

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2016-2-4-30-34

Ясенюк С. Н.¹
Лихошерстова Г. Н.²

**ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ
ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РЕГИОНЕ**

- 1) доцент, кандидат экономических наук, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, ул. Победы, 85, г. Белгород, 308015, Россия. *E-mail: Yasenok@bsu.edu.ru*
2) доцент, кандидат экономических наук, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, ул. Победы, 85, г. Белгород, 308015, Россия. *E-mail: Likhosherstova@bsu.edu.ru*

Аннотация. Развитие гостиничного бизнеса в регионе осуществляется не в изоляции, а под воздействием целого ряда факторов, влияние которых не зависит от участников рынка.

Бизнес, ориентированный на гостиничную и ресторанный сферу в регионе, может успешно функционировать в благоприятной маркетинговой среде. Так, необходимыми предпосылками для интенсивной эксплуатации ресторанного и гостиничного бизнеса можно выделить такие, как: оценка среды маркетинга, формирование имеющихся мер, которые направлены на снижение негативного влияния факторов среды маркетинга. Исследование среды маркетинга необходимо для того, чтобы объекты регионального малого бизнеса могли приспособиться к изменяющимся факторам среды, быть адаптированными к индикаторам, сформированным рынком, а также быть мобильными и гибкими, уметь адаптировать комплекс маркетинга при сохранении экономической устойчивости.

Ключевые слова: факторы социально-экономического развития; гостиничный бизнес; региональная экономика; маркетинговая среда; рыночные индикаторы гостиничного бизнеса.

UDK 338.48

Yasenok S. N.¹
Likhosherstova G. N.²

**ASSESSMENT OF SOCIO-ECONOMIC FACTORS IN THE
DEVELOPMENT OF HOTEL BUSINESS IN THE REGION**

- 1) Associate Professor, PhD in Economic Sciences, Belgorod State National Research University, 85, St. Pobedy, Belgorod, 308015, Russia. *E-mail: Yasenok@bsu.edu.ru*
2) Associate Professor, PhD in Economic Sciences, Belgorod State National Research University, 85, St. Pobedy, Belgorod, 308015, Russia. *E-mail: Likhosherstova@bsu.edu.ru*

Abstract. The development of hotel and restaurant business in the region is performed not separately, but under the influence of a number of factors, which influence happens irrespective of subjects of the market. The factors influencing the activities of hotels and catering are related to the marketing environment.

Hotel and restaurant business as an industry of economy can successfully function in the presence of the favorable marketing environment. Therefore, the necessary prerequisites of intensive functioning of restaurant and hotel business are the monitoring of the marketing environment, and also the planning and implementation of the preventive actions aimed at decreasing the negative influence of factors of the marketing environment.

Studying and monitoring of the marketing environment are necessary in order that the entities could adapt to the changing environment factors, react to market indicators, to be mobile and flexible, to adapt a marketing mix and to keep economic stability.

Keywords: factors of social and economic development; hotel business; regional economy; marketing environment; market indicators of hotel business

Достаточно актуальными на современном этапе развития гостиничной индустрии являются вопросы, ориентированные на внешнюю среду и вопросы, влияющие на деятельность компаний. Экономические, политические, культурные, социальные и технологические факторы включает в себя маркетинговая среда организации.

Многие, работающие в сфере индустрии гостеприимства, пытаются придерживаться учета многих факторов отечественной действительности, поэтому комплексное изучение действия факторов, которые оказывают как позитивное, так и негативное воздействие, значительно влияет на развитие сферы гостеприимства в регионе.

Как известно, любая отрасль в своем развитии опирается на многие факторы. Гостиничный бизнес в этом случае также не является исключением. Выделяя факторы, оказывающие прямое влияние на развитие сферы гостеприимства, необходимо, прежде всего, разграничивать факторы, которые обусловлены местоположением гостиничного сектора в системе экономических отношений и условия, подходящие непосредственно для функционирования отрасли в регионе. Основная группа факторов – экономические факторы (общее состояние экономики, финансовая стабильность, развитие туристического сектора, развитие инвестиционной привлекательности, средний доход на душу населения, уровень безработицы, налоговые ставки, проценты по кредитам, сильная конкуренция со стороны природного рынка на квартиры и кондоминиумы, и т. д.) [5].

