

Формирование ресурсного потенциала в сфере гостиничного бизнеса

А. П. Захаров

аспирант

Кафедра гостиничного и туристического менеджмента,
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
Москва, Россия
Ap.zakharov21@gmail.com

Аннотация: Ресурсный потенциал гостиничных организаций способен содержать данные не только о ресурсах предприятия, но и о его возможностях. Развитие ресурсного потенциала может производиться в подходящих условиях окружающей среды, а также при наличии специализированных технологий. Не менее важным значением в развитии ресурсного потенциала обладают человеческие и управленческие ресурсы. Направление, в котором осуществляется развитие потенциала, отражает инвестиционные положительные аспекты и способно определить спрос на услуги в гостиничной индустрии.

Актуальный вектор развития будет анализироваться в соответствии с компонентами ресурсного потенциала: финансовым, информационным, кадровым, организационным и, безусловно, инновационным. При исследовании будут учитываться аспекты организационного воздействия, а именно значения топ-менеджмента или гостиничной цепи для благополучного дальнейшего развития.

В связи с оттоком большого количества международных гостиничных цепей, приостановлением развития гостиничных проектов, с закрытием предпринимательских предприятий, деятельность которых фокусировалась на поставке новых товаров, технических единиц для отелей, сформировалось и было оказано сильное влияние на текущее положение. Все приведенные процессы, в свою очередь, затрудняют выстраивание прогнозов и перспектив.

Ключевые слова: ресурсный потенциал, сфера услуг, гостиничный бизнес, ресурсный потенциал гостиничного бизнеса.

Для цитирования: Захаров А.П. Формирование ресурсного потенциала в сфере гостиничного бизнеса. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2023. Т. 22. № 4. С. 100–105. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2023-22-4-100-105>.

Building Resource Potential in Hospitality

A. P. Zakharov

Postgraduate student

Department of Hotel and Tourism Management,
Plekhanov Russian Economic University,
Moscow, Russia
Ap.zakharov21@gmail.com

Abstract: The resource potential of hotel organizations is able to contain data not only on the resources of the enterprise, but also on its capabilities. The development of resource potential can be carried out in suitable environmental conditions, as well as with the availability of specialized technologies. No less important in the development of resource potential are human and managerial resources. The direction in which capacity development is carried out reflects the investment positive aspects and is able to determine the demand for services in the hotel industry.

The actual vector of development will be analyzed in accordance with the components of the resource potential: financial, information, personnel, organizational and, of course, innovative. The study will take into account aspects of organizational impact, namely the values of top management or the hotel chain for successful further development.

Due to the outflow of a large number of international hotel chains, the suspension of the development of hotel projects, with the closure of business enterprises whose activities focused on the supply of new goods, technical units for hotels, a strong impact on the current situation was formed and exerted. All these processes, in turn, make it difficult to build forecasts and prospects.

Keywords: resource potential, service sector, hotel business, resource potential of hotel business.

For citation: Zakharov A.P. Building Resource Potential in Hospitality. Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship. 2023. T. 22. № 4. P. 100–105. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2023-22-4-100-105>.

В условиях современных реалий отечественное гостиничное предпринимательство приобретает новые формы и перспективы развития. Довольно большое количество регионов показывает отличный результат, который обусловлен повышенной посещаемостью отелей и также прибылью от сферы туризма. Обращаясь к показателям, можно отметить, что даже в сравнении с 2019 годом появилось больше новаторских проектов, затрагивающих деятельность туристской инфраструктуры. Нельзя не отметить государственную поддержку, которую приведенная сфера получает еще активнее. В то же время есть множество негативных аспектов, которые невозможно игнорировать: отъезд иностранных туристов, уход заграничных гостиничных сетей с отечественного рынка, приостановление развития проектов. Стоит отметить, что рынок гостиничного бизнеса покинули многие выдающиеся онлайн-турагентства (далее — ОТА), а также участники инфраструктуры, занимающие ключевое положение в представленной сфере.

