

ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Е. О. Похомчикова

THE DEFINITION AND STRUCTURE OF HOSPITALITY INDUSTRY

E. O. Pokhomchikova

Анализ современной научной литературы свидетельствует об отсутствии единого подхода к понятию «индустрия гостеприимства». В статье проанализировано смысловое содержание термина «индустрия». Выделены критерии отнесения предприятий (видов деятельности) к индустрии: размер; взаимосвязь (родственность) предприятий (видов деятельности); количество занятых работников; вклад в национальный доход; темпы роста. Проведена оценка соответствия совокупности предприятий мировой и отечественной сферы гостеприимства выделенным критериям; сделаны соответствующие выводы. Изучены определения понятий «гостеприимство» и «индустрия гостеприимства», предложенные зарубежными и российскими авторами. Выявлена проблема разграничения и определения взаимоотношений индустрии гостеприимства и туристской индустрии. Рассмотрена и проанализирована структура индустрии гостеприимства. В качестве заключения сделан вывод о том, что индустрию гостеприимства следует рассматривать в широком и узком смысле; приведены соответствующие определения.

There is no consistent approach to defining «hospitality industry» in modern scientific publications. In the paper the meaning content of term «industry» is analyzed. The criteria of an industry were determined, namely: size, interrelation of activities, employment numbers, contribution to national income, growth rate. The assessment of Russian and world hospitality activity according to these criteria was performed, and conclusions were made. Foreign and Russian authors' definitions of the concepts «hospitality» and «hospitality industry» are investigated. The problem of «hospitality industry» and «tourism industry» differentiation and correlation is detected. The structure of hospitality industry is considered. The author concluded that hospitality industry should be considered in the loose and narrow meanings; the definitions are presented.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, индустрия, гостеприимство, сфера услуг, туристская индустрия.

Keywords: hospitality industry, hospitality, industry, service sector, tourism industry.

В современной научной и публицистической литературе довольно часто встречается словосочетание «индустрия гостеприимства», однако его толкование вызывает определенные трудности. Для того чтобы их преодолеть, необходимо, думается, пояснить значение каждого термина. «Гостеприимство» (от англ. – hospitality) – «универсальная традиция повседневно-бытовой культуры, предписывающая обязанность радушия и заботы о госте» [28]. Слово «гостеприимство» (hospitality) происходит от старофранцузского «хоспис» (hospice), то есть «места, в котором путники могут получить кров и еду» [25, с. 12].

В переводе с латинского индустрия (industria) – деятельность. Во многих словарях понятие «индустрия» (англ. industry) означает промышленность, «промышленность» в свою очередь определяется как «крупнейшая отрасль экономики, совокупность родственных предприятий, характеризующихся единством экономического назначения производимой продукции, однородностью потребляемого сырья, общностью технологических процессов и технической базы, особым профессиональным составом кадров и специфическими условиями труда» [20, с. 538].

Отождествление индустрии с промышленностью имеет логическое обоснование. Долгое время во всем мире промышленный сектор считался центральным звеном экономики, сервисный же рассматривался как второстепенный; доказательством этого является деление экономики в зависимости от видов деятельности на реальный (промышленность), непродовольственный (сфера услуг) и финансовый сектора. По мне-

нию многих специалистов, употребление термина «непроизводственный сектор» является не совсем корректным, ведь создается впечатление, что в нем ничего не производится, тогда как в настоящее время сфера услуг является ведущим сектором экономики развитых стран, привлекает значительные трудовые ресурсы, стремительно развивается.

Таким образом, термином «индустрия», имеющим первоначальное значение промышленности, начали обозначать крупные совокупности родственных предприятий (видов деятельности). В частности, Дж. Уокер отмечает, что гостеприимство как «одно из фундаментальных понятий цивилизации уже давно превратилось в индустрию» [24, с. 17].

Несмотря на довольно частое употребление термина «индустрия», в научной и методической литературе не сформированы критерии, по которым возможно судить об обоснованности отнесения тех или иных видов деятельности к индустрии.

По нашему мнению, такими критериями являются: размер; взаимосвязь (родственность) видов деятельности; количество работников; вклад в национальный доход; темпы роста.

Проанализируем соответствие отечественной и зарубежной сферы гостеприимства выделенным критериям.

Размер. Многие исследователи сходятся во мнении, что сфера гостеприимства охватывает огромное количество предприятий различных видов деятельности, основными из которых являются: гостиничный, ресторанный, туристский бизнес, а также деятель-

ность, связанная с организацией досуга и развлечений, транспортное обслуживание.

