

УДК 33

DOI: 10.26140/anie-2019-0803-0093

АПАРТ-ОТЕЛЬ КАК ИННОВАЦИОННАЯ ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

© 2019

Шумакова Елена Викторовна, кандидат экономических наук

Дальневосточный федеральный университет

(690950, Россия, Владивосток, улица Суханова, 8, e-mail: helendiamond999@mail.ru)

Аннотация. Гостиничное хозяйство является главным фактором и основной составляющей туристической инфраструктуры, играет ведущую роль в презентации национального туристического продукта на мировом рынке туристических услуг. Эта сфера в комплексе туристических услуг мирового хозяйства развивается быстрыми темпами и в перспективе, согласно прогнозам известных профильных организаций, может стать самым важным сектором туристической деятельности. С учетом указанного, статья посвящена исследованию нового концепта развития отельного бизнеса - апартаментов, как инновационной формы организации туристического предприятия. В процессе исследования выявлены ключевые особенности инноваций в гостиничном деле, которые сосредоточены в основном в сегменте организационно-управленческих инноваций и в развитии инновационной гостиничной инфраструктуры. Также обозначены ключевые сложности привлечения клиентов, связанные с большой конкуренцией на рынке и высокими требованиями туристов к апартаментам размещения. В данном контексте рассмотрена одна из наиболее перспективных и инновационных форм организации гостиничного бизнеса - апартаменты. Отдельное внимание в статье уделено экономической сущности апартаментов, их видам и преимуществам. Рассмотрен зарубежный опыт и обозначены трудности развития данной формы организации гостиничного бизнеса в странах СНГ.

Ключевые слова: апартаменты, инновации, гостиница, туристы, комфорт, размещение, услуги, номер, номерной фонд, кухня, функциональная зона, обслуживание, ресторан, инвестор, аренда, доход, управляющая компания, резиденции, экономичность, пребывание, бренд.

APART-HOTEL AS AN INNOVATIVE FORM OF ORGANIZATION OF A HOTEL BUSINESS

© 2019

Shumakova Elena Viktorovna, candidate of economic sciences

Far Eastern Federal University

(690950, Russia, Vladivostok, street Sukhanova 8, e-mail: helendiamond999@mail.ru)

Abstract. The hotel industry is the main factor and the main component of the tourist infrastructure, plays a leading role in the presentation of the national tourist product in the global market of tourist services. This area in the complex of tourist services of the world economy is developing rapidly and in the future, according to forecasts of well-known specialized organizations, it may become the most important sector of tourist activity. With this in mind, the article is devoted to the study of the new concept of the development of the hotel business - apart-hotels, as an innovative form of organization of a tourist enterprise. In the process of research, key features of innovations in the hotel industry were identified, which are concentrated mainly in the segment of organizational and managerial innovations and in the development of innovative hotel infrastructure. Also identified are the key difficulties in attracting customers due to the high competition in the market and the high demands of tourists for apartment accommodation. In this context, considered one of the most promising and innovative forms of organization of the hotel business - apartment hotels. Special attention is paid to the economic essence of apart-hotels, their types and advantages. Considered foreign experience and identified the difficulties of development of this form of organization of the hotel business in the CIS countries.

Keywords: apartment hotel, innovations, hotel, tourists, comfort, accommodation, services, room, number of rooms, kitchen, functional area, service, restaurant, investor, rent, income, management company, residences, economy, stay, brand.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. В условиях глобализации значительно возрастает роль инноваций как, важного инструмента в повышении конкурентоспособности гостиниц. Инновационные процессы - неотъемлемая черта современного гостиничного бизнеса. Некоторые новые идеи отельеров способны со временем превратиться в очень распространенную и популярную сервисную услугу, а также положить начало новым трендам в гостиничном бизнесе.

Подобные тенденции полностью соответствует современной концепции управления гостиничной индустрией, которая сформулирована Всемирной туристской организацией (UNWTO). В рамках данной концепции ключевыми методами управления эффективностью отелей являются: организационно-управленческие инновации, которые реализуются в системе управления гостиничным бизнесом, и направлены преимущественно на внедрение новых прогрессивных технологий, расширение гостиничных сетей, практико-ориентированную подготовку персонала [1].