На данный момент времени наиболее актуален вопрос относительно продуктивного применения ресурсов, которыми обладают гостиничные организации. Необходимо осуществлять компетентное отслеживание тенденций с целью поиска новых векторов развития как для целой отрасли, так и для отдельных гостиничных фирм. Благодаря качественно сформированному полноценному решению удастся увеличить качество и эффективность работы гостиничных предприятий, однако для достижения этой цели требуется провести аналитическую работу в области ресурсного потенциала гостиницы. Важно с особым вниманием подойти к исследованию кадрового, финансового, инновационного и информационно-технического компонентов.

Анализ определения «ресурсный потенциал» проводился довольно регулярно. Существует несколько ключевых направлений аналитической работы, обусловленных ресурсным подходом и результативным. Специфика этих подходов зависит от необходимой темы для фокусирования в исследовании. Так, в ресурсном подходе центральное положение у грамотного применения внутренних ресурсов фирмы. Результативный сосредотачивается на динамичном исследовании окружающей среды, анализирует перспективы компании на рынке.

Если совместить вышеприведенные подходы, то удастся сформировать более чуткую трактовку термина «ресурсный потенциал». Основываясь на вышеизложенном, ресурсный потенциал — это все перспективные составляющие субъектов микро- и макросистем, направленных на организацию процессов закрытия ключевых нужд в продукции и услугах. Стоит обратить внимание на то, что приведенный процесс может реализовываться при наличии сбалансированных экономических и социальных взаимоотношений с внешним миром относительно разумного потребления ресурсов, которые есть в доступе у фирмы ¹.

Следует отметить специфику потенциала гостиничной организации, а также более подробно ознакомиться со всеми компонентами. В аналитических работах регулярно указываются такие компоненты, как: организационный, кадровый, финансовый, технологический и информационный ². Тем не менее особое внимание можно уделить подходу, исходя из которого необходимо фокусироваться не только на осязаемом, но и на неосязаемом потенциале соответственно ³. Важно упомянуть, что неосязаемый потенциал невозможно исследовать с экономической точки зрения, однако он оказывает влияние на продуктивность и возможности развития ресурсного потенциала. В качестве примера можно привести пространственный, временной и имиджевый потенциалы.

У гостиничных организаций есть множество специфических черт касательно ресурсного потенциала. В связи с этим аспектом вышеприведенную трактовку термина необходимо преобразовать и указать специфику сферы гостиничных услуг. Так, важно отметить инструменты и перспективы, которые требуется качественно оптимизировать, настроить процессы менеджмента для

¹ Ушаков Р. Н. Инновационные технологии формирования и развития ресурсного потенциала гостиничного предприятия. Москва, Берлин: Директмедиа Паблишинг, 2015. 230 с.

² Лыкасова С. Н. Ресурсный потенциал организации розничной торговли: дисс. ... канд. экон. наук (08.00.05). Екатеринбург, 2011. 202 с.

³ Шатрова А.П. Алгоритм внедрения методики оценки ресурсного потенциала предприятия сферы услуг. Проблемы современной экономики. 2009. № 3 (31). С. 392–395.

реализации задач и повышения параметра конкурентоспособности⁴. В то же время зачастую потенциал гостиничной фирмы исследуют как многообразие предоставленных услуг за определенный временной промежуток, в ходе которых сотрудники применяли доступные ресурсы⁵.

Исследование трактовок определения «ресурсный потенциал гостиничной организации» и всех неотъемлемых составляющих — компонентов приводит к следующему умозаключению. При проведении аналитической работы и изучении этого явления необходимо прибегать к системному подходу. Работа каждой гостиничной фирмы может стать лучше в тех случаях, в обстоятельствах которых ее ресурсы применяются системно, а также проводится полный анализ всех существующих перспектив на рынке гостиничного сервиса.

Теперь приступим к более комплексному и детальному изучению компонентов ресурсного потенциала гостиничных организаций. Автор придерживается позиции, что выделяются следующие ключевые компоненты:

- 1) организационный;
- 2) инновационный;
- 3) кадровый;
- 4) информационный (технологический);
- 5) финансовый.

Все представленные компоненты будут анализироваться в том числе и с учетом обстоятельств актуального положения гостиничной индустрии.