По разным оценкам в мире насчитывается более 400 тысяч гостиниц (в России – 9316, или приблизительно 3 % от общего числа гостиниц в мире; годовой оборот российских гостиниц и ресторанов в 2011 году составил 523,9 млрд руб., увеличившись по сравнению с 2010 г. на 20,6 %. [26]).

Несмотря на пережитый глобальный экономический кризис, в 2012 г. число международных туристских прибытий, по данным Всемирной Туристской Организации (ЮНВТО), превзошло миллиардный рубеж. В 2013 г. их число увеличилось на 5 % и достигло отметки 1087 млн человек. По прогнозам ЮНВТО, в 2014 г. темпы роста туристских прибытий составят от 4 до 4,5 %. Большая часть международных прибытий приходится на страны Европы (563 млн за 2013 г.) [5]. Что касается российских реалий на это счет, то они таковы: количество российских граждан, выезжающих за рубеж почти в два раза превышает число иностранцев, въезжающих на территорию РФ (47,147 млн чел. против 28,177 млн чел. по данным 2012 г.) [19].

Взаимосвязь (родственность) видов деятельности. Подавляющее большинство предприятий индустрии гостеприимства являются сервисными. Кроме того, они тесно взаимосвязаны друг с другом: так, спрос на туристские услуги влечет за собой спрос на услуги размещения, питания, транспортные услуги и т. д. Клиентоориентированный характер деятельности является основной концепцией успеха предприятий сферы гостеприимства. Исходя из данных рейтинга конкурентоспособности сектора туризма и путешествий 2013 г. (Прим. автора: рейтинг конкурентоспособности сектора туризма и путешествий составляется каждые два года и охватывает 140 стран. При его подготовке используется комбинация данных из общедоступных источников и информации от международных организаций и экспертов в области путешествий и туризма. Содержащийся в докладе межстрановой анализ факторов конкурентоспособности секторов туризма и путешествий дает информацию для сравнений, полезную при принятии решений бизнесом и ценную для правительства, стремящегося совершенствовать условия для сектора путешествий и туризма), наиболее клиентоориентированными являются следующие страны: Япония (1 место в рейтинге), государство Катар (2), Швейцария (3), Тайвань (4), Австрия (5), Новая Зеландия (6), Объединенные Арабские Эмираты (7), Швеция (8), Дания (9), Гонконг (10) [17]. Россия по критерию «уровень ориентации на потребности клиентов» занимает 113 позицию среди 140 представленных стран [17].

Количество работников. Сфера гостеприимства является одной из ведущих создателей рабочих мест. По некоторым оценкам, в одном только секторе туризма создается более 140 миллионов рабочих мест в мире (учитывая состав индустрии гостеприимства, этот показатель становится еще больше). По данным ЮНВТО, каждый 11-й работник на сегодняшний день занят в индустрии гостеприимства [5]. Помимо прямого эффекта занятости, можно говорить о наличии так называемого косвенного эффекта. Косвенная за-

нятость является следствием того, что в процесс оказания услуг потребителю задействован целый комплекс предприятий, осуществляющих рекламную, финансово-кредитную и иные виды деятельности. Различные ученые по-разному оценивают косвенную занятость в сфере гостеприимства. Например, М. В. Ефремова ссылается на цифру 0,3 – 0,7 рабочих места [8, с. 8].

Оценка и прогнозирование состояния российского рынка трудовых ресурсов в сфере гостеприимства сдерживается дефицитом соответствующей достоверной базы статистической информации. Все же можно привести некоторые приблизительные данные. По данным Госкомстата, в 2011 году численность занятых в таких отраслях, как торговля, гостиницы и рестораны, составляла 18 % от всех занятых в стране; для сравнения в промышленности – 20,2 % [26]; стоит также отметить, что индустрия гостеприимства охватывает не только гостиницы, рестораны, но и другие виды деловой активности, которые не нашли своего отражения в приведенных статистических данных.

Вклад в национальный доход. На долю мирового туризма приходится 3,6 % ВВП (с учетом влияния туризма на смежные с ним отрасли – 10,6 %); 5 % всех налогов; 7 % мировых инвестиций. В мире сфера туризма как статья экспорта находится на пятом месте после нефти, продукции пищевой, химической и автомобильной отраслей промышленности [5]. Учитывая тот факт, что сфера гостеприимства – понятие более обширное, чем туризм, приведенные цифры становятся еще больше.

В некоторых странах доходы от сферы туризма являются определяющей статьей ВВП: Бермудские острова – 34,7 %, Сейшельские острова – 27,4 %, Антигуа – 58,5 %, Багамы – 52,1 % [27].