Отличительной чертой инноваций в гостиничном деле является высокая роль организационно-управленческих инноваций и инновационной гостиничной инфраструктуры. В практике гостиничного бизнеса сегодня используется достаточно широкий спектр организационно-управленческих инноваций, например, выбор определенного типа гостиницы, прогрессивный харак-

тер и широкий спектр предлагаемых услуг, их информационное обеспечение, высокий уровень квалификации персонала [2].

Сегодня становится все более сложно привлечь клиента, т.к. стандартный набор услуг, включающий в себя бесплатный беспроводной интернет Wi-Fi, спутниковое телевидение, массажный кабинет и бассейн, SPA салон стал привычным и практически обязательным. При этом, в последнее время увеличивается количество клиентов, которых не удовлетворяет холодная уравниловка и трафаретность интерьеров стандартных номеров сетевых отелей. Большинство из них стремятся ко всему необычному, отдают предпочтение небольшим эксклюзивным отелям.

С учетом вышеизложенного, одной из наиболее перспективных и инновационных форм организации гостиничного бизнеса являются именно апартаменты.

Многоаспектность проблемы создания апартаментов обуславливает необходимость обоснования и расширения организационно-экономических основ их функционирования с учетом способности таких гостиниц поддерживать атмосферу здоровой конкуренции на рынке и возможностей превратить малый гостиничный бизнес, в целом, в объект внедрения инноваций, экономических трансформаций и реформ.

Таким образом, указанные обстоятельства обусловили актуальность, теоретическую и практическую значимость выбранной темы исследования.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы. Проблемам инновационного развития гостиничной индустрии уделено большое внимание такими учеными как: Абожина А.А. [3], Нao, J.X. Liu, Y.P. [4], Musavengane, Regis [5], Мыратдурдыев М., Дорошенко Ю.А. [6], Тарасенко Е.С., Алексеева Н.С. [7], Смыкова М.Р., Рахимбекова Ж.С., Таракбаева Р.Е. [8], Винтайкина Е.В., Виноградова А.В. [9], Барон Е.Н. [10], Печерица Е.В. [11], Бритвина В.В., Шабалина Н.В., Дусенко С.В., Седенков С.Е., Шинков С.О. [12] и др. Анализ факторов, определяющих динамику деятельности гостиничных предприятий малой вместимости посвящены работы Пирогова А.Ю., Pirogova A.Yu. [13], Семенова Л.В., Климова Т.Б. [14], Juaneda, C.; Raya, J.M.; Sastre, F. [15] и др.

Но, следует отметить, что большинство ученых рассматривают развитие гостинично-ресторанного бизнеса с точки зрения стратегии, предметом их исследований являются предприятия гостиничного и ресторанного хозяйства как отдельные составные части индустрии гостеприимства. Однако анализ современного этапа развития сферы гостеприимства в отечественной литературе не нашел должного отражения.

Также проблемы и перспективы создания такой современной формы организации предприятий гостиничного хозяйства и предоставления гостиничных услуг, как апартаменты, в сегодняшних условиях еще недостаточно исследованы и разработаны. Кроме того, решения требуют вопросы обоснования практических рекомендаций для бизнеса, касающиеся правил создания и ведения хозяйственной деятельности апартаментов.

Формирование целей статьи (постановка задания). Цель статьи заключается в исследовании ключевых принципов создания апартаментов, представляющих собой инновационный тип организации деятельности и предоставления гостиничных услуг.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов. Апартамент-отель (апартаменты) - отель, в котором номерной фонд представлен жилыми комнатами, оснащенными кухней или функциональной зоной с условиями для самостоятельного приготовления пищи, к тому же гость может пользоваться всеми услугами отеля: обслуживанием в номере, возможностью завтракать в ресторане отеля, посещать фитнес-центр и SPA [16]. Цена в таких отелях зависит не от количества гостей, а устанавливается в соответствии со сроком пребывания: если срок пребывания длительный, тогда клиенту предоставляется скидка.

Популярность апартаментов заставила обратить на этот гостиничный формат внимание известных отельеров мира. С каждым годом такие отели становятся все популярнее среди путешественников. Преимущество у них действительно много, в связи с чем крупные гостиничные операторы пытаются заполнить и эту нишу.

Апартаменты по критерию вместимости входят в класс малых и средних предприятий, которые имеют номерной фонд 100-400 номеров [17]. Эти отели очень популярны в больших городах, они находятся в большинстве своем в жилых кварталах.

Клиентами апартаментов являются семейные туристы, бизнесмены, туристы, которые путешествуют индивидуально. Такой тип отдыхающих, которые останавливаются на длительный период времени, ожидают условий проживания очень близких к домашним [18].

