

Ларионов В.А.
аспирант кафедры «Экономическая теория» Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)
E-mail: vlarionov77@gmail.com

**АДАПТАЦИЯ
ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ
КОРПОРАЦИЙ ГОСТИНИЧНОГО
БИЗНЕСА К ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫМ
УСЛОВИЯМ СТРАНЫ ПРЕБЫВАНИЯ**

В работе обобщаются теоретические подходы к анализу уровня адаптивности транснациональных корпораций гостиничного бизнеса к институциональным условиям страны пребывания в условиях транснационализации мирового гостиничного бизнеса.

Автором предложена система критериев оценки степени адаптивности транснациональных корпораций гостиничного бизнеса к институциональным условиям страны пребывания. В результате сформирована система инструментов количественной оценки определенных критериев. В статье исследованы изменения как формальных, так и неформальных институтов международного гостиничного бизнеса.

Ключевые слова: транснациональные корпорации гостиничного бизнеса, мировой гостиничный бизнес, транснационализация гостиничного бизнеса, глобализация.

Larionov V.A.

**ADAPTATION OF MULTINATIONAL
CORPORATIONS OF HOTEL BUSINESS
TO INSTITUTIONAL CONDITIONS OF
THE RESIDENCE COUNTRY**

In article we investigate theoretical approaches to the analysis of level of adaptability of multinational corporations of hotel business to institutional conditions of the residence country in the conditions of world hotel business's transnationalization.

The author has offered the system of criteria of an assessment of degree of adaptability of multinational corporations of hotel

business to institutional conditions of the country of residence. The system of tools of a quantitative assessment of certain criteria is as a result created. In article changes of both formal, and informal institutes of the international hotel business are investigated.

Keywords: multinational corporations of hotel business, world hotel business, transnationalization of hotel business, globalization

Процесс транснационализации, проявляющийся в нарастание доли трансграничного движения капиталов, труда, технологий, информации в общем объеме их миграции, выступает современным трендом развития мировой экономики. Ростом масштабов и темпов процесса транснационализации определяет повышение роли транснациональных корпораций (ТНК), международных (межнациональных) компаний и их альянсов. Эти компании и их объединения оказывают трансграничное влияние и определяют тренды как мировой экономики в целом, так и отдельных сегментов национальных рынков. По данным экспертов доля транснациональных корпораций гостиничного бизнеса на мировом рынке услуг по количеству номеров составляет около 40%, международный капитал составлял 30% в структуре глобальных инвестиций в мировой рынок гостиничных услуг.

По данным Всемирной туристской организации (ЮНВТО, UNWTO) международный туризм как статья экспорта занимает пятое место в мире после нефти, на него приходится 29% мирового экспорта услуг и 6% экспорта товаров. Значение мирового гостиничного бизнеса также растет значительными темпами и характеризуется нарастаем темпов транснационализации.

Влияние последствий глобализации на развитие национальной экономики проявляется в ее институциональных преобразованиях, в том числе и в форме принятия системой институциональных инноваций. Транснационализация мирового гостиничного бизнеса активизирует инновационные процессы на уровне национальных

экономик. Это проявляется в развитии неформальных институтов регулирования – объединений участников гостиничного бизнеса. Деятельность таких неформальных объединений включает в себя, в том числе и разработку кодексов и правил поведения, этики, стандартов обслуживания и т.п.

В процессе вхождения транснациональной компании гостиничного бизнеса на национальный рынок происходит развитие встречного движения: с одной стороны сами транснациональные корпорации (ТНК) адаптируются к существующей институциональной среде, с другой – национальные регуляторы формируют адаптивную среду для развития рынка и привлечения инвестиций.

В настоящем исследовании мы сосредоточимся на том, каким образом вхождение на национальный рынок глобальных гостиничных ТНК влияет на изменение как формальных, так и неформальных институтов национального гостиничного бизнеса. По нашему мнению изменение формальных и неформальных институтов национального рынка может свидетельствовать о том, каковы последствия вхождения ТНК, насколько гибка и адаптируема институциональная структура рынка к принятию инноваций, вызванных появлением глобальных участников.

В соответствии с международными стандартами инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам [3].