На рисунке 1 показаны доли доходов от туризма в ВВП разных стран.

Особое значение в создании национального дохода сфера гостеприимства приобретает с учетом мультипликативного эффекта: так, доход, полученный от туристской деятельности, направляется в дальнейшем на потребительские расходы, в результате осуществления которых появляются новые доходы, получаемые предприятиями других сфер деятельности.

Темпы роста. По прогнозам, составленным ЮНВТО, международные прибытия к 2020 году достигнут отметки в 1,6 млрд человек. В течение следующего десятилетия общий вклад отрасли в ВВП будет возрастать на 4,2 % в год и достигнет 9,2 триллионов долларов США к 2021 году [5]. На долю России приходится менее 1,5 % мирового туристского потока, к 2020 году доля нашей страны в выездном туризме составит 2 %, а во въездном около 3 %. По мнению экспертов, Россия использует свой туристский потенциал только на 20 %. Вероятно, этим можно объяснить более низкий вклад туризма в экономику страны по сравнению с развитыми странами мира [5].

Проанализировав представленные данные, можно заключить, что мировая сфера гостеприимства характеризуется высокими показателями деятельности, а также имеет положительные тенденции развития; таким образом, может быть определена как индустрия.

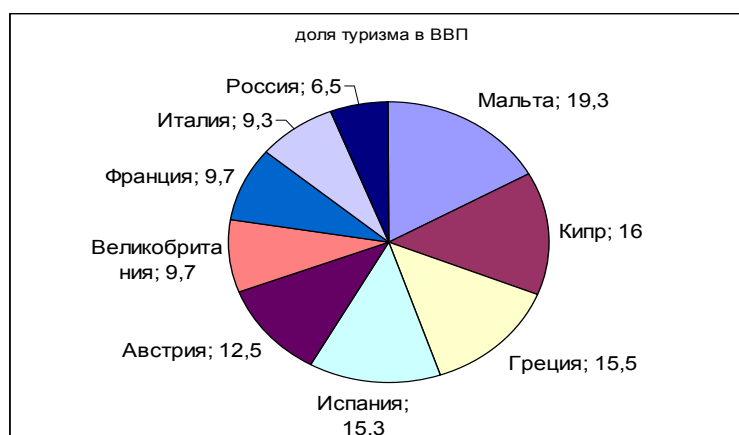


Рис. 1. Доля доходов от туризма в ВВП

Отечественная сфера гостеприимства во многом уступает зарубежной. Российская Федерация у многих ассоциируется, скорее, с мировым экспортером сырьевых ресурсов, чем со страной-лидером в развитии туризма и гостеприимства. Причиной столь неудовлетворительного положения дел, сложившихся в сфере гостеприимства в нашей стране, является сохранившийся со времен СССР примат материального производства; сфера же услуг не рассматривается в качестве стратегически важного объекта экономики.

В течение длительного периода времени, вплоть до конца XX в., в российской практике не использовалось понятие «индустрия гостеприимства»; постепенно по мере перехода страны к рыночному укладу и, как следствие, появлению множества независимых фирм, конкурирующих между собой за долю на рынке, особое внимание стало уделяться изучению потребностей 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,

транспортировка, то с возрастанием потребностей клиентов возникла необходимость создания особого межотраслевого комплекса сферы услуг, охватывающего множество различных предприятий, специализирующихся на обслуживании потребителей, – индустрии гостеприимства.

Таким образом, в России понятие «индустрия гостеприимства» является в большей степени образным, чем отражающим действительность.

По вопросам исследования индустрии гостеприимства Россия также значительно отстает от зарубежных стран. Работы на русском языке представлены в основном переводными изданиями. Теоретической базой исследований отечественных ученых в области индустрии гостеприимства являются труды зарубежных авторов.

Для того чтобы проследить, как менялось содержание понятий «гостеприимство» и «индустрия гостеприимства», была составлена таблица 1 с определениями, приведенными разными авторами. Для удобства проведения анализа определения расположены в хронологическом порядке, а также разделены на две группы: зарубежные и отечественные авторы.