Экономическая сущность апартаментов состоит в том, что инвестор покупает номер в гостинице с целью получения дохода от сдачи его в аренду, кроме того, он имеет возможность иногда использовать этот номер для собственного проживания. При этом все вопросы, связанные с обслуживанием номера, меблировкой и поиском клиентов, решаются управляющей компанией [19].

Следует отметить, что выделяют три основных вида апартаментов:

- резиденции под брендом в составе больших отелей, то есть в одном здании могут быть представлены обычные номера и апартаменты. Такую резиденцию можно выкупить и жить в ней постоянно или периодически;
- кондо-отели, этот вид преимущественно распространен в США. Он позволяет выкупать номера как инвестиционный продукт, то есть его можно использовать для собственного проживания или сдавать в аренду другим клиентам с помощью управляющей компании;
- отели длительного проживания - еще один формат апартаментов, где номера сдаются, как и в обычных отелях, но с возможностью аренды на длительный срок.

Однако апартаменты могут представлять собой и 3-4-этажные дома с пяти-шести апартаментами и стойкой ресепшн на первом этаже. Как правило, категория их ограничивается двумя-тремя звездами. Размещаться такой отель может в мегаполисе или в небольшом городке, или в сельской местности, но это непременно должен быть эпицентр туризма, иначе владение апартаментами теряет инвестиционную привлекательность.

Ключевое преимущество апартаментов заключается в соблюдении баланса между индивидуальной свободой гостей и, достаточным уровнем сервиса и безопасности, с целью обеспечения их комфортного пребывания [20]. Иногда постояльцы апартаментов живут в них несколько лет благодаря тому, что апартаменты предлагают практически домашние условия. Из числа других преимуществ апартаментов можно отметить:

- экономичность апартаментов (т.к. оплачивается стоимость апартаментов, а не количество проживающих в них людей, большой номер стоит дешевле, чем номер в гостинице аналогичного уровня, также нет необходимости бронировать дополнительные апартаменты для детей);
- более высокую степень независимости гостей (постояльцы не привязаны к расписанию приемов пищи, они могут готовить обед в своих апартаментах или пользоваться услугами ресторана; также они имеют право приглашать гостей и возвращаться в любое удобное для них время);
- апартаменты в апартаментах, как правило, существенно больше по площади, чем номера в обычной гостинице;
- апартаменты более удобны для размещения при долгосрочном пребывании.

Апартаменты типичны для государств Европы, США, в странах бывшего Советского Союза они только начинают свое развитие. По нашему мнению, в странах СНГ сдерживают развитие апартаментов их относительно невысокая доходность от сдачи в аренду, необходимость значительных капиталовложений, и законодательная неурегулированность такой деятельности.

Из числа известных мировых брендов, которые предлагают сегодня услуги апартаментов можно отметить французскую сеть MaMaison, бренд Staybridge Suites от гостиничной корпорации Inter Continental Hotels Group, сеть апартаментов Adagio от Accor.

Формат апартаментов очень развит в Лондоне, особенно в районе Найт-Бридж. Как правило, это гостиничные номера от 100 до 150 м² с небольшой кухней. Для Лондона они достаточно дорогие: если обычный номер можно снять за 200 или даже 100 фунтов, то апартаменты предлагаются по 400-450 фунтов в сутки при условии бронирования на неделю.

Вместе с тем следует отметить, что и на постсоветском пространстве есть успешные примеры функционирования апартаментов. Таким образом является апартаменты «Золотой ключик», который находится в Приморском крае, городе Владивосток.

Отель предлагает 12 полностью меблированных удобных номеров со всем необходимым для комфортной жизни. В каждом номере есть: варочная панель и

холодильник, теплые полы и кондиционер; плазменный телевизор и бесплатный Wi-Fi; микроволновая печь и духовой шкаф; фен и гигиенические принадлежности; шкаф-купе и пожарная сигнализация.

Средняя цена за номер находится в пределах от 2000 до 5000 руб.

Выводы исследования и перспективы дальнейших изысканий данного направления. Тот факт, что такой гостиничный формат, как апарт-отель, привлекает все больше и больше внимания со стороны инвесторов, позволяет сделать вывод об изменении приоритетов в сознании потребителей. Сегодня отель является не просто местом временной остановки, он заменяет постояльцу дом и должен соответствовать представлениям о нем.

