

УДК 338.4

ИВЕНТ-МЕРОПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

В.А. Жуков, М.А. Жукова, Е.А. Фролова

Государственный университет управления, Москва, email: va_zhukov@guu.ru, ma_zhukova@guu.ru, ea_frolova@guu.ru

Аннотация. В статье рассматривается ивент-индустрия как инструмент для повышения конкурентоспособности гостиничного предприятия. Рассматривается динамика развития индустрии гостеприимства за текущий период, проблемы с которыми она сталкивается в текущих реалиях и перспективы. Также рассматриваются тенденции в развитии ивент-индустрии и ее возможности для развития средств размещения. Также в статье приводится обоснование эффективности применения инструментов ивент-сервиса на базе средств размещения: наличие необходимой инфраструктуры, оборудования, обученного персонала, что дает возможность гостиничным предприятиям проводить мероприятия любого уровня сложности на достаточно высоком уровне. В настоящее время индустрия гостеприимства сталкивается с большим количеством проблем: от изменения потребительских предпочтений, до изменения технических требований к размещению и организации проживания. При этом гостиничный комплекс является достаточно гибким, что дает возможность его эффективного использования не только в качестве средства размещения.

Ключевые слова: ивент-сервис, индустрия гостеприимства, тенденции развития индустрии гостеприимства, конкурентоспособность, дополнительные услуги.

EVENT-MEETINGS AS A FACTOR IN INCREASING THE COMPETITIVENESS OF HOSPITALITY INDUSTRY

V.A. Zhukov, M.A. Zhukova, E.A. Frolova

State University of Management, Moscow, email: va_zhukov@guu.ru, ma_zhukova@guu.ru, ea_frolova@guu.ru

Abstract. The article examines the event industry as a tool for increasing the competitiveness of a hotel enterprise. It examines the dynamics of the hospitality industry's development over the current period, the challenges it faces in the current realities, and its prospects. The article also examines the trends in the development of the event industry and its potential for the development of accommodation facilities. The article also provides a rationale for the effectiveness of using event service tools based on accommodation facilities, including the availability of necessary infrastructure, equipment, and trained personnel, which allows hotel enterprises to host events of any complexity at a high level. Currently, the hospitality industry is facing a number of challenges, from changes in consumer preferences to changes in technical requirements for accommodation and guest services. However, the hotel complex is flexible enough to be used effectively.

Keywords: event service, hospitality industry, hospitality industry development trends, competitiveness, additional services.

Дата поступления статьи в редакцию: 13.11.2025

Дата принятия статьи в печать: 11.12.2025

Введение

В настоящее время конкурентоспособность любого средства размещения сильно зависит не только от качества оказываемых услуг, узнаваемости и ценовых факторов, но также от количества и разнообразия дополнительных услуг, которые могут предоставляться гостям. Со временем потребительские предпочтения претерпевают значительные изменения: от необходимости снижения контактной работы, до максимальной персонификации предоставляемых услуг, от работы непосредственно с сотрудниками средств размещения до принятия решений о заселении на основе работы с различными агрегаторами. Но, несмотря на то, что любые изменения, а также поддержание уровня сервиса требует больших затрат гостиничные предприятия стараются предусматривать их в своем бюджете и не получить обратный эффект, связанный с резким снижением количества ночевков, а соответственно к снижению прибыли.

Цель исследования

Цель исследования — показать, что организация мероприятий на базе средств размещения дает возможность гостиничному комплексу эффективно влиять на конкурентоспособность, финансовую устойчивость, а также позитивно сказываться на имидже и узнаваемости бренда.

Результаты исследования

Классификация средств размещения достаточно обширна и может опираться на различные классификационные признаки, к которым относятся следующие:

Ценовой сегмент и уровень предоставляемых услуг:

- стандартные средства размещения и уровень сервиса, имеющие невысокий ценовой сегмент, такие средства размещения могут относиться к средствам размещения эконом-класса;
- средства размещения, имеющие комфортные номера и при это предлагающие общепринятый, стандартный набор услуг, к которым могут относиться питание, фитнес-центр и пр.;
- средства размещения с ориентацией на бизнес-путешественников, которые предполагают наличие дополнительных услуг в виде конференц-зала и др.;
- средства размещения уровня люкс, предполагающие персонализированный сервис и размещение самого высокого класса.

Продолжительность пребывания гостя:

- средства размещения для краткосрочного пребывания (не предполагающие широкого выбора дополнительных услуг);
- средства размещения длительного пребывания (например, апарт-отели).

