

сегмента, то есть 4-5 звездочных, но практика показывает, что наиболее востребованными как в мире, так и в России остаются 2-3 звездочные гостиницы, созданием которых отечественные инвесторы пока пренебрегают. В годы кризиса, когда поток туристов существенно уменьшился, проявилась следующая проблема гостиничного бизнеса высокого сегмента: «отельерам» пришлось снижать цены на на 40%, пятизвездочным отелям – до уровня четырех звезд, а четырехзвездочным – до уровня трех. Сейчас вектор и тенденции гостиничного бизнеса направлены на создание новых отелей, которые, соответствуя мировым стандартам качества, будут постепенно вытеснять устаревший фонд и служить достойной альтернативой крупным сетевым гостиничным комплексам.

К проблемам, тормозящим развитие гостиничного бизнеса в России, относится хронический дефицит площадок для строительства отелей, слишком высокие цены на авиабилеты как внутрироссийского, так и международного сообщения, а так же недостаточно активную рекламу достопримечательностей и других интересных особенностей туристических, культурных, спортивных и бизнес центров страны. Это может быть популяризация особых экономических и рекреационно-туристических зон на Северном Кавказе, в акватории Байкала, в Бурятии, на Алтае и других, создание которых началось в соответствии с федеральной программой 2006 года.

Не стоит забывать, что финансовое благополучие гостиничного комплекса состоит не только в привлечении клиентов. Нельзя забывать про основную дополнительную услугу это это сфера питания, ресторанный бизнес приносит для комплекса большую прибыль из всех имеющихся услуг, увеличение постоянных клиентов, тем экономический уровень выше для всего коллектива. Увеличение клиентской базы на 5 % может обеспечить прибыль на 25 %. Затраты по удержанию клиента составляют до 20 %. Нарботать нового клиента в 5 раз сложнее, чем удержать уже имеющегося. Персонал отеля лучше всего материально заинтересовывать для большей отдачи в своих обязанностях, чтобы гости оставались довольными обслуживанием и всегда возвращались в отель вновь и вновь тем самым обеспечивая благополучие комплекса, подтверждая квалификацию гостиницы.

На заседании президиума Госсовета, посвященного развитию туризма в РФ, Президентом были озвучены данные 2014 года о росте количества путешествующих по России: внутренний туризм увеличился на 30%, въездной туризм – на 16%. Обсуждались вопросы повышения качества предоставляемых туристическими агентствами услуг, проблемы доступности транспортных услуг для граждан России, а также меры по привлечению туристов. В ближайшей перспективе тенденции развития гостиничного бизнеса в основном будут направлены на строительство отелей в регионах, а, значит, и приток в регионы серьезных инвестиций как от игроков рынка, так и от инвесторов, ранее не связанных с этим направлением. В то же время интересной тенденцией ближайших лет станет покупка крупными российскими бизнесменами и компаниями зарубежных отелей, а также строительство малобюджетных хостелов дома. К перспективным направлениям развития рынка следует отнести строительство модульных и плавучих отелей – мобильных конструкций, которые при необходимости можно быстро собирать либо разбирать, не нанося ущерб окружающей природе.

Литература

1. Антонова М.В., Чистникова И.В. Исследование классификации кредитных потребительских кооперативов (на примере Белгородской области) // Финансы и кредит. 2014. – № 1 (577). – С. 24-29.
2. Звонарева Е.Н., Мочалова Я.В. Анализ развития малого предпринимательства (бизнеса) в Белгородской области // Актуальные проблемы экономики в условиях реформирования современного общества: материалы III междунар. науч.-практ. конф., (г. Белгород, 25 ноября 2014 г.): под науч. ред. доц. Е.В. Никулиной. – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2015. – С. 98-101.
3. Олейник Ю.И., Олейник И.И., Проблемы управления производительностью труда на предприятии // Актуальные проблемы экономики в условиях реформирования современного общества Материалы II международной научно-практической конференции. Под редакцией Е.В. Никулиной: – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2014. – С. 102-107.

УДК 338.48

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В РЕГИОНАХ РОССИИ

*Сазанович Е.А., Яшикина А.С.
н. рук. Чистникова И.В.
Белгород, Россия*

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Аннотация: Статья посвящена исследованию рынка туристических услуг в регионах России, рассмотрены группы факторов, влияющих на него. Выявлены проблемы, оказывающие влияние на рынок туристических услуг в регионах России.

