

Вестник Башкирского института социальных технологий). 2025. № 2(67). С. 180–185
Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies). 2025;2(67):180–185

Научная статья

УДК 330.3

doi: 10.47598/2078-9025-2025-2-67-180-185

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КАПИТАЛИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ВЫЗОВОВ СОВРЕМЕННОГО МИРА

Аркадий Максимович Ларин¹, Ольга Петровна Ромашкина²✉

¹Центр развития профессиональных и жизненных навыков Московского государственного лингвистического университета, Москва, Россия, arkadiy.ggwp@gmail.com

²Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия, romash98@mail.ru✉

Аннотация. В настоящее время одной из приоритетных отраслей российской экономики признается туристическая сфера, развитие которой происходит при активной государственной поддержке, в частности в рамках инфраструктурного развития, основой которого выступают различные средства размещения. Мировая пандемия коронавируса продемонстрировала уязвимость гостиничной отрасли, которая в настоящее время усиливается и иными факторами (санкционные ограничения скорректировали структуру туристических потоков, социально-экономическая напряженность негативно сказалась на платежеспособности граждан и др.). Все это формирует актуальную проблему повышения эффективности функционирования отелей в текущих условиях влияния множества факторов и вызовов. В рамках исследования автором рассмотрены направления повышения капитализации субъектов, осуществляющих свою деятельность в гостиничной сфере, с точки зрения их максимального соответствия текущим условиям формирования BANI-мира.

Ключевые слова: гостиница, гостиничный бизнес, капитализация гостиниц, формирование BANI-мира

Для цитирования: Ларин А. М., Ромашкина О. П. Пути повышения капитализации предприятий гостиничного бизнеса в условиях вызовов современного мира // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2025. № 2 (67). С. 180–185. <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2025-2-67-180-185>.

Research article

WAYS TO INCREASE HOTEL BUSYNESS CAPITALIZATION IN THE CONTEXT OF THE CHALLENGES OF THE MODERN WORLD

Arkady M. Larin¹, Olga P. Romashkina²✉

¹Life & Pro Skills Center, Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia, arkadiy.ggwp@gmail.com

²Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia, romash98@mail.ru✉

Abstract. Currently, one of the priority sectors of the Russian economy is recognized as the tourism sector, the development of which occurs with active government support, in particular within the framework of infrastructure development, the basis of which are various accommodation facilities. The global coronavirus pandemic has demonstrated the vulnerability of the hotel industry, which is currently being exacerbated by other factors (sanction restrictions have adjusted the structure of tourist flows, socio-economic tensions have negatively affected the solvency of citizens, etc.). All this forms an urgent problem of increasing the efficiency of hotels in the current conditions of the influence of many factors and challenges. As part of the study, the author examined the tools, methods and directions for increasing the capitalization of entities operating in the hotel industry, from the point of view of their maximum compliance with the current conditions for the formation of the BANI world.

Keywords: hotel, hotel busyness, hotel capitalization, formation of the BANI-world

For citation: Larin A. M., Romashkina O. P. Ways to increase hotel busyness capitalization in the context of the challenges of the modern world. *Vestnik BIST (Bashkirskogo instituta social`ny`x texnologij) = Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies)*. 2025;(2(67)):180–185. (In Russ.). <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2025-2-67-180-185>.

С развитием туристической отрасли в России активно растет рынок размещения, представленный гостиницами, отелями и иными средствами временного пребывания. Так, например, общее количество классифицированных гостиничных субъектов в 2023 году по сравнению с 2018 годом выросло на 12 % (рис. 1).

Инвестиционная привлекательность гостиничного бизнеса в текущих условиях развития отрасли и реализации целевых мер поддержки со стороны государства постоянно возрастает. Так, по итогам 2024 года объем инвестиций в недвижимость отелей России превысил 0,5 трлн руб., число строящихся отелей выросло в четыре раза [2].

В условиях повышения конкурентной борьбы на рассматриваемом рынке и собственников отелей, и инвесторов интересует реализация модели максимальной капитализации. В данном случае необходимо говорить о рентабельности продаж, рентабельности инвестиций, норме чистой прибыли и др.