Расположение гостиницы:

- городские отели: Расположены в центре города или вблизи деловых районов, предлагают удобный доступ к бизнес— и развлекательным объектам.
- курортные отели: Расположены в туристических курортных зонах, обычно на берегу моря или в горах, и предлагают разнообразные развлекательные и спортивные возможности;
- аэропортовые отели: Расположены рядом с аэропортами и предлагают удобное проживание для путешественников с целью удобства и близости к транспортной инфраструктуре;
- бутик-отели: Маленькие, уникальные отели, обычно с особым дизайном.

Существуют категории гостей, к обслуживанию которых отели подходят с большим вниманием. Так, по той или иной причине, попадая в категорию VIP, гость может испытать на себе следующие особенности обслуживания:

- Личный прием: VIP-гостям оказывается особая забота и внимание уже с момента их прибытия в гостиницу. Они могут быть встречены представителями гостиницы прямо на входе или на парковке, их багаж может быть доставлен в номер без их участия, а сам процесс регистрации может быть более быстрым и простым;

- Конфиденциальность и безопасность: VIP-гостям предоставляется повышенный уровень конфиденциальности и безопасности. Гостиницы могут принимать меры для защиты личной информации гостей и обеспечения их безопасности, например, предоставлять дополнительную охрану или использовать специальные системы безопасности;

- Индивидуальное обслуживание: Обслуживание VIP-гостей строится вокруг их индивидуальных предпочтений и потребностей.

- Персонализация услуг: предварительный анализ предпочтений гостя с последующей реализацией без дополнительного запроса;

- Широкий спектр дополнительных услуг, например, круглосуточное обслуживание в номере, личный повар и пр.;

- Эксклюзивные пространства: Гостиницы могут предоставлять VIP-гостям доступ к эксклюзивным зонам, таким как приватные лаунджи, клубные комнаты или VIP-салоны. В этих пространствах гости могут отдохнуть, провести встречи или насладиться привилегированным обслуживанием и отдельными удобствами;

- Предварительное планирование и организация: Гостиницы могут предлагать VIP-гостям помощь в предварительном планировании и организации их пребывания. Это может включать бронирование ресторанов, театральных билетов, экскурсий, услуг.

Очевидно, что услуги, предоставляемые гостиницами, многообразны и подвергаются классификации по различным критериям. Также, большая часть из них обязательна для большинства средств размещения [2].

При оценке возможностей развития индустрии гостеприимства с помощью ивент-индустрии стоит обратиться к методам оценки статистических данных по анализу динамики операционных показателей, а также дидактическим методам, позволяющим сделать выводы на основании представленных данных.

Результаты и их обсуждение

Поток туристов из-за рубежа существенно сократился в связи со сложной политической ситуацией. Первостепенно последствия текущей международной обстановки коснулись тех средств размещения, где преимущественно останавливались гости из других стран. Разительные изменения в показателях спроса на номера в подобных гостиницах коснулись и делового туризма, охватывавшего бизнес-отели и столичные гостиницы, специализирующиеся на размещении больших групп, и так называемый рекреационный сектор средств размещения. Многие отели 5 звёзд заявили о рекордно низких показателях загрузки: в среднем по стране они упали в 2–3 раза [3].