Транснациональные корпорации гостиничного бизнеса в рамках нашего исследования мы будем рассматривать как адаптирующиеся субъекты к процессу входа на национальный рынок. Основной задачей данной части исследования является следующее:

– понять на сколько национальные рынки готовы к влиянию процесса транс-

национализации и вхождению на рынок транснациональных корпораций гостиничного бизнеса;

– какие факторы определяют степень адаптации транснациональных корпораций гостиничного бизнеса;

– как оценить уровень адаптивности транснациональных корпораций гостиничного бизнеса.

Учитывая все вышесказанное, под адаптивностью транснациональных корпораций гостиничного бизнеса к институциональным условиям страны пребывания мы будем понимать степень готовности к принятию субъектом инновационного института. Результатом адаптации транснациональных корпораций является определение механизмов принятия инноваций и устранения негативных последствий введения этих нововведений с учетом влияния процесса глобализации.

В последние десятилетия вопросы изучения воздействия ТНК гостиничного бизнеса на национальные экономики являются предметом исследования многих ведущих ученых. Наиболее часто исследуются воздействия на экономику принимающей страны. В отношении транснационализации гостиничного бизнеса принимающие страны, как правило, либо не располагают ресурсами для самостоятельного развития данного сектора экономики, либо в стране вообще отсутствует гостиничный бизнес. Многие развивающиеся страны, стимулируя потоки инвестиций в гостиничный бизнес, предлагают налоговые льготы и смягчают порядок импорта необходимого для отрасли оборудования.

Последствиями такого активного проникновения глобальных гостиничных сетей является наличие внешнего контроля над деятельностью компаний. В качестве риска необходимо отметить высокую вероятность создания международными компаниями монополий, которые будут ограничивать вхождение на рынок конкурентов, что может негативно отразиться на интересах принимающей страны. С другой стороны активная позиция международной компании может оказывать воздействие на

правительство в части активизации процессов развития инфраструктуры.

Вхождение на национальные рынки ТНК происходит как в форме создания новых гостиниц, так и поглощения и объединения с национальными участниками рынка. «Тенденция слияний и поглощений может быть объяснена стремлением гостиничных цепей консолидировать или сохранить свой глобальный рынок и пользоваться преимуществами единого руководства [4]». Такой подход позволяет расширить географическое присутствие ТНК гостиничного бизнеса, эффективно использовать новые технологии и инновационные системы управления.

Национальные участники гостиничного бизнеса осознают для себя преимущества принятия выработанных в международной практике стандартов менеджмента, маркетинга при вхождении в глобальную сеть. Однако при этом локальный отель теряет возможность независимой работы и те преимущества, которыми он обладал.

Основной тенденцией распространения влияния ТНК в мировом гостиничном бизнесе по оценкам экспертов ВТО сохранится. Ведущее место в мире среди гостиничных сетей по развитию рынка франчайзинга принадлежит американским ТНК. Наиболее активное влияние на консолидацию в гостиничном секторе США оказывают инвестиционные фонды недвижимости (REIT) и специализированные управляющие компании в сочетании с их эффективным взаимодействием с гостиничными ТНК. Европейские ТНК повторяют данную тенденцию развития, но с меньшей интенсивностью.

Гостиничные ТНК в условиях адаптации к институциональной среде страны пребывания активно влияют на формирование цен. Это позволяет применять ТНК механизмы налогового администрирования, за счет искусственного завышения цен на импортируемые то-

вары и услуги. При этом, основной задачей страны пребывания ТНК является сохранение доходов на территории государства, однако ТНК используют приведенный выше механизм для вывода капиталов и снижения налогового бремени.

Особенностью деятельности ТНК является ориентация на потребителей из страны происхождения. «Например, крупные гостиничные компании США стали выходить за национальные границы, создавать цепи предприятий и распространять американские стандарты гостеприимства вслед за расширением выездных туристских потоков и жалобами американцев на обслуживание за рубежом, которое не соответствовало сложившимся у них представлениям и ожиданиям. Сегодня разбросанные по миру отели, объединенные в американские гостиничные цепи типа Sheraton, Marriott или Hilton, в расчете на вкусы соотечественников импортируют из США пиво и сигареты. Зарубежные филиалы японских ТНК в ресторанном хозяйстве ввозят из Японии продукты питания и мебель» [1].

Рост импорта товаров и услуг со стороны ТНК обусловлен необходимостью соблюдения внутрикорпоративных стандартов. Эти стандарты обуславливают необходимость привлечения зарубежных высококвалифицированных специалистов. При этом со стороны принимающей страны привлекаются, как правило, низкоквалифицированные и малооплачиваемые работники, активно используются сельскохозяйственные продукты. Это в незначительной сфере, но увеличивает ВВП принимающей страны.