Упомянув обстоятельства, важно отметить основные события, которые воздействовали на индустрию гостеприимства:

- 1) отечественный рынок покинуло множество гостиничных цепей, среди ушедших оказались «InterContinental Hotels Group» и «Marriott»;
- 2) была произведена заморозка проектов иностранных гостиничных цепей в России;
- 3) отечественный рынок покинули небезызвестные международные ОТА, что сформировало трудность для российских гостиниц в связи с пропажей аналитической базы, благодаря которой предоставлялась возможность эффективно принимать стратегические решения и управлять фирмой в целом;
- 4) отечественный гостиничный рынок покинули организации, которые были неотъемлемым элементом в инфраструктуре: фирмы, занимающиеся поставками товаров и технологий; организации, осуществляющие необходимое техническое обеспечение и т.д.

В связи с вышеприведенными обстоятельствами следует обратить внимание на преувеличение параметров работы гостиничных предприятий во многих регионах РФ. Любопытный аспект обуславливается в том, что в некоторых регионах работа не только не ухудшилась, но и стала лучше (показатели значительно увеличились в сравнении с 2019 годом). Важно отметить, что при упоминании параметров имеются ввиду и такие показатели, как прибыль от номерного фонда, доход от разнообразных платных гостиничных услуг. Некоторые регионы выделяются в связи с повышенным показателем доходности. Новосибирская область результативно проявила себя в гостиничной индустрии.

Перейдем к более детальному изучению составляющих ресурсного потенциала гостиничной организации.

Для начала рассмотрим кадровый потенциал. Тот прогресс, который изначально планировался в области технологий, был неразрывно связан с внедрением новаторских технологий, что позволило бы отказаться от некоторого функционала, осуществляемого ранее сотрудниками. На данный момент времени приведенный процесс затормаживается, поскольку технологии стали более труднодоступными.

⁴ Клычева Р.А. Совершенствование управления ресурсным потенциалом предприятий гостиничного хозяйства: дисс. ... канд. экон. наук (08.00.05). Махачкала, 2010. 130 с.

⁵ Ивановская М.Е. Потенциал гостиничного бизнеса и пути повышения эффективности его использования: дисс. ... канд. экон. наук (08.00.05). Москва, 2003. 197 с.

Необходимо подчеркнуть, что российские гостиницы были отключены от множества действительно необходимых информационных систем. Это не могло не сказаться на деятельности, потому что изначально отечественные гостиничные предприятия лишились системы внутреннего пользования. Благодаря RMS (Revenue Management System) гостиницы могли регулировать прибыль. Не стало системы, с помощью которой формировалась структура бронирования. Из-за ухода CRM (Customer Relationship Management) гостиничные предприятия потеряли эффективно выстроенную систему взаимоотношений с клиентами. В связи с уходом с отечественного рынка различных программ, стало сложнее работать на привлечение потребителей, поскольку усложнился процесс формирования специальных предложений и программ лояльности. Все упомянутые аспекты могут негативно воздействовать на кадровый потенциал, поскольку возникает много трудностей на пути не только у управленцев и руководителей, но и людей, занимающих линейные позиции. В то же время стоит отметить, что вместо вышеприведенных систем можно использовать отечественные аналоги, а это, в свою очередь, позволит уменьшить риски и отрицательные последствия.

Тем не менее тот факт, что иностранные гостиничные цепи покинули российский рынок, позволяет прийти к выводу, что в России не остается аудита на качество обслуживания, общее соответствие бренду. Данный аспект может привести к снижению не только уровня обслуживания, но и потребительских ожиданий. Следует обратить внимание на то, что новый вектор для развития кадрового потенциала направлен на реализацию образовательной функции. Всё большим значением начинают обладать российские образовательные учреждения, которые занимаются подготовкой сотрудников разных позиций (управляющих и линейных). В то время, пока иностранные гостиничные цепи осуществляли деятельность в России, появилось немало перспективных и амбициозных топ-менеджеров, в компетенции которых — продуктивно регулировать деятельность в гостиничных организациях.

Обратим внимание на специфику информационного потенциала. В связи с тем, что множество операторов покинуло отечественную гостиничную индустрию, российские отели и гостиницы остались без клиентской базы и документации (которая была ликвидирована из облака). Из-за указанных обстоятельств гостиничные предприятия лишились следующих функций: программирование ключей для гостей, анализ рабочей деятельности. Поэтапное отключение мало бы чем помогло ситуации, ведь большинство технологических решений и информационных возможностей всё равно недоступно. Приведенные аспекты связаны, в том числе, и с уходом OTA, функционал которых на данный момент не удастся восстановить полностью. Обращение к программам, которые являются российскими аналогами зарубежных систем, требует немало временного ресурса, а в условиях современных реалий решения требуется принимать оперативно и точно.