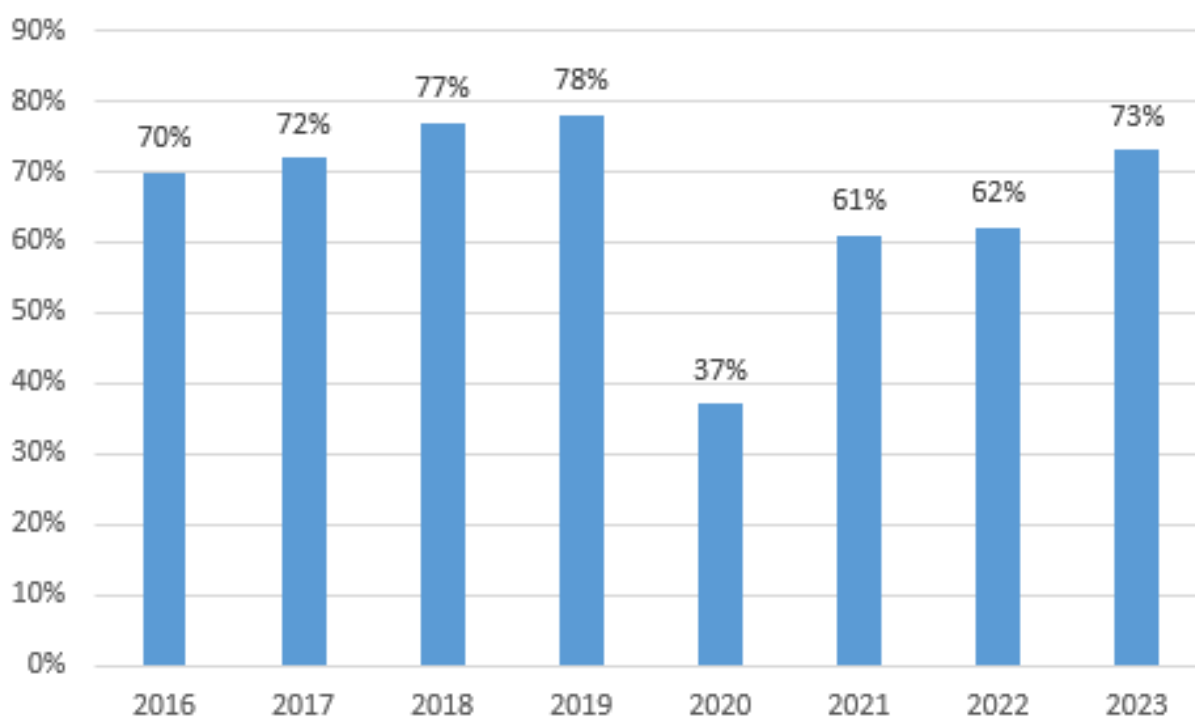


Рис. 1. Динамика уровня загрузки гостиниц Москвы за период 2016-2023 гг.

На конец 2022 года спрос на услуги размещения постепенно стал повышаться, но невозможно однозначно утверждать, что ситуация нивелируется, так как гостиницы разных сегментов сталкиваются с разной обстановкой в отрасли. К примеру, отели с категорией 3 звезды закончили год возвращением показателей загрузки на прежний уровень. Представители руководства туристской индустрии таких регионов как Московская область и непосредственно Москва заявляет о 73% загрузки отелей в целом, в то время как Республика Дагестан и вовсе предоставляет данные о небывалых 90%. Но тем не менее, гостиницы высокой звёздности и соответственно высокого ценового сегмента всё еще ожидают, пока ситуация на рынке выйдет на плато [1].

Однако подавляющее большинство экспертов уверены в том, что ситуация не так критична, как многие склонны думать. По их мнению, нынешние обстоятельства являются ничем иным как толчком к коренным преобразованиям во всей индустрии и кардинальной смене ее вектора развития. Рыночная экономика, в условиях которой существует сфера туризма, характеризуется определёнными экономическими процессами, в числе которых и стадия спада. Существенным преимуществом данной индустрии, несомненно, стала её способность к быстрым гибким изменениям и подстраиванию к новым условиям. Многие гостиницы поменяли свой профиль, какие-то переориентировались на новую аудиторию и ценовой сегмент клиентов. Также, тенденция к повсеместному введению в гостиницах динамического ценообразования делает процесс перестраивания почти мгновенным и крайне удобным [4].

Многие гостиничные предприятия, стремясь следовать современным стандартам сервиса, активно интегрируют различные инновации в повседневные процессы функционирования отеля. Инновации в гостиницах — это новшество, дающее возможность улучшить показатели эффективности процессов гостиницы.

Гостиничная индустрия в России регулярно получает инвестиции и прочие виды государственной поддержки. Одним из самых значимых примеров подобной помощи со стороны правительства страны стало обнуление ставки НДС, которым увенчалось второе полугодие 2022 года. Также, невозможно не упомянуть национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», в рамках которого гражданские инициативы получают заслуженные гранты на приобретение оборудования, строятся и развиваются природные объекты, пригодные для размещения кемпингов и глэмпингов, разрабатывается всевозможная инфраструктура, крайне необходимая для предоставления качественного сервиса. Ещё одной мерой, предпринимаемой в России для укрепления, становления и дальнейшего развития гостиничной индустрии и туризма в целом стала субсидированная процентная ставка на постройку и улучшение существующих гостиниц.

Средства размещения, расположенные в областях и пригородах крупных городов, стали пользоваться ощутимо большим спросом благодаря стремлению граждан провести отпуск или просто свободное время на природе в условиях, ограничивающих возможности активного посещения зарубежных курортов. Санкции, наложенные на страну и как следствие её граждан, существенно ограничили список мест, куда можно отправиться отдохнуть, и проложили тропу для многих новых направлений для путешествий внутри страны, ранее неактивно посещаемых туристами в силу существования более популярных и проверенных годами альтернатив [6].