Проанализировав все аспекты влияния вхождения ТНК гостиничного бизнеса на национальный рынок и в целях выработки методологических подходов к оценке адаптации ТНК к условиям вхождения на национальный рынок гостиничных услуг, нами выделены следующие факторы, систематизированные в таблице 1.

Таблица 1 – Факторы, влияющие на уровень адаптивности ТНК гостиничного бизнеса к институциональным условиям страны пребывания

Выявленный фактор влияния	Необходимые меры, предпринимаемые регулятором принимающей страны для повышения уровня адаптивности
Противоречивый характер влияния вхождения ТНК на развитие национального гостиничного бизнеса	<ul style="list-style-type: none"> – Разработка мер антимонопольного регулирования деятельности гостиничных операторов; – Создание инвестиционной привлекательности для активной заинтересованности глобальной сети к вхождению на рынок.
Несовпадение внутрикорпоративных стандартов деятельности, определенных ТНК, и стандартов, установленных в национальном регулятором принимающего государства	<ul style="list-style-type: none"> – Сближение национальных и международных стандартов деятельности; – Введение стимулирующих мер для национальных поставщиков, обслуживающих гостиничный бизнес.
Высокие требования к уровню квалификации персонала, определенные внутрикорпоративными стандартами ТНК	<ul style="list-style-type: none"> – Разработка мер по повышению уровня квалификации персонала на общестрановом уровне – стимулирование развития образовательных институтов; – Создание институциональных условий на общестрановом уровне по привлечению персонала необходимой квалификации из других стран.

Источник: составлено автором

Реализация мер, определенных в таблице 1, потребует усиления как национального, так и наднационального регулирования гостиничного бизнеса, разработки эффективных механизмов взаимодействия, создания эффективных институтов регулирования и развития.

Автор стоит на позиции, что важным индикаторами развитости национального

гостиничного бизнеса и степени адаптивности ТНК, входящих на рынок, является число негосударственных объединений участников гостиничного бизнеса, действующих в стране. В таблице 2 приведено распределение по регионам и странам национальных ассоциаций и объединений гостиничных операторов и предприятий сферы гостеприимства.

Таблица 2 – Распределение по странам национальных ассоциаций и объединений гостиничных операторов и предприятий сферы гостеприимства

Количество ассоциаций		Страны
Азия	14	Израиль (1), Индонезия (1), Индия (1), Иран (1), Китай (4), Кувейт (1), Мальдивский острова (1), Непал (2), ОАЭ (1), Сингапур (3), Южная Корея (1), Япония (1)
Африка	7	Египет (2), Марокко (2), Тунис (1), ЮАР (1), о. Маврикий (1)
Европа	37	Австрия (2), Бельгия (1), Болгария (1), Босния и Герцеговина (1), Великобритания (2), Венгрия (1), Германия (1), Греция (1), Дания (1), Испания (1), Латвия (1), Люксембург (1), Литва (1), Македония (2), Нидерланды (2), Португалия (1), Россия (2) , Сербия (1), Словакия (1), Турция (1), Финляндия (1), Франция (2), Хорватия (2), Черногория (2), Чехия (1), Швейцария (2), Швеция (1), Эстония (1)
Австралия	2	Австралия (1), Новая Зеландия (1)
Северная Америка	10	США (5), Канада (1), Мексика (4)
Центральная Америка и страны Карибского бассейна	23	Ангилья (2), Антигуа и Барбуда (1), Барбадос (1), Белиз (1), Виргинские о-ва (1), Гватемала (2), Гренада (1), Доминика (1), Доминиканская р-ка (1), Каймановы о-ва (1), Коста-Рика (4), Куба (2), Мартиника (1), Панама (2), Сент-Люсия (1), Ямайка (1)
Южная Америка	9	Аргентина (2), Бразилия (3), Венесуэла (1), Колумбия (1), Перу (2)

Источник: составлено автором по данным Международной ассоциации гостиниц и ресторанов (IH&RA)

С целью определения уровня адаптивности ТНК гостиничного бизнеса к институциональным условиям страны пребывания в исследовании предложена система критериев и инструментов их качественной и количественной оценки. В качестве инструментов оценки предлагается использовать показатели и отчеты международных организаций. Таблица 3 содержит

обобщенный и выборочный анализ основных критериев адаптивности транснациональных корпораций гостиничного бизнеса к институциональным условиям страны пребывания: они определяют стандарты и практику, которым предполагается соответствовать, и это соответствие должно поддаваться проверке.