Определения понятий «гостеприимство» и «индустрия гостеприимства»

| <i>Автор</i> | <i>Определение</i> |
|--|---|
| <i>Зарубежные авторы</i> | |
| Уэбстер Н. | Гостеприимство – обслуживание, опирающееся на принципы гостеприимства, характеризующиеся щедростью и дружелюбием по отношению к гостям [29]. |
| Браймер Р. | «Гостеприимство – это секрет любого заботливого обслуживания. Забота, проявленная по отношению к гостю, способность чувствовать потребности клиента, - неуловимые, но столь очевидные черты в поведении служащего. Индустрия гостеприимства является собирательным понятием для многочисленных и разнообразных форм предпринимательства, которые специализируются на рынке услуг, связанных с приемом и обслуживанием гостей» [1, с. 27]. |
| Уокер Дж. Р. | «Гостеприимство - одно из фундаментальных понятий человеческой цивилизации – уже давно превратилось в индустрию, в которой заняты многие миллионы профессионалов. Индустрия гостеприимства объединяет туризм, гостиничный и ресторанный бизнес, общественное питание, отдых и развлечения, организацию конференций и совещаний» [24, с. 12]. |
| Ваген Л. | «Индустрия гостеприимства – это сектор индустрии туризма, отвечающий за размещение туристов, а также отрасли, деятельность которых направлена на продажу алкогольных напитков, предоставление жилья, пищи и увеселительных мероприятий» [3, с. 32]. |
| <i>Отечественные авторы</i> | |
| С. С. Скобкин | «Индустрия гостеприимства выступает как самостоятельная, сложная и относительно обособленная социально-экономическая система, привлекающая значительные материальные, финансовые и трудовые ресурсы» [21, с. 1]. |
| И. В. Зорин, В. А. Квартальнов | «Индустрия гостеприимства – сфера предпринимательства, состоящая из видов обслуживания, которые опираются на принципы гостеприимства, характеризующиеся щедростью и дружелюбием по отношению к гостям» [9, с. 21]. |
| М. М. Романова | «Индустрия гостеприимства как особая сферы предпринимательской деятельности, отличается интегрированным характером экономических отношений взаимодействия и взаимной зависимостью субъектов производственных и непроизводственных отраслей, предоставляющих универсальный продукт (набор услуг, разнообразные виды работ, разнопрофильные товары)» [18, с. 11]. |
| Е. В. Лунева | «Индустрия гостеприимства представляет собой подсистему экономических отношений, связанных с куплей – продажей специфического продукта – услуги, предоставляемой гостиничными предприятиями туристам и иным категориям пользователей на комплексной основе с целью максимального удовлетворения их потребностей в гостеприимстве» [12, с. 32]. |
| Д. И. Елканова, Д. А. Осипов, В. В. Романов, Е. В. Сорокина | «Гостеприимство – это одно из понятий цивилизации, которое благодаря прогрессу и времени превратилось в мощную индустрию, в которой работают миллионы профессионалов, создавая все лучшее для потребителей услуг (туристов). Индустрия гостеприимства включает в себя различные сферы деятельности людей – туризм, отдых, развлечения, гостиничный и ресторанный бизнес, общественное питание, экскурсионную деятельность, организацию выставок и проведение различных научных конференций. Таким образом, индустрия гостеприимства – это комплексная сфера деятельности работников, удовлетворяющих любые запросы и желания туристов» [7, с. 18 – 19]. |
| Е. Б. Доброжанская | «Индустрия гостеприимства – межотраслевой комплекс, специализирующейся на обслуживании приезжающих в данную местность людей и включающей совокупность средств размещения, общественного питания, объектов познавательного, развлекательного, делового, оздоровительного и спортивного назначения, а также предприятия по изготовлению туристского снаряжения и сувениров» [6, с. 6]. |
| Е. И. Макринова, Т. Ю. Иваницкая | «Под индустрией гостеприимства понимается предпринимательская деятельность на рынке услуг, связанная с обслуживанием гостей. Последними могут быть туристы, командировочные работники, представители бизнеса, отдыхающие, клиенты, решающие личные и семейные интересы. Индустрия гостеприимства включает в себя также организацию общественного питания, физкультурно-спортивных и других развлечений, парки отдыха и т. п.» [13, с. 68]. |

Исследование индустрии гостеприимства за рубежом началось значительно раньше, чем в России. Зарубежные авторы делают акцент на гостеприимстве как заботе, проявленной по отношению к клиентам. Тер-

мин «гостеприимство» положительно позиционирует данный сектор экономики, раскрывая природу этой деятельности, ассоциирующуюся у потребителей с дружелюбием, щедростью, вниманием по отношению

к гостям. Британский специалист Р. А. Браймер в своем определении помимо выделения специфики индустрии гостеприимства, выражающейся в клиентоориентированном характере взаимодействия продавца и потребителя, производит некоторые попытки к выделению структуры индустрии гостеприимства (1995 г.). Напротив, эксперт по изучению индустрии гостеприимства в США, Дж. Р. Уокер, четко выделяет ее основные составляющие: туризм, гостиничный и ресторанный бизнес, общественное питание, отдых и развлечения, организацию конференций и совещаний (1999 г.) [24, с. 12]. Кроме того, в своей работе «Введение в гостеприимство» автор четко указывает на мощь сферы гостеприимства и на ее трансформацию в индустрию [24, с. 17].

