Российскийуниверситетдружбынародов

Факультет Экономический

Кафедра Международныхэкономическихотношений

СпециальностьМироваяэкономика

Ша•

Диссертациянасоисканиенаучнойстепени

кандидатаэкономическихнаук

Международныйопытразвитиягостиничногобизнеса

иегозначениедляРоссии

Выполнил аспирантТалдыкинАлексейСергеевич

НаучныйруководительдоценткэнБеловаИринаНиколаевна

Москвагод

СОДЕРЖАНИЕ 

ВВЕДЕНИЕ 

ГЛАВАЭВОЛЮЦИЯИСОВРЕМЕННЫЕОСОБЕННОСТИМЕЖДУНАРОДНОГОГОСТИНИЧНОГОБИЗНЕСА 

 Зарождениеиосновныеэтапыразвитиягостиничногобизнесавмире 

 Международныйгостиничныйбизнесегосовременноесодержание

иособенности 

 Моделиразвитиягостиничногобизнесавразвитыхиразвивающихся

странах 

ГЛАВАМЕЖДУНАРОДНЫЙГОСТИНИЧНЫЙБИЗНЕСВСИСТЕМЕМЕЖДУНАРОДНЫХЭКОНОМИЧЕСКИХОТНОШЕНИЙ 

 Современныеинструментыорганизациимеждународного

гостиничногобизнеса 

 Анализособенностейинаправленийдеятельностикрупнейшихмеждународных

гостиничныхцепейсточкизрениямеждународногогостиничногобизнеса 

 Взаимодействиямеждународныхгостиничныхцепей

снациональнойимировойэкономикой 

ГЛАВАОСОБЕННОСТИИПЕРСПЕКТИВЫРАЗВИТИЯГОСТИНИЧНОГОБИЗНЕСАВРФ 

 ОбщаяхарактеристикаипроблемыгостиничногобизнесавРФ 

 ПерспективыразвитиягостиничногобизнесавРФ

сучетомрегиональногоаспекта 

 Перспективыразвитиянациональныхимеждународных

гостиничныхцепейвРФ 

 Основныемерыпоповышениюконкурентоспособности

национальныхгостиничныхоператоров 

Заключение 

Литература 

Приложения 

Заключение

Гостиничныйбизнеснасовременномэтапехарактеризуетсямассовымразвитиемгостиничнойиндустриикакосновысовременноготуризмаисоциальныхпотребностейсовременногообщества

НасегодняшнийденьмеждународныегостиничныеоператорынеограничиваютсяформированиемгостиничныхсетейРечьидетосозданиикрупныхвертикальноинтегрированныхструктурпозволяющихмаксимизироватьмаржинальныйдоходикапитализациюхолдингов

Врезультатекомплексногорассмотрениясферыдеятельностимеждународногогостиничногобизнесанасовременномэтаперазвитияуточненопонятиемеждународныйгостиничныйбизнескакпредставляющийсобоймежотраслевойкомплекснаходящийсяневгоризонтальнойплоскостиаохватывающийнекоевертикальноинтегрированноепространствовключающеевсебяпредприятияиорганизацииразнойотраслевойпринадлежностикакнамеждународномтакинанациональномуровне—гостиницыавиаперелеттуроперированиетурагентстскаядеятельность

Выделеныфакторыиособенностиразвитиямеждународногогостиничногобизнесавнастоящеевремяктакимфакторамотносятсяследующиеявленияипроцессы

■ Развитиеторговли

■ Транспортнаяинфраструктура

■ Безопасностьпоездокиразмещения

■ Ресурсырынка

Особенностямимеждународногогостиничногобизнесаявляются

■ Нестабильностьспроса

■ Неосязаемость

■ Неотделимостьотисточника

■ Непостоянствокачестваинесохраняемость

Наосновеспецификисовременногоэтапаразвитиямеждународногогостиничногобизнесаавторомрассмотреныразвивающиесяпроцессыконцентрацииицентрализациимеждународногогостиничногобизнеса—франчайзингконтрактнауправлениетаймшериспользованиеновыхинформационныхтехнологий

Авторприходитквыводучтомеждународныегостиничныецепиэтообъединениегостиничныхпредприятийразмещенныхвразныхстранахимеющихцентрализованноеуправлениеиобразующиххозяйственныйкомплекскоторыйсоблюдаетединуюсистемустандартовматериальнотехническойбазыиуслуг

Выделяютсяпреимуществакоторыемогутприобрестимеждународныегостиничныецепиобусловленныеразмеромдеятельностиизвестныекакэкономияобусловленнаяэффектоммасштаба финансоваяэкономия

маркетинговаяэкономияэкономияпризакупкахтехническаяэкономиярассеиваниерисков

ПреимуществавертикальноинтегрированныхгостиничныхцепейотражаютсяавторомвсравнениизначенийфинансовогопоказателяКапитализациядлягостиничныхцепейнаразныхуровняхвертикальнойинтеграцииполностьювертикальноинтегрированныемеждународныегостиничныецепиимеютнаибольшийкоэффициентКапитализация

ВрезультатеорганизацииполнойвертикальнойинтеграциимеждународныегостиничныецепиприобретаютдолгосрочныеконкурентныепреимуществазасчетобъединениявсехсегментовстоимостнойцепочкиДанныйпроцессведеткповышениюобщейрентабельностипродуктаипозволяетконкурироватьзасчетплановойубыточностиотдельныхэлементовцепочкиприсохраненииобщейположительнойрентабельности