Перспективным направлением дальнейших исследований является разработка современных концепций апарт-отелей разных ценовых категорий, ориентированных на длительный срок пребывания.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Сероухова А.О. Апарт-отели как перспективная форма развития малых средств размещения бюджетных туристов: опыт зарубежных стажировок // Сборник научных трудов по материалам IV Международной научно-практической конференции. 2018. С. 339-343.
2. Дьяченко Д.С., Ротанова И.Н. Апарт-отели и апартаменты в сфере гостеприимства Барнаула // Сборник научных статей международной конференции: электронный ресурс. 2018. С. 3077-3080.
3. Абожгина А.А. Анализ международных брендов апарт-отелей // Экономика и социум. - 2017. - №3(34). - С. 1769-1775.
4. Hao, J.X. Liu, Y.P. Exploratory Study on the Development of Combination of Hotel and Apartment // Advanced materials research.; Health structure material and environment; Shenzen, China, 2012; Dec, 2013, 37.
5. Musavengane, Regis Small hotels and responsible tourism practice: Hoteliers' perspectives // Journal of cleaner production. - 2019. - Vol. 220. - P. 786-799.
6. Мыратдурдыев М., Дорошенко Ю.А. Практика формирования пространства апарт-отелей // Актуальные научные исследования в современном мире. - 2017. - №12-9(32). - С. 9-11.
7. Тарасенко Е.С., Алексеева Н.С. Сравнение выгодности аренды апартаментов и гостиничных номеров в приморском районе Санкт-Петербурга // Вестник современных исследований. - 2018. - №12.7(27). - С. 504-507.
8. Смыкова М.Р., Рахимбекова Ж.С., Таракбаева Р.Е. Инновационные маркетинговые стратегии в гостиничном бизнесе // Вестник университета Туран. - 2017. - №4(76). - С. 164-168.
9. Винтайкина Е.В., Виноградова А.В. Применение инновационных технологий в деятельности бизнес-отелей с целью привлечения целевой аудитории // Образование. Наука. Научные кадры. - 2018. - №1. - С. 213-215.
10. Барон Е.Н. Инновации в ресторанном и гостиничном сервисе // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. - 2016. - Т. 9. - №1. - С. 456-463.
11. Печерица Е.В. Теоретические и практические аспекты внедрения инноваций в туризме и гостиничном бизнесе // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. - 2016. - Т. 1. - №2. - С. 34-41.
12. Бритвина В.В., Шабалина Н.В., Дусенко С.В., Седенков С.Е., Шинков С.О. Внедрение инноваций для повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий // Научное обозрение. - 2016. - №2. - С. 96-99.
13. Пирогова А.Ю., Pirogova A.Yu. Тенденции, определяющие будущее маркетинга в сфере гостиничного бизнеса // Вестник Национальной академии туризма. - 2017. - №2(42). - С. 29-33.
14. Семенова Л.В., Климова Т.Б. Мировая гостиничная индустрия: современные тренды // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. - 2018. - Т. 4. - №4. - С. 13-24.
15. Juaneda, C.; Raya, J.M.; Sastre, F. Pricing the time and location of a stay at a hotel or apartment // Tourism economics: the business and finance of tourism and recreation. - 2016. - №2. - P. 321-338.
16. Weber, K.; Weber, K. Service Failure and Recovery in an All-Suite Hotel/Service Apartment Context: A Case Study // Journal of travel & tourism marketing. - 2019. - №2. - P. 195-199.
17. McCarthy, T. Setting your hotel apart from the competition can be the quickest way to keeping your customers coming back for more // Lodging hospitality. - 2018. - №8. - P. 24.
18. Гарина С.А. Конкуренция объектов коммерческой недвижимости в условиях урбанизации (на примере города Новосибирска) // Российское предпринимательство. - 2017. - Т. 18. - №16. - С. 2337-2344.
19. Дорофеев А.Ю., Анфимова А.Ю., Новицкий И.Ю., Голованов В.И., Фадеев А.С. Сегментация рынка гостиничной недвижимости крупного города // Интернет-журнал Науковедение. - 2015. - Т. 7. - №5(30). - С. 36.
20. Мартышенко Н. Нестандартные средства размещения и их роль в формировании туристских потоков дестинаций / Н. Мартышенко // Концепт. - 2016. - № 11 (ноябрь). - С. 56-60.

Статья поступила в редакцию 25.07.2019

Статья принята к публикации 27.08.2019