В настоящее время общепризнанным является тот факт, что экономические факторы определяют тенденции и динамику развития гостиничного и ресторанного бизнеса. Основными экономическими факторами, которые определяют формирование этих отраслей в настоящее время, позиционируются следующие: темпы экономического роста, размеры доходов потребителей и их платежеспособность, состояние денежно-кредитной сферы. В развитых странах рост общественного богатства сопровождается повышением расходов на услуги в структуре общих потребительских расходов.

Покупательская способность людей, как известно, оказывает влияние не только на их благополучие, но и на развитие рынка. Общая покупательская способность определяется текущими доходами, накоплениями, уровнем цен

и развитием кредитования, поэтому специалисты по маркетингу должны быть в курсе основных тенденций, касающихся доходов покупателей, характера их покупок, распределения расходов по видам товаров и услуг.

Мониторинг рынка показывает, что рост общественного богатства сопровождается увеличением расходов на туризм и, следовательно, гостиничные и ресторанные услуги.

В исследуемой области деление населения на классы имеет свои особенности, так как наибольший удельный вес приходится на средний класс, который составляет 60% от общей численности населения и характеризуется постоянным стабильным источником дохода на одного человека [9]. Можно выделить следующие основные индикаторы качества жизни населения:

- состояние и положение в обществе;
- уровень образования;
- расходы на платные услуги (минимум 50% от дохода);
- уровень накопления (не менее 10%) доходов, включающий предполагаемые инвестиции во вклады, ценные бумаги, недвижимость.

На сегодняшний день в регионе имеет место следующая тенденция индикаторов качества жизни (табл. 1) [6].

На основании проведенного социологического опроса в части качества жизни населения [4] и относительно социально-экономической ситуации в регионе, следует отметить довольно высокий уровень удовлетворенности населения своими жизненными условиями.

Таблица 1

Индикаторы качества жизни г. Белгорода

Table 1

Indicators of the quality of life in the City of Belgorod

Индикатор качества жизни	Годы		Отклонение (+;-) 2016 г. от 2011 г.
	2011 г.	2016 г.	
1. Индекс развития человеческого потенциала	0,847	0,819	-0,028
2. Интегральный показатель социального самочувствия	0,25	0,37	+0,12
3. Благополучие населения (индекс)	0,418	0,595	0,177
4. Удовлетворенность населения благоустройством города (соцопрос). %	66,0	92,7	+26,7
5. Число субъектов малого бизнеса на 10000 населения, единиц	757	765	+8
6. Бюджетообеспеченность на душу населения, тыс. руб.	19,6	20,0	+0,4
7. Удовлетворенность населения экономическим развитием города (соцопрос), %	50,0	71,0	+21

В целом почти половина жителей города (48,44%) оценивает свои жизненные условия как удовлетворительные для сегодняшнего дня; 32,68% – как вполне комфортные. И только 11,17% – как неблагоприятные. Это достаточно стабильные показатели, свидетельствующие о стабильности социальной ситуации в городе.

Одним из значимых показателей является значение индекса развития человеческого потенциала, который оказывает непосредственное влияние на развитие гостиничного бизнеса в регионе.

Данный индекс измеряет уровень жизни, грамотности, образования и долголетия жителей региона.

Проведенные социологические исследования в регионе позволили выявить основные жизненные проблемы, которые беспокоят белгородцев. При этом, это достаточно традиционные проблемы как для жителей региона, так и для населения России в целом [10].

Определяющее воздействие на развитие гостиничного сектора оказывает правовая сфера. Посредством принятия законодательных актов, регламентирующих деятельность субъектов гостиничной отрасли, создается нормативно-правовая база: налоговое и трудовое законодательство, правила лицензирования, санитарно-гигиенические требования, правила пожарной безопасности, законы о правах потребителей и др.

Нельзя забывать и про постоянное влияние на развитие сферы гостеприимства демографических факторов. Что касается демографических показателей, то на начало 2015 года в регионе численность населения составляла 384,2 тыс. чел., что больше 2014 года на 4,7 тыс. чел. Показатель среднегодовой численности населения также вырос на 4 тыс. чел.

Многие авторы в своих публикациях значимым фактором, влияющим на развитие гостиничного и ресторанного бизнеса, выделяют фактор экологический, поясняя это тем, что именно он определяет удовлетворенность потребителей обслуживанием, отдыхом, а также исполнением желаний с помощью таких акцентов как: ощущение комфортности, безопасность и благотворное оздоровляющее воздействие.