Значительный вклад в развитие знаний об индустрии гостеприимства внес С. С. Скобкин. Его многочисленные публикации посвящены вопросам: сходства и различия индустрии гостеприимства и туристской индустрии; выявлению состава индустрии гостеприимства; изучению конкурентных слабостей, сдерживающих ее развитие и т. д. Данный автор, пожалуй, является одним из первых отечественных ученых, начавших исследование сферы гостеприимства как отдельной индустрии, охватывающей многочисленные предприятия и сферы деятельности, в том числе и туризм.

Е. В. Лунева определяет индустрию гостеприимства как часть туризма, а также отождествляет ее с гостиничным бизнесом, что, на наш взгляд, является не совсем корректным. В определении, предложенном М. М. Романовой, основной акцент сделан на интегрированном характере экономических отношений взаимодействия и взаимной зависимости субъектов производственных и непроизводственных отраслей, входящих в индустрию гостеприимства. Данная характеристика является, несомненно, важной, но, на наш взгляд, не первостепенной; в определении, думается, должна быть отражена основная специфика рассматриваемого явления. Клиентоориентированный характер деятельности – одна из важнейших характеристик индустрии гостеприимства, как и всей сферы услуг. Достоинством определения, предложенного Е. Б. Доброжанской, является рассмотрение индустрии гостеприимства в качестве «межотраслевого комплекса услуг». В дальнейшем автор ссылается на то, что клиентами индустрии гостеприимства выступают «приезжающие в данную местность люди», что, по нашему мнению, является не совсем верным, ведь потребителями услуг индустрии гостеприимства могут быть не только приезжие, но и местные жители. Такой же нюанс можно обнаружить в трактовке, предложенной коллективом авторов под руководством Д. И. Елкановой, в котором после указания на потребителей услуг индустрии гостеприимства приводится уточнение: туристов. В целом данное определение является наиболее емким по содержанию, так как в нем есть указание на широкий состав предприятий, входящих в индустрию гостеприимства; отражена «сервисная» специфика индустрии гостеприимства (клиентоориентированность, т. е. «деятельность, направленная на удовлетворение любых запросов

клиентов»); предложен состав индустрии гостеприимства.

На наш взгляд, в отечественной теории пока не сложилось однозначного понимания сущности индустрии гостеприимства. Некоторые авторы не вводят разграничений между понятиями «индустрия гостеприимства», «индустрия туризма», «индустрия досуга», «гостиничная индустрия», употребляя их в качестве синонимов. Зачастую в названиях литературных источников встречается словосочетание «индустрия гостеприимства», тогда как в самих работах речь идет о гостиничном или туристском бизнесе. В исследовании Е. В. Луневой «Формирование российского рынка услуг индустрии гостеприимства» в качестве таковых выступают гостиничные услуги, вместе с тем не имеется указаний на то, что гостиничные предприятия являются всего лишь частью огромной и многообразной индустрии гостеприимства. О. В. Лесникова в работе «Управление инновациями в индустрии гостеприимства» в качестве объекта исследования выделяет предприятия индустрии гостеприимства, в самой же работе раскрывает проблематику функционирования гостиничных предприятий, при этом приводит статистические данные, описывающие тенденции развития туристской индустрии. Аналогичное отождествление индустрии гостеприимства с гостиничной присутствует в работах С. В. Кошечева [11], Е. Б. Доброжанской [6], О. Ю. Нощенко [14]. Такое положение дел можно объяснить, во-первых, своего рода модной тенденцией употребления звучных иностранных терминов; во-вторых, недостаточной изученностью индустрии гостеприимства, выражающейся в отсутствии четко выделенного состава в нее входящих видов деятельности.

В связи с назревшей проблемой разграничения индустрии гостеприимства от гостиничной и туристской необходимо рассмотреть разные подходы к определению их взаимоотношения. В частности по вопросу соотношения индустрии гостеприимства и индустрии туризма мнения ученых разделились (рис. 2).

