взаимодействия продавца и потребителя услуг. Персонал в трудоемкой индустрии гостеприимства является важнейшим активом компании, лицом и брендом предприятия. Качество обслуживания выступает в роли некоторого стандарта, по которому клиенты судят о качестве продукта (услуги). Пожалуй, одну из самых важных ролей в процессе оказания услуг играют личные характеристики контактирующего с потребителями персонала (коммуникабельность, доброжелательность, отзывчивость, способность найти индивидуальный подход к каждому клиенту). Данное обстоятельство подчеркивает необходимость эффективного управления человеческими ресурсами.

Большая часть потребителей услуг индустрии гостеприимства приходится на туристов и путешественников, что диктует необходимость учета специфических запросов потребителей, прибывших из другой местности; а также достижения такого уровня обслуживания и состояния материально-технической базы, который был бы сравним с наиболее успешными образцами деятельности предприятий-лидеров мировой индустрии гостеприимства.

Рынок индустрии гостеприимства не стабилен, так как поддается влиянию различных факторов: политических, экономических, технологических, социально-культурных, международных. Так, политические и природные катаклизмы, происходящие в принимаемой стране, негативным образом сказываются на величине туристского потока, вследствие чего предприятия индустрии гостеприимства несут убытки из-за так называемых простоев: предложение компаний сферы гостеприимства в данном случае превышает спрос, предъявляемый со стороны потребителей, большую часть которых составляют туристы и путешественники. Так, по информации Росстата и туроператоров, поток российских туристов в Египет по итогам 2011 г. сократился на 40 % из-за политической нестабильности в этой стране¹.

¹ Египет по итогам года потеряет 40 % российских туристов. URL : <http://shanghai.info/turobzoru/view/253>.

Спрос на услуги предприятий индустрии гостеприимства, на гостиничные и туристские услуги в частности, подвержен влиянию сезонности, что создает значительные трудности в индустрии гостеприимства, снижая рентабельность туристических предприятий, эффективность использования основных фондов, ухудшая обслуживание туристов, особенно в разгар туристского сезона, и вызывая текучесть кадров вследствие недогрузки предприятий туризма в межсезонный период.

Таким образом, изучив специфику деятельности, особенности формирования и развития индустрии гостеприимства, а также различные подходы к ее определению, становится возможным предоставить уточненное понятие данного термина.

Индустрия гостеприимства — сектор сферы услуг, тесно связанный с индустрией туризма, объединяющий многочисленные предприятия разной направленности, основанных на принципе гостеприимства обслуживания людей и организацией их отдыха и досуга.

Список использованной литературы

1. Баранова А. Ю. Проблемы инфраструктурного обеспечения индустрии гостеприимства в муниципальных образованиях туристско-рекреационной специализации / А. Ю. Баранова // Вопросы государственного и муниципального управления. — 2011. — № 3. — С. 168–179.
2. Браймер Р. А. Основы управления в индустрии гостеприимства / Р. А. Браймер. — М. : Аспект Пресс, 1995. — 382 с.
3. Ваген Л. В. Д. Гостиничный бизнес / Л. В. Д. Ваген ; пер. А. Сухорукова. — Ростов н/Д : Феникс, 2001. — 412 с.
4. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. / В. И. Даль. — М. : Гос. изд-во иностранных и национальных словарей, 1956. — Т. 1. — 555 с.
5. Зорин И. В. Энциклопедия туризма : справ. / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 368 с.
6. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма: учеб. / В. А. Квартальнов. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 671 с.
7. Лунева Е. В. Формирование российского рынка услуг индустрии гостеприимства : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Е. В. Лунева. — Краснодар, 2007. — 172 с.
8. Рубцова Н. В. Оценка эффективности сервисной деятельности : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Н. В. Рубцова. — Иркутск, 2006. — 205 с.
9. Скобкин С. С. Есть ли у нас индустрия гостеприимства? / С. С. Скобкин // Парад отелей. — 2000. — № 4. — С. 1–6.
10. Скобкин С. С. Индустрия гостеприимства или туризма? Кто прав? / С. С. Скобкин // Российское предпринимательство. — 2012. — № 21. — С. 130–135.
11. Сфера социально значимых услуг: теоретические и прикладные аспекты деятельности организаций : в 2 ч. / под общ. ред. Т. Д. Бурменко, О. Н. Баевой. — Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2012. — Ч. 1. — 380 с.
12. Туризм, гостеприимство, сервис : слов.-справ. / Г. А. Аванесова, Л. П. Воронкова, В. И. Маслов, А. И. Фролов ; под ред. Л. П. Воронковой. — М. : Аспект Пресс, 2002. — 366 с.
13. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство : учеб. / Дж. Р. Уокер ; пер. с англ. Н. Н. Михайлова. — М. : ЮНИТИ, 1999. — 464 с.
14. Webster N. American Dictionary of the English Language / N. Webster. — N. Y. : Published by S. Converse, 1993. — Vol. II by Merriam-Webster. — 1094 p.