Ключевые слова: туристическая услуга, рынок туристических услуг, туристический поток.

ECONOMIC FACTORS OF DEVELOPMENT OF THE MARKET OF TOURIST SERVICES IN THE REGIONS OF RUSSIA

*Sazanovich E.A., Yashkina A.S.
Belgorod, Russia
Belgorod state national research University*

Abstract: the Article is devoted to investigation of market of tourist services in the regions of Russia, the work considers factors that affect it. Identified problems affecting the market of tourist services in the regions of Russia.

Keywords: tourism service, tourism market, tourist flow

Актуальностью выбранной темы является то, что туризм – это один из развивающихся секторов экономики. Он является источником денежных поступлений, а также способствует региональному развитию и оказывает большое влияние на платёжный баланс страны. Помимо этого туризм является сильным фактором для увеличения авторитета страны, роста её значимости в мировом сообществе и у граждан.

Туристская услуга – результат деятельности организации или индивидуального предпринимателя по удовлетворению потребностей туриста в организации и осуществлении тура или его отдельных составляющих.

Факторы, вызывающие потребность в рынке туристических услуг, могут быть сведены к трем основным группам: познавательные, региональные, экономические. К группе познавательных факторов относится интерес к историческим, культурным, хозяйственным и природно-климатическим достопримечательностям.

К историко-культурным достопримечательностям следует отнести исторические и археологические памятники, музеи, художественные галереи, театры и другие объекты. Особый интерес вызывают также обычаи, одежда, кухня и другие проявления народного творчества, характеризующиеся как этнографические достопримечательности.

К природно-климатическим достопримечательностям следует отнести благоприятные климатические условия (умеренная температура воздуха, обилие безветренных, сухих, солнечных дней и т.п.), красоты пейзажей (леса, моря, озера, горы, пещеры).

Географические и климатические условия благоприятствуют развитию летнего и зимнего спорта. Особую привлекательность имеют районы, которые способствуют лечению и оздоровлению туристов [1].

К группе региональных факторов относятся события в данном регионе, которые могут стать причиной посещения региона туристами, например театральные и музыкальные фестивали, кинофестивали, спортивные соревнования разного рода (олимпиады, игры доброй воли, спартакиады, всесоюзные состязания и т.п.), ярмарки, карнавалы, выставки и т.п. В группу экономических факторов включаются социально-экономические условия путешествия. К ним относятся сфера услуг, транспортная система, сфера розничной торговли и предприятий питания, в том числе магазины для иностранных туристов, реализующих товары по низким ценам.

Представители туристической отрасли отмечают: поездки внутри страны будут выгодны хотя бы потому, что не потребуют приобретения иностранной валюты. Приток туристов ожидается на курорты Крыма, Алтая и Краснодарского края. Пользоваться популярностью будет и олимпийский Сочи.

Учитывая то, что в России огромное количество туристических ресурсов, в мировом туристическом потоке наша страна имеет малую долю. По данным Всемирной Торговой Организации, Россия, потенциально, может принимать в 5,4 раза больше иностранных туристов, чем принимает сейчас – около 40 млн.

К сожалению, существует ряд проблем, которые влияют на туристские потоки и в какой-то мере служат объяснением малой посещаемости и малой доли в мировых туристских потоках нашей страны. В основном, конечно, ограничивается въездной поток, потому как проблемы эти касаются именно иностранных граждан [2, 3]. Плохой и, главное, дорогой гостиничный сервис, плохое развитие развлекательной инфраструктуры, недостаток квалифицированных работников в гостиницах и отелях явно не нравится иностранным туристам.

Эти проблемы не являются слишком серьезными и при желании могут быть решены государством достаточно быстро.

Плохое знание английского языка населением, сложности с оформлением иностранных туристов, сложности получения визы – более серьезные проблемы, которые сильно влияют на общую картину въездного туристского потока. Иностранные граждане боятся заблудиться и не найти выход из сложной ситуации, а слишком сложное оформление визы грозит отказом от поездки в Россию.