В таблице 1 систематизированы ключевые среднеотраслевые показатели рентабельности с 2018 по 2023 год по виду деятельности

«Деятельность по предоставлению мест для временного проживания».

Представленная динамика указывает на то, что в настоящее время гостиничная сфера характеризуется очень высокими показателями рентабельности, которые из года в год растут. Для сравнения:

– в сфере производства пищевых продуктов рентабельность продаж за 2023 год составляет 4,2%; а рентабельность активов — 5,2%;

– в сфере производства металлургической продукции рентабельность продаж за 2023 год составляет 3,3%; а рентабельность активов — 4,6%;

– в строительстве — рентабельность продаж за 2023 год составляет 3,6%; а рентабельность активов — 3,5% [4].

Представленная информация является подтверждением, что деятельность гостиниц и отелей в настоящее время стоит признать привлекательной для инвесторов с точки зрения капитализации. Кроме того, показатели влияния форс-мажорного фактора на отрасль в 2020 году резко сократились, и потребовалось в среднем два года, чтобы вернуться



Рисунок 1 — Динамика классифицированных гостиничных субъектов в России за 2018–2023 гг. (составлено авторами на основании [1])

Figure 1 — Dynamics of classified hotel entities in Russia for 2018–2023 (compiled by the authors based on [1])

Таблица 1 — Среднеотраслевые показатели рентабельности по гостиницам в динамике за 2018–2023 гг.*, %

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Измен., п. п.
Рентабельность продаж	7,6	7,3	3,7	8,1	8,4	8,4	0,8
Рентабельность продаж по EBIT	6,1	5,9	3,5	8,0	7,4	7,4	1,3
Норма чистой прибыли	4,0	3,2	1,5	5,8	4,9	4,9	0,9
Рентабельность активов	7,5	6,0	1,8	9,2	7,7	7,7	0,2
Рентабельность собственного капитала	25,3	21,7	10,3	28,5	23,9	23,9	-1,4

* Составлено авторами на основании [4].

к уровню рентабельности 2019 года. Пандемия коронавируса продемонстрировала неготовность рынка к влиянию внезапных факторов, а также показала, что в рамках сохранения устойчивости и стабильности деятельности на рынке всем хозяйствующим субъектам, в частности действующим на рынке гостиничных услуг, необходима реализация ряда мероприятий по принципу «на опережение».

Несмотря на то, что в настоящее время на рынок не действуют такие столь беспрецедентные факторы, как мировая пандемия, современные условия хозяйствования можно признать непростыми. В последние годы появилась новая научная тенденция определять их в качестве BANI-мира:

- Brittle (хрупкий);
- Anxious (тревожный);
- Nonlinear (нелинейный);
- Incomprehensible (непостижимый) [5].

Современной характеристикой хозяйствования субъектов во всех сферах деятельности выступает хрупкость выстроенных систем и бизнес-процессов, что выражается в потенциальном риске быстрого их разрушения (так, пандемия Covid-19 лишила доходности многие отрасли, в частности и сферу гостеприимства). Указанное обстоятельство формирует предпринимательскую и инвестиционную тревожность и неуверенность. Массовая инвестиционно-предпринимательская тревожность, в свою очередь, становится предпосылкой для нелинейности, которая сопровождается непониманием трендов развития, невозможностью спрогнозировать и спланировать те или иные действия. В погоне за поиском ответов бизнес-структуры массово собирают, анализируют

и обрабатывают огромное количество информации, в частности с использованием инструментов искусственного интеллекта, но текущий этап характеризуется именно непостижимостью вследствие переизбытка поступающей информации.

Представленная характеристика условий деятельности хозяйствующих субъектов, в частности в гостиничной отрасли, на первый взгляд, кажется безвыходной для предпринимательской сферы. Но в рамках сохранения устойчивости деятельности необходима реализация анти-концепта:

1. Brittle (хрупкий) ← Flexibility and Resilience (гибкость и сопротивляемость): только гибкое управление (методы Agile в управлении проектами) может обеспечить функционирование хозяйствующих субъектов.