Авторомвыделяютсяключевыекаксильныетакислабыестороныданногопроцесса

Потенциальнаявыгодаотвертикальнойинтеграции

• Болееэффективноеуправлениеактивамиизаполняемостьюмест

• Болееэффективныепродажи

• Болееэффективноеценообразование

• Большиевозможностипоуправлениюрисками

• Доступкограниченнымресурсам

• Достижениепреимуществаэффектасинергииприцентрализациирядафункциймаркетингстратегияфинансыразработкастандартов

Потенциальнаяпроблема

• Сложностьструктурыкомпании

• Потерягибкостиуправления

• Сложностьинтеграцииотдельныхэлементов

• Сложностьэффективногоконтроля

АнализмеждународногоопытапоказалчтоприобъединениигостиницвцепидоходностьодногономеравразвышечемвнезависимыхгостиницахЭтицепипродолжаютразвиватьсядажевусловияхпостоянноснижающегосяуровнязагрузкигостиницкоторыйвпоследниегодынаблюдаетсявомногихрегионахделовыхтуристовитуристовотправляющихсянаотдыхвыбираютотельисходяизторговоймарки

Международныйопытпозволяетвыявитьнаиболееважныеединыегостиничныестандартыдляформированиямеждународнойгостиничнойцепифинансовыестандартыстандартыоперационнойдеятельностистандартыуправленияперсоналомстандартыпродажимаркетингаатакжестандартытребованиякобъекту

МеждународныегостиничныецепиразмещаязарубежомпредприятиязачастуюинновационныесиспользованиемновейшейтехникиисовершеннойтехнологиидемонстрируютсвоепреимуществопереднациональнымикомпаниямиПоследниеперенимаютуправленческийипредпринимательскийопыттехнологическиенововведенияповышаясобственнуюконкурентоспособностьВтакихстранахкакТаиландиТунисгдепередовойзарубежныйопытвгостиничномбизнесераспространяетсяособеннобыстроотмечаетсяускоренныйростприбылейнаместныхпредприятияхгостиничнойиндустрииНекоторыеправительстватеперьотдельнооговариваюттрансферттехнологийкакусловиедеятельностимеждународныхгостиничныхцепейнатерриторииихгосударств

Авторсчитаетчторазвитиемеждународногогостиничногобизнесабезусловноявляетсяпутемповышенияэффективностинациональнойэкономикиоднакомеждународныегостиничныецепиоказываютдвоякоеэкономическоевоздействиенанациональныеэкономики

ОднакомеждународныйгостиничныйбизнесоказываетдвоякоевлияниенаразвитиенациональныхэкономикразличныхстранмирасодействуетихростуоблегчаяпритокиностранныхинвестицийиинтеграциювмировоехозяйствоВтожевремясовременныеТНКотличаютсяглобальнойстратегиейповедениянамировомрынкепутешествийпроявляющегосявмеханизметрансфертногоценообразованиядающеговозможностьманипуляцииценаминакомпонентытуристскогопродуктаувеличиваятемсамымкорпоративнуюприбыль

Длянивелированиянегативныхэффектовпринимающимистанаминеобходимоосуществлениенациональнойгосударственнойрегулирующейполитикивобластигостиничногобизнеса

РассмотревдеятельностьроссийскихгостиничныхцепейавторприходитквыводучтонаданномэтаперазвитияотечественныегостиничныеоператорынеимеютсильныхпозицийвгостиничномбизнесенизкийобъемномерногофонданеразвитыестандартыуправленияинепредставляютсобойвертикальноинтегрированныхцепеймаксимизирующихмаржинальныйдоходиобладающихвысокойкапитализациейПрисохраненииэтихтенденцийсуществуетвозможностьихпоглощенияболеекрупнымииопытнымимеждународнымивертикальноинтегрированнымигостиничнымиоператорами

Собственныеусилиянациональныхгостиничныхоператоровдолжныбытьнаправленынакачественноеразвитиепутеморганизациипроцессаконсолидациииукрупненияигроковнароссийскомрынкеподнаиболеесильныминациональнымибрэндамииформированиякрупныхвертикальноинтегрированныххолдинговнавсехуровняхинтеграциигостиницыавиаперелеттуроператортурагентствомаксимизирующихтемсамыммаржинальныйдоход

Вкачествеосновныхинструментовдолжныбытьвыбранынаиболеесовременныеформыорганизациигостиничногобизнеса—осуществлениевертикальнойинтеграциипосредствомтакихсовременныхинструментовкакфранчайзингарендауправлениеактивамитаймшер

ПомимоэтогонациональнымоператорамнеобходимоосуществлятьактивнуюполитикуповнедрениюэффективныхединыхстандартовуправленияпродвижениюбрэндаразвитиюпередовыхинформационныхтехнологийавтоматизированныхсистембронированиягостиничныхместиавиаждбилетовинтернетпродажвнастоящеевремячерезИнтернетосуществляетсядовсехпродажвсферетуризмаимеютсявсеоснованияполагатьчтовближайшиепятьлетчерезИнтернетбудетреализоватьсяотдообъемапродаж

ИнформационныетехнологиирассматриваютсякакстратегическийресурсразвитиявсейделовойактивностигостиничныхпредприятийикакспособповышенияихконкурентоспособностиМеждународныйгостиничныйбизнесявляетсяоднимизкрупнейшихпотребителейтелекоммуникационныхтехнологийирасполагаетоднимизнаиболеевысокихуровнейкомпьютернойоснащенностивмире

ТакимобразомразвитиегостиничногобизнесавРоссииопираясьисключительнонавнутренниересурсыисобственныйопытвотсутствииобменановейшимимировымидостижениямивэтойсференеизбежноприведеткусилениюотставанияотмеждународногоуровнячтобудетозначатьупущенныевозможностидляразвитияроссийскогогостиничногобизнесаисмежныхотраслейнациональнойэкономики