Можно констатировать тот факт, что данные проблемы решаются государством, а отмена визового режима между Россией и странами Евросоюза обещает стать поворотной для туризма России.

Таким образом, развитие туризма положительно влияет на экономику, в некоторых странах даже являясь основной составляющей притока денежных средств в бюджет. Туристский рынок показывает и осуществляет связь между производителем туристского продукта и его покупателем, стимулирует производителей на производство более качественного продукта по более низким ценам, стимулирует развитие сетей и туроператоров.

Литература

1. Организация туристской индустрии: учебное пособие/ Ю.А. Матюхина. – М.: Альфа-М. 2012. –304 с.
2. Звонарева Е.Н., Мочалова Я.В. Анализ развития малого предпринимательства (бизнеса) в Белгородской области // Актуальные проблемы экономики в условиях реформирования современного общества: материалы III междунар. науч.-практ. конф. (г. Белгород, 25 ноября 2014 г.): под науч. ред. доц. Е.В. Никулиной. – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2015. – С. 98-101.
3. Антонова М.В., Чистникова И.В. Исследование классификации кредитных потребительских кооперативов (на примере Белгородской области) // Финансы и кредит. 2014. – № 1 (577). – С. 24-29.
4. Олейник Ю.И. Современные формы мотивации персонала // Актуальные проблемы экономики в условиях реформирования современного общества: материалы III междунар. науч.-практ. конф., (г. Белгород, 25 ноября 2014 г.): под науч. ред. доц. Е.В. Никулиной. – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2015. – С. 228-232.

УДК 338.46

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В РЕГИОНАХ РОССИИ

*Сумская О.В., Серая А.В.
н. рук. Чистникова И.В.
Белгород, Россия*

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Аннотация: Статья посвящена исследованию современных тенденций развития ресторанного бизнеса в регионах России. Рассматривают экономические проблемы и их влияние на рынок ресторанного бизнеса в регионах России.

Ключевые слова: ресторанный бизнес, экономика ресторанного бизнеса, сфера услуг регионов России.

ECONOMIC PROBLEMS OF THE RESTAURANT BUSINESS IN RUSSIA'S REGIONS

*Sumskaya O.V., Seraya A.V.
Belgorod, Russia*

Belgorod state national research University

Abstract: the Article is devoted to modern trends of development of restaurant business in Russia's regions. Examine economic issues and their impact on the market of restaurant business in Russia's regions.

Keywords: restaurant business. Economics of the restaurant business, the scope of services of regions of Russia.

За последние десятилетия данный вид предпринимательской деятельности в регионах России претерпел большие изменения и теперь призван удовлетворять не только потребности в питании, но и экономические потребности человека.

Ресторанный бизнес – организация такого вида обслуживания в регионах России, которое обеспечивает клиента едой и напитками в специально отведенном для этого месте и отвечает основным гигиеническим и законодательным требованиям.

Развитие рыночных отношений в России обеспечило приход на рынок ресторанных услуг регионов России частного капитала, фактически полностью устранившего государственное участие в данном сегменте рынка. Причем, смена собственника позволила сделать данный вид предпринимательской деятельности одним из самых привлекательных.

Мировой финансовый кризис заметно отразился на индустрии ресторанного бизнеса в регионах России. Продуктовое эмбарго в полной мере ощутили на себе российские гурманы. В первую очередь страдают дорогие рестораны и с национальной направленностью, то есть итальянской кухни, французской и так далее. Во многих из них заметна снизилась посещаемость. Повышение цен приводит к снижению количества клиентов. И каждый стоит перед выбором – удержать гостей за счет потери в своем обороте, либо сохранить оборот с риском потерять клиента.

Сетевые рестораны на сегодняшний день является лидерами рынка (они более универсальны и эффективны с точки зрения бизнеса), но мало что могут предложить клиентам с точки зрения индивидуальности. Один и тот же дизайн, одно и то же меню и практически одинаковый уровень сервиса. Важными факторами являются: правильно выбранное место, которое полной мере соответствует аудитории заведения, большое значение имеет актуальность кухни – те или иные блюда будут востребованы у определенного круга лиц, а также профессионализм персонала – грамотно подобранная команда работников. Проблема кажется не вполне существующей, хотя на деле подобрать квалифицированный и профессиональный персонал – задача не из легких [1].