2. Anxious (тревожный) ← Empathy and Mindfulness (эмпатия и осознанность): реализация социально значимых, важных и приоритетных проектов, например, — следование ESG-концепции.

3. Nonlinear (нелинейный) ← Context and Flexibility (контекст и гибкость): аналогично первому — гибкое управление, необходимость «маневрирования».

4. Incomprehensible (непостижимый) ← Transparency and Intuition (прозрачность и интуиция): комплексный и глубокий анализ всей имеющейся информации, использование опыта предшествующих периодов, следование мнению экспертов и аналитиков [5].

На основании представленных основных положений анти-концепта в рамках исследования представлена авторская модель возможных стратегических направлений повышения

капитализации субъектов в сфере гостеприимства (рис. 2).

В рамках первого направления предусмотрен набирающий в настоящее время популярность подход, в рамках которого деятельность осуществляется по франшизе известной сети отелей. Фактически развитие собственного гостиничного направления с нуля требует времени, создания клиентской базы, формирования лояльности, разработку уникального гостиничного предложения в борьбе за конкурентоспособность и т. д. Если анализировать существующие предложения на рынке, то в настоящее время можно найти различные предложения по первоначальным инвестициям, сроку окупаемости и т. д. Преимуществом указанного направления выступает минимизация рисков начальных этапов запуска гостиницы, то есть фактического вывода на рынок. По франшизе средний срок окупаемости составляет поряд-

ка 50 месяцев [6]. В условиях наличия информационного «шума», ложной информации и др. действие по франшизе позволяет обеспечить капитализацию отеля в рамках устранения такого вызова современности, как «непостижимость».

Следующим предлагаемым направлением повышения капитализации отеля в условиях вызовов современного мира выступает стратегическое ориентирование на современную моду — «экологичность», «защиту окружающей среды» и проч.

ESG-ориентирование и следование концепции экологического, социального и корпоративного управления становится трендом развития во всем мире. Посетители отелей в настоящее время предпочитают использовать места размещения, концепцией которых выступает забота об окружающей среде и минимизация углеродного следа. Например,



Рисунок 2 — Стратегические направления повышения капитализации отелей в условиях вызовов современного мира (составлено авторами)

Figure 2 — Strategic directions for increasing hotel capitalization in the context of the challenges of the modern world (compiled by the authors)

отдельные отели используют: металлические трубочки для коктейлей, контейнеры для еды навынос, сделанные из компостируемых материалов, бумажные салфетки из переработанной неотбеленной бумаги и др.

Вовлеченность компании в решение экологических, социальных и управленческих проблем — немаловажный фактор для привлечения инвестиций и повышения капитализации в рамках устранения такого рассмотренного вызова современности, как «тревожность».

Следующим рассматриваемым направлением повышения капитализации отеля в условиях вызовов современности выступает действие по трендам, подразумевающее использование инновационных методов и средств. Например, искусственный интеллект (ИИ) призван улучшить обслуживание клиентов, а также оказать положительное влияние на управление системами ценообразования в сфере гостиничного бизнеса. Например, чат-боты в автоматическом режиме обрабатывают запросы гостей, что существенно оптимизирует затраты гостиниц и максимизирует конечный финансовый результат деятельности хозяйствующего субъекта. Стратегическое следование предлагаемому направлению позволит минимизировать влияние таких вызовов современности, как «тревожность» и «нелинейность».

Еще одним направлением повышения капитализации отеля в условиях современных вызовов стоит признать стратегию максимальной клиентоориентированности, которая в настоящее время в гостиничном бизнесе реализуется посредством использования, например, сервисов виртуальной реальности (VR) и дополненной реальности (AR), позволяющих создавать обновленный формат рекламных кампаний и осуществлять рассылку более персонализированных клиентских предложений, что повышает окупаемость инвестиций и улучшает лояльность клиентов. После получения

согласия от гостя на обработку персональных данных такие сервисы могут предоставить индивидуальные удобства в номерах, подобрать варианты развлечений с учетом личных предпочтений, туры в виртуальной реальности, а также использовать сгенерированную ИИ музыку, изображения или другой контент [3]. В данном случае можно говорить о том, что отель будет предлагать максимально адаптированный клиентский гостиничный продукт, что фактически устранит такой вызов современности, как «хрупкость».