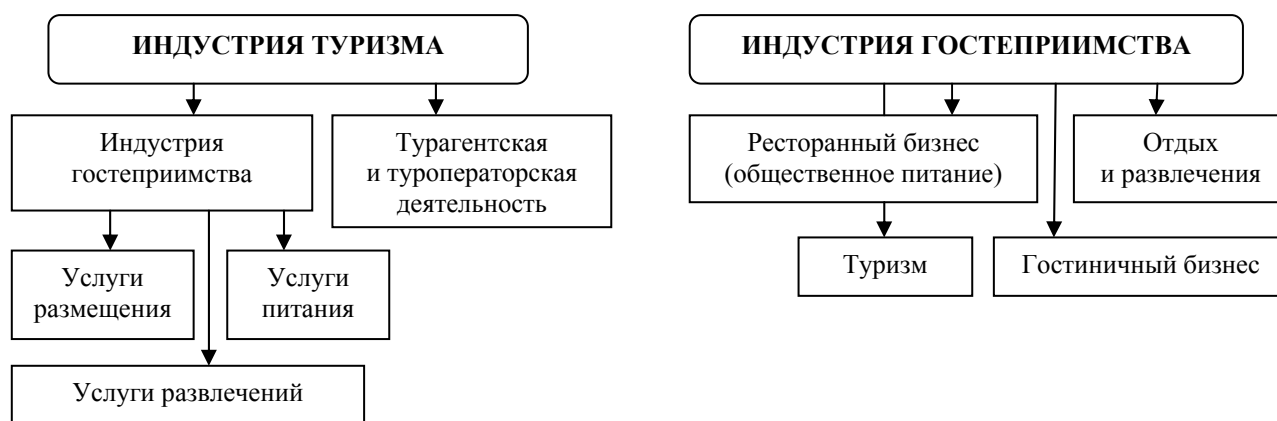


Рис. 2. Подходы к соотношению индустрии гостеприимства и индустрия туризма

Авторы первого подхода [3; 9; 10; 12] полагают, что индустрия гостеприимства является частью туризма и отвечает за размещение и питание туристов, она также включает в себя отрасли, деятельность которых связана с развлекательными мероприятиями. Сторонники второго подхода [1; 21; 23; 24; 4] считают, что индустрия гостеприимства объединяет туризм, ресторанный и гостиничный бизнес, отдых и развлечения, общественное питание.

Для разграничения понятий «индустрия гостеприимства» и «туристская индустрия» необходимо проанализировать трактовку последней, приведенной в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Согласно данному закону, «туристская индустрия – это совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных центров, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов, гидов-переводчиков и инструкторов-проводников» [15]. Таким образом, представители российского законодательства в области туризма разделяют точку зрения представителей первого подхода по вопросу соотношения понятий индустрия туризма и индустрии гостеприимства.

Интересно отметить также тот факт, что среди отечественных ученых более распространен термин «индустрия туризма», чем «индустрия гостеприимства». Свидетельствами этого факта является произведенный анализ статей электронной библиотеки eLibrary в 2014 г. (дата обращения: 18.05.2014) по рубрике «Экономика. Экономические науки». В ходе данного анализа было выявлено, что теме «индустрия гостеприимства» посвящено всего 299 статей, тогда как теме «индустрия туризма» – 1103 (пропорция 1:3,7). Между тем во многих публикациях объект исследования во многом выходит за рамки понятия «индустрия туризма», переходя в более обширное – «индустрию гостеприимства». Таким образом, ряд авторов не раз-

деляют эти понятия, употребляя их в качестве синонимов. Нередки также случаи употребления термина «индустрия гостеприимства и туризма».

По нашему мнению, понятие «гостеприимство» является более широким, емким и общим, чем понятие «туризм»: туризм, прежде всего, связан с организацией и рекламой 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 гостеприимства пользуются не только туристы, но и другие категории путешественников, которые, согласно статистике Всемирной Туристской Организации (ЮНВТО), объединены в понятие «посетителей» (visitors)» [16, с. 5], а также местные жители. Индустрия туризма, таким образом, должна входить в состав индустрии гостеприимства; рассматривать эти индустрии необходимо как единое целое по причине неразрывной общности их целей и задач.

Для выявления соотношения гостиничной индустрии и индустрии гостеприимства необходимо рассмотреть структуру последней.

Сфера деятельности индустрии гостеприимства связана с функционированием многочисленных предприятий разной направленности и специализации: гостиницы, рестораны, туристские агентства, музеи, транспортные компании, информационные центры и т. д., объединенных общей целью – удовлетворение любых запросов и желаний потребителей.

Российский ученый, профессор С. С. Скобкин, представил многообразие предприятий, входящих в состав индустрии гостеприимства в виде карты-схемы (рис. 3).