В перспективе, в рамках реализации программы социально-экономического развития г. Белгорода, к 2017 году ожидается повышение таких показателей, как: оборот предприятий малого бизнеса (на 54,9 млрд. руб.), среднемесячная номинальная начисленная заработная плата (на 11,7 тыс. руб.).

Рост доходов потребителей оказывает неоднозначное влияние на гостиничный бизнес.

В гостиничном бизнесе, где большинство потребителей составляют иностранные туристы, все чаще наблюдается зависимость от развития бизнеса в глобальной экономической ситуации и уровня развития туризма в регионе.

В гостиничном бизнесе существует прямая зависимость между доходами потребителей и их расходами на предприятиях общественного питания [1].

В настоящее время первоочередной задачей является процесс организации и реализации региональной политики в области и направлении поддержки развития малого предпринимательства.

Для данного процесса, как и любой другой системы, необходим и целесообразен процесс реализации системности. В связи с этим возникает острая и необходимая целесообразность организации системного подхода поддержки малого предпринимательства в системе мер, принимаемых на уровне местного самоуправления городского округа г. Белгород. Данный подход развития регионального малого предпринимательства в г. Белгород в большей степени ориентирован на сферу торговли, включая сектор общественного питания и все виды бытовых и других услуг.

Данный процесс может, как вариант, реализовываться по ряду следующих направлений, таких как:

- оказание информационно-консультационной поддержки в сфере имущественной и финансовой;

- реализация мер по подготовке и переподготовке кадров в сфере гостиничного бизнеса.

Современный бизнес ориентируется на рынок в, первую очередь, региональный, поскольку предприятия малого бизнеса, в свою очередь, ориентированы на близкий доступ для населения.

Согласно статистическим данным по итогам первого полугодия 2016 года, на региональном рынке зарегистрировано и функционирует более 25 тысяч самостоятельных хозяйственных субъектов малого и среднего предпринимательства, из которых в качестве индивидуальных предпринимателей зафиксировано порядка 13,3 тысяч, 10,7 тыс. микропредприятий, 1,6 тыс. малых предприятий, средних – более ста предприятий.

Исследование рынка занятости трудовых ресурсов показало, что в общей структуре занятости доля представителей малого бизнеса составляет не более 35,3%, что в числовом эквиваленте достигает уровня 62,9 тысяч человек [2].

Стимулируя дальнейшее развитие предпринимательства, в части содействия развитию инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, а также увеличения инвестиционной привлекательности региона, увеличения занятости и доходов населения в регионе действует муниципальная программа «Повышение инвестиционной привлекательности города и формирование благоприятного предпринимательского климата на 2015-2020 годы» [4].

Для комплексного представления информации о предприятиях торговли, общественного питания, бытового обслуживания, туризма и гостиничного бизнеса для жителей, гостей города и предпринимателей в регионе разработан интернет-портал «Добро пожаловать VBelgod.ru».

В период кризиса инвестиционный рынок гостиничной недвижимости находился в фазе рецессии и характеризовался следующими процессами:

- активность инвесторов сокращается, по большей части иностранных, что, в свою очередь, приводит к сокращению доходов от продаж недвижимости;
- трудности в получении финансирования на долгосрочную перспективу;
- внимание инвесторов к объектам меньшего размера в регионе;
- отказ от новых проектов и концентрация на уже построенных объектах, либо находящихся на проектах продвинутой стадии строительства.

По нашему мнению, решая данные проблемы, необходимо уделять должное внимание органам региональной власти к гостиничной индустрии и формировать привлекательные условия для инвестиций в гостиничный бизнес.

Также не следует забывать про политико-правовые факторы, выделив при этом политическую обстановку в регионе; смягчение административного контроля в сфере гостеприимства; унификацию налоговой и денежной политики.

Огромное влияние, по мнению специалистов-практиков в сфере гостиничного бизнеса, оказывает развитие туристской индустрии. Этот факт, бесспорно, нельзя отрицать, поскольку гостиницы входят в инфраструктуру туризма и на данном этапе являются основной ее составляющей. Однако здесь необходимо отметить невозможность эффективного функционирования туристской индустрии без четко отлаженной системы деятельности гостиниц и наоборот [5].