Таблица 3 – Критерии и инструменты оценки степени адаптивности транснациональных корпораций гостиничного бизнеса к институциональным условиям страны пребывания

	Критерии оценки	Инструменты оценки
Прозрачность деятельности и развития гостиничного бизнеса	<ul style="list-style-type: none"> – система статистических показателей по туризму, обеспечивающая комплексную характеристику развития туризма и его вклад в экономику страны; – статистические наблюдения за внутренними туристскими потоками; – отражение динамики и объемов туристских потоков; – наличие и/или стадия формирования национальной системы статистики государства. 	В отношении оценки прозрачности используются данные Национальных систем статистики туризма, формирующиеся в рамках реализации Программы Всемирной туристской организации (ЮНВТО) ¹
Степень освоения рынка ТНК гостиничного бизнеса	<ul style="list-style-type: none"> – наличие на рынке ТНК; – преобладающие формы интеграции с национальными гостиничными операторами иностранных ТНК. 	Коэффициент концентрации иностранных гостиниц ²
Степень концентрации гостиничного бизнеса и централизации капитала	<ul style="list-style-type: none"> – наличие национальных гостиничных сетей; – преобладающие формы интеграции с национальными гостиничными операторами. 	Результаты анализа национальных регуляторов Количество национальных гостиничных сетей, входящий в международные рейтинги
Комплементарность международных и национальных стандартов	<ul style="list-style-type: none"> – адаптация национальных стандартов оценки качества работы и классификации гостиниц к международным стандартам 	Сопоставимость схем классификаций гостиниц и инвентаризаций (Всемирная торговая организация (ВТО) и Международная ассоциация гостиниц и ресторанов (IH&RA) ³
Зрелость развития системы регулирования национального гостиничного бизнеса	<ul style="list-style-type: none"> – прозрачные и не допускающие коррупции процессы саморегулирования – наличие саморегулирующих организаций участников рынка; – наличие стандартов и кодексов этики и контроля качества. 	Наличие в стране государственных институтов регулирования и контроля соблюдения законодательства в сфере гостиничного бизнеса Наличие в стране негосударственных саморегулирующих организаций

Источник: составлено автором

¹ Например, Документальное подтверждение данных Национальной системы статистики туризма (СНГ и Грузии) за 2011-2013 г.г. Электронный ресурс. Дата доступа 27.08.2014г. <http://dtx4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/dnstscisgeorgiavolapart1.pdf>

² Рассчитывается по формуле $KK=(N1/N) \times (Ч1/Ч)$, где KK - коэффициент концентрации; $N1$ – количество номеров, принадлежащих иностранным компаниям; N – общее количество номеров; $Ч1$ – численность населения на анализируемой территории; $Ч$ – общая численность населения, в которой выделена доля анализируемой территории.

³ Например, IH&RA/WTO Report on Hotel Classification. Доступен на электронном ресурсе <http://ru.scribd.com/doc/91534150/IH-RA-Hotel-Classification-Study>

Рассматривая подробно каждый из критериев оценки уровня адаптивности, необходимо иметь в виду еще одну особенность развития мирового гостиничного бизнеса: отсутствие ярко выраженных признаков модели его построения на национальном уровне. В своих исследованиях современные ученые приходят к выводу о присутствии черт всех, выделяемых ранее моделей: американской, азиатской, европейской, восточно-европейской. В проводимых исследованиях отмечается, что значительная часть отелей Хорватии, Греции, Кубы, Доминиканской республики применяют систему «все включено», в отличие от того, что ранее данная особенность была присуща отелям азиатских стран [2].

Подобный факт свидетельствует об общем росте степени адаптивности транснациональных корпораций гостиничного бизнеса к институциональным условиям страны пребывания и активной интеграции национальных рынков в мировой гостиничный бизнес.

При этом основным сдерживающим фактом адаптации на национальном уровне, можно считать несовершенство и неоднородность законодательства в области регулирования гостиничного бизнеса. Данный факт подтвержден исследованиями, проводимыми Всемирной торговой организацией (ВТО) и Международной ассоциацией гостиниц и ресторанов (IH&RA) [11].