К позитивным аспектам и перспективам описываемого нами потенциала следует соотнести разработку функциональных и удобных приложений, благодаря которым появится возможность положительно воздействовать на динамику введения технологий в работу гостиничных предприятий. Важно отметить, что многие функции, которые ранее осуществлялись информационными системами, теперь будут реализовываться приложениями. Еще один аспект, на который следует обратить внимание, — запрет на некоторые социальные сети в России, в связи с чем становится меньше платформ, на которых гостиницы могут размещать рекламу о своей работе. Это непростое, ведь даже с появлением новых площадок организации накопили опыт ведения предыдущих. Безусловно, на других ресурсах иные перспективы и возможности, своя специфика продвижения, однако гостиницы начинают еще более активно вести социальные сети. Следует отметить, что произошло повышение параметра организованного туризма по отношению к автономному, а данный аспект воздействует на информационный потенциал гостиницы. Исходя из вышесказанного, отели могут спокойнее заполнять разделы на сайтах, поскольку не требуется обширного информационного наполнения. Также можно не фокусироваться на технических аспектах в процессе установления бронирования услуг.

Помимо всего вышеперечисленного, есть много рисков относительно достоверности данных (в гостиничной индустрии это отзывы об отелях, о качестве оказанных услуг, рейтинг). Риски недостоверности высоки, пока минимизирована доля функционирующих OTA.

Перейдем к рассмотрению финансового потенциала. Для гостиничного сервиса и организаций характерна работа на краткосрочную или же долгосрочную перспективу. Также зачастую гостиничные предприятия отдают предпочтение или фокусу на качестве оказываемых услуг или более тщательному бюджетированию работы, или ГОСТу. На данный момент времени уменьшение доходов граждан России, снижение количества рабочих мест, нестабильность и экономическая неизвестность позволит уменьшить издержки отелей. Общее уменьшение загрузки гостиничных организаций позволит в ближайший временной период увеличить динамику приведенного процесса. Ключевые нововведения могут воздействовать на уменьшение расходов на сотрудников в связи с применением технологий и, как следствие, автоматизацией различных процессов. Гостиничные организации, у которых не будет в доступе такой возможности, могут столкнуться с трудностями относительно загрузки. Указанный аспект станет стимулом к тому, чтобы перестраивать многие процессы или даже останавливать рабочую деятельность даже в случаях, в обстоятельствах которых экономические параметры достаточно высоки.

Относительно актуальных и осуществляемых проектов следует отметить, что у большинства из них есть финансовый левэридж. Финансовый левэридж — это показатель, отражающий соотношение личных средств и заемных. У проектов в гостиничной индустрии отмечается высокий приведенный показатель. Помимо всего вышеперечисленного, зачастую такие проекты воплощаются в простых сооружениях, что позволяет реализовывать не очень дорогие проекты.

К позитивным аспектам определенно относится динамичный темп развития туристической отрасли в России. Активно увеличивается потребность во внутреннем туризме, спрос на российские отели и другие гостиничные услуги. Возросла поддержка от государства в реализацию новых проектов, но возможности и динамика будет сильно связана с положением отечественной гостиничной индустрии.

Так, можно прийти к выводу, что при изучении подходов к определению «ресурсный потенциал гостиничной фирмы», а также при исследовании компонентов, их положения и степени взаимозависимости, воздействия специфических характеристик результативного и ресурсного потенциала необходимо применять непосредственно системный подход. Именно системный подход поможет в исследовании и дальнейшем использовании векторов развития потенциала. Также каждый из компонентов можно использовать для повышения продуктивности деятельности, однако только в тех случаях, в обстоятельствах которых производится комплексное применение компонентов. Ключевое значение в этом вопросе занимает организационный компонент, поскольку он включает в себя лица, которые решают основные управленческие задачи касательно возможностей применения прочих составляющих ресурсного потенциала гостиничной фирмы.