Сформированная имеющаяся система в настоящее время имеет недостатки и нуждается в

эффективной поддержке и регулировании со стороны государства.

Сложившиеся противоречия в части того, что необходимо сфере гостиничного бизнеса и тем, какими ресурсами он располагает в настоящее время, требуют незамедлительного разрешения. Увеличение числа хостелов, мини-отелей, приводит сейчас к недолжному обеспечению соответствующего сервиса потребителям.

Гостиничный бизнес в мировом масштабе имеет тенденцию непрекращающегося развития и подъема и одновременно увеличивается его влияние на экономику стран. Данный вид бизнеса в настоящее время – это источник доходов, а также инструмент, способствующий росту занятости и диверсификации экономики.

В регионе, несмотря на обилие привлекательных туристских ресурсов, доля туризма в экономическом секторе недостаточно высока и, в большинстве случаев, не оказывает влияния на формирование экономики, даже не учитывая тот факт, что по государственной программе данный вид бизнеса отнесен к приоритетным секторам экономики.

Обобщая проведенное исследование в части оценки факторного влияния на развитие региональной индустрии гостеприимства, следует отметить, что изменение динамики туристских потоков подвержено явно выраженному характеру зависимости от региональных программ развития и продвижения туристско-рекреационных услуг, в том числе и мест размещения.

В последнее время увеличилось количество факторов, которые оказывают влияние на спрос гостиничных и ресторанных услуг. Так, потребители, имеющие высокий уровень дохода, демонстрируют избирательность и требовательность к качеству услуг предприятий индустрии гостеприимства, что в свою очередь привело к дифференциации спроса.

Подытоживая вышесказанное, необходимо сделать акцент на формировании региональной политики в области поддержки гостиничного бизнеса, а именно выработке четкого подхода к ее формированию, а также к законодательному обеспечению. Имеющиеся стандарты и нормативы в части поддержки, формирования и развития гостиничного бизнеса, учитывая региональную специфику, в большей мере все имеют характер формальный, поэтому не оказывают должного влияния на вышеперечисленные критерии.

Экономический уровень страны непосредственно подталкивает к развитию гостиничный и ресторанный бизнес, развивая, тем самым, денежную сферу, платежеспособность населения, наличие дискретного дохода и уровень развития туристской отрасли.

Список литературы

1. Баранова, Е. Э. Тенденции и факторы, влияющие на развитие современного туризма [Текст] / Е. Э. Баранова // IV Международная студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум» 15 февраля – 31 марта 2012 года // URL: <https://www.rae.ru/forum2012/pdf/0446.pdf> (Дата обращения 20.10.2016).
2. Иванюшкин, А. Я. В защиту «коллегиальной модели» взаимоотношений врачей, медсестер и пациентов [Текст] / А. Я. Иванюшкин // Общественное здоровье и профилактика заболеваний. 2004. № 4. С. 52-56.
3. Лихошерстова, Г. Н. Роль туристско-рекреационного кластера в формировании инновационно-ориентированной экономики региона [Текст] / Г. Н. Лихошерстова // путеводитель предпринимателя. 2013. № 17. С. 163-169.
4. Лихошерстова, Г. Н. Понятийно-терминологические конструкции сферы регионального туризма [Текст] / Г. Н. Лихошерстова., О. В. Горгоц // Научное обозрение. 2015. № 6. С. 188-193.
5. Любимова, Л. А., Морева, С. Н. Факторы и их влияние на развитие гостинично-ресторанного бизнеса [Текст] / Л. А. Любимова, С. Н. Морева // Социально-экономические явления и процессы. 2013. № 10 (056). С. 93-96.
6. Оборин, М. С. Совершенствование методики оценки экономического потенциала предприятий туристско-рекреационной сферы [Текст] / М. С. Оборин, Г. Г. Надворная, С. В. Климчук, Т. Е. Гварлиани // Вестник национальной академии туризма. 2016. № 3. С. 29-33.
7. Об утверждении стратегии развития города Белгорода до 2025 года [Текст] // URL: https://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjh_jS9dfQAhWIKyWkHViNDxMQFggaMAA&url=http%3A%2F%2Fcitystrategy.ru%2Fupload%2Fdocument%2FBelgorod_strategy2025.doc&usq=AFQjCNHNUOZEIs3jsOh2mdFOUwXviqWLiQ&bvm=bv.139782543,d.bGg (Дата обращения 20.10.2016).
8. Семенова, Е. В. Проблемы развития внутреннего туризма и некоторые пути их решения [Текст] / Е. В. Семенова. Н. В. Маслова // Вестник национальной академии туризма. 2016. №3. С. 34-36.
9. Ясенюк, С. Н. Система сбалансированных показателей как инструмент стратегического развития предприятия [Текст] / С. Н. Ясенюк., Ю. Г. Шумская // Научное сообщество студентов XXI столетия : материалы III студ. междунар. заоч. науч.-практ. конф., Новосибирск, 23 мая 2012 г. / Сибир. ассоц. консультантов. Новосибирск, 2012. С. 29-33.
10. Ясенюк, С. Н. Региональные проблемы развития туризма в современных условиях (на примере Белгородской области) [Текст] / С. Н. Ясенюк., У. А. Астахова // Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети : матеріали V міжнар. наук.-практ. конф. Харків, 15 квітня 2011 р. / ХНУ ім. В.Н. Каразіна [та ін.]. Харків, 2011. С. 150-153.