References

1. Baranova A. Yu. Problems providing hospitality industry with infrastructure in municipal areas of tourism and recreation. *Voprosy gosudarstvennogo i munitsipalnogo upravleniya — Issues of State and Municipal Administration*, 2011, no. 3, pp. 168–179 (in Russian).

2. Braimer R. A. *Osnovy upravleniya v industrii gostepriimstva* [Basics of management in the hospitality industry]. Moscow, Aspekt Press Publ., 1995. 382 p.
3. Vagen L. V. D. *Gostinichnyi biznes* [Hospitality business]. Rostov-on-Don, Feniks Publ., 2001. 412 p.
4. Dal V. I. *Tolkovyi slovar zhivogo velikorusskogo yazyka* [Explanatory dictionary of the Living Great Russian Language]. Moscow, 1956. Vol. 1. 555 p.
5. Zorin I. V., Kvartalnov V. A. *Entsiklopediya turizma* [Encyclopedia of tourism]. Moscow, Finance and Statistics Publ., 2003. 368 p.
6. Kvartalnov V. A. *Teoriya i praktika turizma* [Theory and practice of tourism]. Moscow, Finance and Statistics Publ., 2003. 671 p.
7. Luneva E. V. *Formirovanie rossiiskogo rynka uslug industrii gostepriimstva. Kand. Diss.* [Formation of the Russian market of the hospitality industry. Cand. Diss.]. Krasnodar, 2007. 172 p.
8. Rubtsova N. V. *Otsenka effektivnosti servisnoi deyatel'nosti. Kand. Diss.* [Evaluating the effectiveness of service activities. Cand. Diss.]. Irkutsk, 2006. 205 p.
9. Skobkin S. S. Do we have the hospitality industry? *Parad otelei* — Parade of hotels, 2000, no. 4, pp. 1–6 (in Russian).
10. Skobkin S. S. Hospitality or tourism industry? Who is right? *Rossiiskoe predprinimatel'stvo — Russian Entrepreneurship*, 2012, no. 21, pp. 130–135 (in Russian).
11. Burmenko T. D., Baeva O. N. *Sfera sotsialno znachimyykh uslug: teoreticheskie i prikladnye aspekty deyatel'nosti organizatsii* [Sphere of socially important services: theoretical and applied aspects of organizations performance]. Irkutsk, Baikal State University of Economics and Law Publ., 2012. Vol. 1. 380 p.
12. Avanesova G. A., Voronkova L. P., Maslov V. I., Frolov A. I., Voronkova L. P. *Turizm, gostepriimstvo, servis* [Tourism, hospitality, service]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2002. 366 p.
13. Wolker J. R. *Introduction to Hospitality*. New Jersey, 1996. (Rus. ed.: Uoker Dzh. R. *Vvedenie v gostepriimstvo*. Moscow, YuNITI Publ., 1999. 464 p.).
14. Webster N. *American Dictionary of the English Language*. New York, Published by S. Converse, 1993. Vol. II by Merriam-Webster. 1094 p.

Информация об авторе

Похомчикова Елена Олеговна — аспирант, кафедра экономики и менеджмента сервиса, Байкальский государственный университет экономики и права, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: elena.isea@mail.ru.

Author

Pokhomchikova Elena Olegovna — PhD student, Department of Economy and Service Management, Baikal State University of Economics and Law, 11 Lenin St., 664003, Irkutsk, Russia, e-mail: elena.isea@mail.ru.