Очередной тенденцией стало появление множества средств размещения с демократичными ценами на размещение, в том числе гостевых домов, хостелов и мини-отелей. Хостелы за последнюю декаду показали существенный рост в качестве обслуживания и на данный момент составляют значительную конкуренцию гостиницам.

Центральным направлением деятельности всех связанных со сферой гостеприимства и туризма департаментов в настоящий момент является продвижение развития внутренних направлений для путешествий, разработка маршрутов, воссоздание и строительство всей необходимой для комфортного отдыха инфраструктуры, а также вовлечение всё большего количества граждан в трудоустройство в индустрии туризма и сопутствующих ему областях.

Стремительно меняется и рынок бронирования. 2024 год ознаменовался колоссальной амплитудой в показателях прямых и посреднических продаж: первые составили рекордные 52%. После резкого ухода в марте 2022 года бессменного долгие годы лидера и гиганта в сфере бронирования в лице сервиса Booking, отрасль нуждалась в быстром поиске замены. Помимо того, что сервис исключил возможность бронировать отели и иные средства размещения в России, данная функция была заблокирована и для иностранных граждан: теперь на платформе не отображаются гостиницы, расположенные в Российской Федерации. Ограничения были наложены и на дружественную России Республику Беларусь. Подобно многим зарубежным компаниям, сервис «Booking» полностью ушел сразу из двух данных стран. В ближайшее время индустрии стоит ожидать появления большого количества OTA (Online Travel Agency), а также внедрения качественно новых методов бронирования, к примеру, через специальные боты в мессенджерах или иных социальных сетях. Но уже сейчас в индустрии существуют платформы-аналоги в лице сервисов краткосрочной и долгосрочной аренды средств размещения «Яндекс. Путешествия», «Островок», «Суточно.ру» и другие.

Гостиничный бизнес в России прошел значительные изменения за последние декады. В настоящее время доля России в мировой индустрии гостеприимства составляет всего 1%. Однако можно наблюдать тенденцию к увеличению конкурентоспособности гостиниц путем их укрупнения, увеличения числа номеров и вместимости. В результате банкротства и репрофилирования менее рентабельных гостиниц общее количество гостиниц сокращается.

Несмотря на сложности при формировании рыночных отношений в России в последние годы, было открыто значительное количество отелей. Новые предприятия создаются, однако некоторые из них вынуждены выйти из бизнеса из-за конкуренции. Конкуренция стимулирует улучшение работы гостиницы.

Так как рынок индустрии гостеприимства продолжает быть достаточно высококонкурентным, особенно для средств размещения высокой звездности, одним из факторов, который поможет положительно сказаться на финансовой устойчивости и узнаваемости отеля является проведение ивент-мероприятий.

Ивент-индустрия, как и многие другие отрасли, адаптируется к новым условиям и демонстрирует свою гибкость. В 2020-2021 году этот сектор столкнулся с серьезными вызовами из-за пандемии коронавируса, что привело к переходу большинства мероприятий в онлайн формат. С одной стороны, это ограничило возможности для личного общения, но с другой стороны, открыло новые перспективы.

В настоящее время в сфере ивентов наблюдаются следующие тенденции:

1. Организация гибридных мероприятий

Благодаря доступу к интернету у каждого человека появилась возможность принимать участие в интересных конференциях и мероприятиях, не покидая дома, а лишь перейдя по ссылке. Поэтому люди, которые в силу обстоятельств не могут присутствовать лично на мероприятии, рассматривают возможности онлайн-участия.

2. Тенденции в стиле и дизайне

В сфере организации мероприятий наблюдается увеличение интереса к экспериментам и новым идеям.

Кроме того, активное участие гостей на мероприятии становится все более важным для организаторов, поскольку это позволяет больше вовлечь аудиторию и предоставить им возможность отдохнуть.

3. Ориентация на цифровые впечатления

Сейчас организаторы сосредотачиваются не столько на контенте, сколько на том, какие эмоции и впечатления гости получают от мероприятия. В настоящее время информационные технологии дают все больше возможностей произвести впечатление на гостя, сделать мероприятие как удобным с точки зрения проведения, так и запоминающимся.