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| Архитектура и жилищно-коммунальное строительство | Капитальное строительство | Дорожное строительство и эксплуатация дорог | Транспортное машиностроение | Авиационная промышленность | Автомобильная промышленность |
| Тепло-энергетическая промышленность | Туристская администрация | Управление ресурсами гостеприимства | Центры туристской информации | Санитарный и экологический контроль | Дизайнеры, маркетологи, бухгалтеры и др. работники |
| Судостроительная промышленность | Гостиницы и мотели | Кемпинг/караванинг | Таймшэр | Арендаторы | Связь: почта, телефонная, мобильная, Интернет |
| Мебельная промышленность | Организации общественного питания | Рестораны, кафе, закусочные | Закусочные быстрого питания | Тематические клубы | Сельское хозяйство |
| Поставщики инженерно-технологического образования для гостиниц и ресторанов | Музеи | Парки и сады | Развлечения | Выставки и конференции | Пивовары и виноделы |
| Поставщики оборудования для предприятий общественного питания | Пассажирский транспорт | Автопроект | Экспрессные автобусы | Оздоровление | Поставщики продовольствия и напитков |
| Текстильная промышленность | Туроператоры | Турагентсы | Гиды и экскурсоводы | Розничная продажа билетов | Химическая промышленность |
| Изготовители формы и спецодежды | Культурное наследие | Культурно-исторические достопримечательности | Театры, концертные залы, музеи, галереи и библиотеки | Тематические парки и сады, заповедники | Поставщики компьютерного оборудования |
| Поставщики текстильных изделий для гостиниц и ресторанов | Организации досуга, развлечений | Фитнес и СПА центры | Стадионы, теннисные корты | Аквапарки и плавательные бассейны | Разработчики программного обеспечения |
| Производители и поставщики посуды | Игровой бизнес | Сувенирная торговля | Торговля предметами туристского обихода | Магазины беспошлинной торговли | Археологи, историки, реставраторы и картографы |
| Средства массовой информации | Профессиональная подготовка кадров | Подготовка по профессиям социального обеспечения | Туристское страхование | Общественные организации | Банки и другие финансовые учреждения |
| Страховые компании | Медицинские учреждения здравоохранения | Образовательные учреждения | Организации МЧС | Органы правоохранительной системы | Организации по вопросам миграции и виз |

| |
|--|
| Предприятия и организации, входящие в индустрию гостеприимства |
| Предприятия и организации, поддерживающие индустрию гостеприимства |

Рис. 3. Схема индустрии гостеприимства

Источник: [22, с. 132 – 133].

Согласно предложенной схеме, индустрия гостеприимства состоит из основных предприятий сферы гостеприимства и поддерживающих, обслуживающих основные.

На наш взгляд, данный подход к определению структуры индустрии гостеприимства является наиболее приемлемым, ведь он позволяет не только отобразить многообразие видов деятельности, входящих в ее состав, но и установить связи индустрии гостеприимства с окружающей средой. Однако такие составляющие, как профессиональная подготовка кадров, подготовка по профессиям социального обеспечения, туристское страхование и общественные организации, больше относятся к направлениям, «поддерживающим» индустрию гостеприимства, чем входящим в состав основных предприятий индустрии гостеприимства.

В целом предложенная С. С. Скобкиным схема, отображающая структуру индустрии гостеприимства, соответствует требованиям диалектики к изучению предметов и явлений.

Изучив и проанализировав трактовки термина «индустрия гостеприимства», предложенные зарубежными и российскими авторами, определив состав индустрии гостеприимства, а также рассмотрев подходы к выявлению взаимоотношений индустрии гостеприимства и туристской индустрии, становится возможным привести авторское определение индустрии гостеприимства.

Полагаем, что индустрию гостеприимства следует рассматривать в широком и узком смысле. В уз-

ком смысле – это совокупность гостиниц и иных средств размещения, предприятий общественного питания, а также туроператорских и турагентских компаний.

В широком смысле индустрия гостеприимства – сектор сферы услуг, взаимосвязанный с индустрией туризма, объединяющий многочисленные предприятия разной направленности (основные: гостиницы, рестораны, туристские агентства, туроператорские компании, развлекательные заведения, объекты культурного и природного наследия, транспортные компании; а также предприятия, поддерживающие функционирование основных этих предприятий: страховые компании, торговые предприятия, средства массовой информации, образовательные учреждения и т. д.), основанный на принципе гостеприимства обслуживания туристов, путешественников, а также местного населения и организации их отдыха и досуга.

Определение индустрии гостеприимства в узком смысле дает представление об основных видах деятельности, входящих в данную индустрию. В широком смысле – раскрывает сущность индустрии гостеприимства, а именно: специфику деятельности, неразрывную связь с туристской индустрией, широкий и разнообразный состав предприятий, непосредственно в нее входящих и ее поддерживающих.

Полагаем, что предложенные определения индустрии гостеприимства могут послужить основой для ее дальнейшего исследования.