Список литературы

1. Архипова О.В. Информационные сервисы как ресурс формирования адаптационных стратегий гостиничных предприятий в условиях кризиса / О.В. Архипова, А.В. Мельникова. Современный гостинично-ресторанный бизнес: экономика и менеджмент. 2020. № 11. С. 15–17.
2. Асалиев А.М. Развитие и обучение персонала как основа повышения производительности труда / А.М. Асалиев, Е.В. Шубенкова. Россия: тенденции и перспективы развития. 2020. № 6. С. 223–225.
3. Ушаков Р.Н. Инновационные технологии формирования и развития ресурсного потенциала гостиничного предприятия. Москва, Берлин: Директмедиа Паблишинг, 2015. 230 с.
4. Лыкасова С. Н. Ресурсный потенциал организации розничной торговли: дисс. ... канд. экон. наук (08.00.05). Екатеринбург, 2011. 202 с.
5. Шатрова А.П. Алгоритм внедрения методики оценки ресурсного потенциала предприятия сферы услуг. Проблемы современной экономики. 2009. № 3 (31). С. 392–395.
6. Клычева Р.А. Совершенствование управления ресурсным потенциалом предприятий гостиничного хозяйства: дисс. ... канд. экон. наук (08.00.05). Махачкала, 2010. 130 с.
7. Ивановская М.Е. Потенциал гостиничного бизнеса и пути повышения эффективности его использования: дисс. ... канд. экон. наук (08.00.05). Москва, 2003. 197 с.
8. Очилова Х.Ф. Информационные технологии — важный источник развития гостиничного бизнеса / Х.Ф. Очилова, Х.С. Жалолитдинова. Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2018. № 8 (34). С. 107–111.

9. Горяинов К.С. Основные составляющие ресурсного потенциала гостиничного предприятия. Туризм и гостеприимство сквозь призму инноваций: сб. статей 5-й Науч.-практич. конф. (г. Москва, 27 сентября 2019 г.). – М.: Университетская книга, 2019. С. 51–55.
10. Барышева А.Н. Использование CRM-систем на предприятиях индустрии гостеприимства / А.Н. Барышева, Е.Ю. Никольская. Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2019. № 2. С. 5–11.

References

1. Arkhipova O.V. Information services as a resource for the formation of adaptation strategies of hotel enterprises in crisis conditions / O.V. Arkhipova, A.V. Melnikova. Modern hotel and restaurant business: economics and management. 2020. No. 11. Pp. 15–17.
2. Asaliev A.M. Development and training of personnel as the basis for increasing labor productivity / A.M. Asaliev, E.V. Shubenkova. Russia: trends and development prospects. 2020. No. 6. Pp. 223–225.
3. Ushakov R.N. Innovative technologies for the formation and development of the resource potential of a hotel enterprise. Moscow, Berlin: Directmedia Publishing, 2015. 230 p.
4. Lykasova S.N. Resource potential of retail trade organization: diss. ...cand. econ. Sciences (08.00.05). Ekaterinburg, 2011. 202 p.
5. Shatrova A.P. Algorithm for introducing a methodology for assessing the resource potential of a service sector enterprise. Problems of modern economics. 2009. No. 3 (31). Pp. 392–395.
6. Klycheva R. A. Improving the management of resource potential of hotel industry enterprises: diss. ... cand. econ. Sciences (08.00.05). Makhachkala, 2010. 130 p.
7. Ivanovskaya M.E. Potential of the hotel business and ways to increase the efficiency of its use: diss. ...cand. econ. Sciences (08.00.05). Moscow, 2003. 197 p.
8. Ochilova Kh.F. Information technology is an important source of development of the hotel business / Kh.F. Ochilova, Kh.S. Zhaloliddinova. Innovative economics: prospects for development and improvement. 2018. No. 8 (34). Pp. 107–111.
9. Goryainov K.S. The main components of the resource potential of a hotel enterprise. Tourism and hospitality through the prism of innovation: collection of articles. articles of the 5th Scientific and practical. conf. (Moscow, September 27, 2019). – М.: University Book, 2019. Pp. 51–55.
10. Barysheva A.N. The use of CRM systems in hospitality industry enterprises / A.N. Barysheva, E.Yu. Nikolskaya. Bulletin of the Association of Universities of Tourism and Service. 2019. No. 2. P. 5–11.