References

1. Baranova, E. E. *Dynamics and factors influencing the development of modern tourism* [Text] / E. E. Baranova // IV international student's electronic scientific conference «Student Scientific Forum», 15 February – 31 March 2012 // URL: <https://www.rae.ru/forum2012/pdf/0446.pdf> (Date of access: 20.10.2016).
2. Ivanyushkin, A. J. *In defense of the «collegiate model» of relations of doctors, nurses and patients* [Text] / A. J. Ivanyushkin // Public health and disease prevention. 2004. № 4. Pp. 52-56.
3. Likhosherstova, G. N. *The role of the tourism cluster in the formation of innovation-oriented economy of the region* [Text] / G. N. Likhosherstova // A guide to entrepreneur. 2013. № 17. Pp. 163-169.
4. Likhosherstova, G. N. *The terminological construction of spheres of regional tourism* [Text] / G. N. Likhosherstova., O. V. Gorgoz // Scientific review. 2015. № 6. Pp. 188-193.
5. Lyubimova, L. A., Moreva, S. N. *The factors and their influence on the development of hotel and catering business* [Text] / L. A. Lyubimova, S. N. Moreva, // Social-economic phenomena and processes. 2013. № 10 (056). Pp. 93-96.
6. Oborin, M. S. *Improvement of methods of assessment of economic potential of enterprises of tourist and recreational sphere* [Text] / M. S. Oborin, G. Court, S. V. Klimchuk, I. E., Gvarliani // Bulletin of national Academy of tourism. 2016. № 3. Pp. 29-33.
7. *About approval of strategy of the development of Belgorod City until 2025* [Text] / URL: https://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjh_jS9dfQAhWIKyWkHViNDxMQFggaMAA&url=http%3A%2F%2Fcitystrategy.ru%2Fupload%2Fdocument%2FBelgorod_strategy2025.doc&usq=AFQjCNHNUOZEIs3jsOh2mdFOUwXviqWLiQ&bvm=bv.139782543,d.bGg (Date of access: 20.10.2016).
8. Semenova, E. V. *Problems of development of domestic tourism and some of the solutions* [Text] / E. V. Semenova, N. I. Maslova // Proceedings of the national Academy of tourism. 2016. № 3. P.34-36.
9. Yasenok, S. N. *Balanced scorecard as a tool of strategic company development* [Text] / S. N. Yasenok., G. Shumskaya // The Scientific community of students of the XXI century: proceedings of the third stud. Intern. highest level.. scientific.-pract. Conf. Novosibirsk, may 23, 2012 / P. assots. consultants. Novosibirsk, 2012. Pp. 29-33.
10. Yasenok, S. N. *Regional problems of tourism development in modern conditions (on the example of Belgorod region)* [Text] / S. N. Yasenok., U. A. Astakhova // Turistichni business: svitovi trends that naconal of priorities : materials V Minar. Sciences.-pract. conf. Harku, 15 quinia 2011 / Henna im. V. N. Karana [TA in.]. Kharkv, 2011. Pp. 150-153.

Рецензент

Думачева Е.В., заведующая кафедрой биологии, доктор биологических наук, доцент
Белгородский государственный национальный исследовательский университет (НИУ «БелГУ»)