Литература

1. Браймер Р. А. Основы управления в индустрии гостеприимства. М.: Аспект Пресс, 1995. 382 с.
2. Бурменко Т. Д., Даниленко Н. Н., Туренко Т. А. Сфера услуг: экономика: учебное пособие: рек. учеб.-метод. центром "Клас. учеб."; под ред. Т. Д. Бурменко. М.: Кнорус, 2007. 322 с.
3. Ваген Л. В. Д. Гостиничный бизнес; пер. А. Сухорукова. Ростов н/Д.: Феникс, 2001. 412 с.
4. Валединая Е. Н. Формирование стратегии развития индустрии гостеприимства и туризма (на примере центрального федерального округа): автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. М., 2013. 25 с.
5. Всемирная туристская организация (UNWTO). Режим доступа: <http://www2.unwto.org>
6. Доброжанская Е. Б. Управление инновационной деятельностью в сфере гостеприимства: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. СПб., 2011. 26 с.
7. Елканова Д. И., Осипов Д. А., Романов В. В. Основы индустрии гостеприимства: учебное пособие. М.: Дашков и К, 2009. 248 с.
8. Ефремова Н. В. Основы технологии туристского бизнеса: учебное пособие. М.: Ось-89, 2001. 192 с.
9. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма: [справочник] / Рос. междунар. акад. туризма. М.: Финансы и статистика, 2003. 364 с.
10. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма: учебник. М.: Финансы и статистика, 2003. 671 с.
11. Кошечев С. В. Кластерный подход к управлению инновационной активностью в индустрии гостеприимства: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. Сочи, 2011. 24 с.
12. Лунева Е. В. Формирование российского рынка услуг индустрии гостеприимства: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. Краснодар, 2007. 172 с.
13. Макринова Е. И., Иваницкая Т. Ю. Основы индустрии гостеприимства: учебное пособие для студентов. Белгород: Изд-во БУКЭП, 2012. 265 с.
14. Нощенко О. Ю. Формирование и регулирование российского рынка услуг индустрии гостеприимства: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. М., 2003. 22 с.
15. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный Закон РФ от 3 мая 2012 г. № 132 // Рос. газета. 2012. 5 мая.
16. Похомчикова Е. О. К вопросу о специфике индустрии гостеприимства // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права) (электронный журнал). 2014. № 1. Режим доступа: <http://eizvestia.isea.ru/reader/article.aspx?id=18742>
17. Рейтинг конкурентоспособности сектора туризма и путешествий. Режим доступа: <http://www.gtai.de>

18. Романова М. М. Формирование индустрии гостеприимства как механизм стратегического развития региона: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. М., 2006. 27 с.
19. Российский союз туристической индустрии. Режим доступа: <http://www.rostourunion.ru>
20. Румянцева Е. Е. Новая экономическая энциклопедия. 2-е изд. М.: ИНФРА-М, 2006. 809 с.
21. Скобкин С. С. Есть ли у нас индустрия гостеприимства? // Парад отелей. 2000. № 4. С. 1 – 6.
22. Скобкин С. С. Индустрия гостеприимства или туризма? Кто прав? // Российское предпринимательство. 2012. № 21.
23. 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.
24. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство: учебник; пер. с англ. Н. Н. Михайлова. М.: ЮНИТИ, 1999. 464 с.
25. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство = Introduction to Hospitality: учеб. пособие: рек. учеб.-метод. центром "Профессиональный учебник"; пер. с англ. В. Н. Егорова. 2-е изд. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 595 с.
26. Федеральная служба государственной статистики. Режим доступа: <http://www.gks.ru>
27. Экономические статьи. Международный туризм. Режим доступа: <http://www.webeconomy.ru>
28. Электронный словарь Яндекс. Режим доступа: <http://www.slovari.yandex.ru>
29. Webster N. American Dictionary of the English Language. New York Published by S. Converse, 1828.

Информация об авторе:

Похомчикова Елена Олеговна – аспирант кафедры менеджмента и сервиса Байкальского государственного университета экономики и права, elena.isea@mail.ru.

Elena O. Pokhomchikova – post-graduate student at the Department of Management and Service, Baikal State University of Economics and Law.

(Научный руководитель: Бурменко Татьяна Дмитриевна – доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента и сервиса Байкальского государственного университета экономики и права, Иркутск, service@isea.ru.

Scientific advisor: Tatiana D. Burmenko – Doctor of Economics, Professor at the Department of Management and Service, Baikal State University of Economics and Law).

Статья поступила в редколлегию 22.10.2014 г.