Таким образом, в рамках исследования рассмотрены четыре направления повышения капитализации отеля в условиях вызовов современного мира, которые разработаны с учетом результатов проведенного исследования характеристик современного BANI-мира, определяющего особенности функционирования субъектов гостиничной сферы. Направления представлены в качестве анти-концепта на существующие вызовы: хрупкость можно минимизировать в рамках максимальной гибкости управления (адаптивность под меняющиеся потребности клиента), тревожность и нелинейность устранимы в рамках действий в соответствии с модой и трендами развития (ESG, цифровизация и др.), непостижимость подразумевает использование мнения экспертов, сложившуюся практику и готовые проекты (например, функционирование по франшизе).

В целом, стоит отметить, что капитализация современных отелей напрямую зависит от сохранения устойчивости и стабильности деятельности в условиях влияния множества сторонних факторов и рисков. В данном случае видится целесообразным разумный синтез определенных стратегий, например, ESG-ориентирования с использованием отдельных элементов ИИ, которые не противоречат принципам «натуральности» и «единения с природой».

Список источников

1. Анализ рынка гостиничных услуг России в 2023 году // Sostav : сайт. URL: <https://www.sostav.ru/blogs/247016/47309/>. Дата публикации: 10.06.2024.
2. Гостиничные услуги (рынок России) // TADVISER : сайт. URL: <https://goo.su/ROPhHK>. Дата публикации: 18.04.2025.
3. Тренды в гостиничном бизнесе 2025 // Libra Hospitality : сайт. URL: <https://www.librahospitality.com/company/news/trendy-v-gostinichnom-biznese-2025/>. Дата публикации: 03.12.2024.

4. Финансовые показатели // Test firm: сайт. URL: <https://www.testfirm.ru/otrasli/55/> (дата обращения: 04.03.2025).

5. Jamais Cascio. The BANI Model // Futurist.com : сайт. URL: <https://futurist.com/futurist-think-tank/jamais-cascio-futurist-speaker/> (дата обращения: 04.03.2025).

6. Франшизы хостелов, гостиниц, отелей // TopFranchise : сайт. URL: <https://topfranchise.ru/catalog/franshiza-gostinichnogo-biznesa/filter-period-asc/> (дата обращения: 04.03.2025).

References

1. Analysis of the Russian hotel services market in 2023. Sostav: site. (In Russ.). Available from: <https://www.sostav.ru/blogs/247016/47309/>. Publication date: June 10, 2024.

2. Hotel services (Russian market). TADVISER: site. (In Russ.). Available from: <https://goo.su/ROPhHK>. Publication date: April 18, 2025.

3. Trends in the hotel business 2025. Libra Hospitality: site. (In Russ.). Available from: <https://www.librahospitality.com/company/news/trendy-v-gostinichnom-biznese-2025/>. Publication date: December 3, 2024.

4. Financial indicators. Test firm: site. (In Russ.). Available from: <https://www.testfirm.ru/otrasli/55/> (date of access: March 4, 2025).

5. Jamais Cascio. The BANI Model. Futurist.com: site. Available from: <https://futurist.com/futurist-think-tank/jamais-cascio-futurist-speaker/> (date of access: March 4, 2025).

6. Franchises of hostels, hotels, hotels. TopFranchise: site. (In Russ.). Available from: <https://topfranchise.ru/catalog/franshiza-gostinichnogo-biznesa/filter-period-asc/> (date of access: March 4, 2025).

Информация об авторах

А. М. Ларин — специалист;

О. П. Ромашкина — старший преподаватель кафедры гостиничного дела и международного бизнеса.

Information about the author

A. M. Larin — specialist;

O. P. Romashkina — senior lecturer of the Department of Hotel Business and International Business.

Статья поступила в редакцию 28.04.2025; одобрена после рецензирования 21.05.2025; принята к публикации 23.06.2025.

The article was submitted 28.04.2025; approved after reviewing 21.05.2025; accepted for publication 23.06.2025.