Именно ивент-индустрия может легко вписаться в индустрию гостеприимства и продемонстрировать эффективное партнерство. Это может быть обусловлено следующими факторами:

- инфраструктурные ресурсы отеля дают возможность провести мероприятие без поиска дополнительных подрядчиков, т.к. обладает и необходимой локацией, и навыком организации питания, необходимым оборудованием и пр., что дает возможность рассматривать комплексный и более управляемый процесс организации;

- гостиничные предприятия могут быть ориентированы не только на проведение бизнес-мероприятий, но также культурные и корпоративные программы, что влияет на расширение круга потенциальных клиентов;

- наличие высококвалифицированных специалистов, знающих все принципы организации качественного сервиса, позволяет проводить любые мероприятия даже самого высокого уровня. Многие гостиничные сети для этой цели разрабатывают и внедряют дополнительные образовательные программы для сотрудников, что позволяет сотрудникам получать самые передовые знания, в том числе по современным и передовым технологиям обслуживания;

- многие гостиничные предприятия обладают возможностями для применения современных мультимедийных решений, позволяют решить проблемы зонирования, а также необходимой акустики для проведения мероприятий, в том числе гибридных.

- возможность адаптации пространства под запросы конкретного заказчика: от проведения более камерных и персонифицированных мероприятий, до корпоративных, требующих удобного пакетного подхода.

Выводы

В настоящее время ивент-индустрия показывает стабильный рост. Ее интеграция с индустрией гостеприимства возможна в нескольких вариантах:

- предоставление площадки для проведения мероприятия, что может быть использовано небольшими гостиницами, ориентированными на бизнес-туристов;

- проведение любого мероприятия «под ключ» с использованием всех ресурсов отеля.

Проведение мероприятий на базе средств размещения может способствовать не только заполняемости отеля (при условии проведения мероприятий для гостей из других городов или мероприятий, рассчитанных на несколько дней: конференции, форумы и др.), но также использование дополнительных услуг: аренда транспортных средств, кейтеринг, аренда оборудования.

Согласно данным STR Global, средства размещения, применяющие стратегии кооперации с ивент-сервисом, демонстрируют рост доходности на 15–20 %, а также позитивное влияние на маркетинговые показатели: формирование положительного имиджа и увеличение узнаваемости бренда, что является важным аспектом в условиях ребрендинга.

Мировая практика демонстрирует успешные примеры интеграции событийного сервиса в стратегию гостиничных сетей. Four Seasons, Ritz-Carlton и Hyatt внедряют технологии для персонализации мероприятий, предлагают гибридные форматы с возможностью удаленного участия и создают уникальные пространства, адаптированные под запросы клиентов.

Таким образом, использование ивент-сервиса как фактора повышения конкурентоспособности гостиничного предприятия является эффективным инструментом, положительно влияющим как на финансовую устойчивость предприятия, так и на реализацию маркетинговых стратегий.

Литература

1. Дусенко С.В., Авилова Н.Л. Формирование системы ивент-менеджмента на туристском предприятии // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2023. № 3. С. 45-49. DOI: 10.17513/vaael.2738 EDN: JXRLAI.
2. Злобина И.С., Тимина А.В. Конференц-пакет как пример комплексной организации мероприятия вне офиса // Современное состояние инфосферы учреждений культуры: Материалы V Международного студенческого научно-практического форума, посвященного 50-летию Орловского государственного института культуры, Орел-Минск, 24 марта 2022 года / Науч. редакторы и сост. Д.Н. Грибков, Н.Е. Беляева, редколлегия: Т.Н. Сомова, Н.А. Бекетова, Е.Э. Политевич, О.А. Барма. Орел: Орловский государственный институт культуры, 2022. С. 117-119.
3. Любарская М.А., Кандеев К.О. Повышение эффективности сферы ивент-менеджмента на основе методов поддержки принятия управленческих решений // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2020. № 1(49). С. 148-155. EDN: WEEKGL.
4. Назарова А.Д. Менеджмент в креативной экономике: креативный менеджмент, арт-менеджмент, ивент-менеджмент // Креативные стратегии и креативные индустрии в экономическом, социальном и культурном пространствах региона: материалы Третьей региональной научно-практической конференции, Иркутск, 19 мая 2021 года. Иркутск: Репроцентр А1, 2021. С. 282-287. EDN: SRXQTZ.
5. Зафаров М.И., Карипов Р.М., Рахимов А.И. и др. Особенности организации деятельности ивент-агентств в ивент-менеджменте // Казанский экономический вестник. 2021. № 3(53). С. 67-73. EDN: GMHDYY.
6. Панина Е.Е. Возможности развития MICE-туризма в России // Наука и образование: новое время. 2018. № 4(27). С. 49-53. EDN: XYMIGT.
7. Рыжикова А.С., Нефёлов А.Н. Современные методы анализа электронных ресурсов гостиничных предприятий // Российские регионы: взгляд в будущее. 2019. № 1.
8. Стихина Д.А. Ивент-сервис: новый тренд в индустрии гостеприимства // Молодой ученый. 2025. № 22. EDN: YWHCQC.