Интеграция национальных рынков в мировой гостиничный бизнес и активная его транснационализация приводит к повышению уровня комплементарности национальных и международных стандартов.

В своих исследованиях В.Н. Шемракова отмечает, что «...большинство из того, что сейчас считается «стандартом в производстве (гостиничного продукта. – В.Ш.)», либо имело свое начало, либо получило поддержку в гостиничных цепях» [10]. В своей деятельности ТНК формируют более благоприятную и прозрачную для их деятельности институциональную среду, оказывают влияние на изменение как формальных, так и неформальных правил работы на национальном рынке.

Особенностью вхождения ТНК на национальный рынок является внедрение внутрикорпоративных стандартов управления сети. Как правило, гостиничные сети применяют единые внутрикорпоративные нормативы и параметры оснащения помещений, технологию и стандарты обслуживания. Их обеспечение требует создания сильных снабженческих организаций, а также структур, выполняющих производство и ремонт оборудования. Позволить себе развитие столь сильной инфраструктуры также могут только большие гостиничные объединения. В связи со сложностью и высокой капиталоемкостью расширения гостиничного бизнеса за пределы национальных границ этот процесс могут осуществлять только крупные гостиничные сети – ТНК.

В связи с тем, что нет единого подхода к формированию стандартов обслуживания и деятельности гостиниц по всему миру адаптация внутрикорпоративных стандартов глобальных сетей и национальных стандартов, определенных государством или саморегулируемым институтом осложнена. Необходимо иметь в виду, что подходы к формированию национальных стандартов отличны.

Как правило, определение категории гостиниц производится по их собственной инициативе. Однако, в ряде стран в зависимости от категории отеля определяется ставка налога. В таких странах определение категории является закрепленной на государственном уровне обязанностью. Система налогообложения, учитывающая категорию отелей применяется в Словении, Болгарии, Италии, Австралии и др.

В настоящее время российский потребитель гостиничных услуг не знаком со стандартами различных гостиничных сетей. Однако активное вхождение глобальных игроков на национальный рынок приведет в среднесрочной перспективе к повышению требований со стороны потребителей.

Подводя итоги проведенного исследования можно сформировать следующие достигнутые результаты. В процессе оцен-

ки степени адаптивности транснациональных корпораций гостиничного бизнеса к институциональным условиям страны пребывания предложена система критериев. В результате сформирована система инструментов количественной оценки определенных критериев, включающая показатели и отчеты международных организаций, а также на научной основе оценить изменения как формальных, так и неформальных институтов гостиничного бизнеса.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Александрова А.Ю. Международ- ный туризм. Учебник. – М.: Аспект Пресс, 2002- С.432.
2. Бровко С.Б. Глобализация как тренд развития гостиничного бизнеса на национальном и региональном уровне // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса, 2013. №2(23), С.172.
3. Грибов В., Грузинов В. Понятие инноваций. Центр креативных технологий. Электронный ресурс <http://www.inventech.ru/lib/predpr/predpr0052/> Дата обращения 19.08.2014г.
4. Дрогучевская Л.Е. Формирование стратегических альянсов в гостиничном бизнесе. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Электронный ресурс – <http://www.dissertation.ru/Diss2006/18-1.htm> Дата обращения 11.09.2014г.
5. Ефременко И.Н., Ларионов В.А. Транснационализация и развитие мирового рынка услуг и гостиничного бизнеса// Middle – East Journal of Scientific Research, 2014. 19 (2), pp. 177-183.
6. Ларионов В.А. Развитие российского гостиничного хозяйства в контексте транснационализации мирового рынка гостиничных услуг // Ученые записки Орловского государственного университета. 2013. №5(55).
7. Панасенкова Т.В. Факторы разви- тия внешнеэкономических связей макроре- гиона в условиях экономической региона- лизации на современном этапе // Между- народный научный журнал «Инновацион-

ная наука» ISSN2410-6070 1-2/2015 г. Уфа, с. 142-146.

8. Панасенкова Т.В., Вовченко Н.Г. Trends of Formation the Russia's Innovation Potential // World Applied Sciences Journal 27 (10): 1362-1366, 20.12.2013

9. Панасенкова Т.В., Филонич В.В. Национальные формы глобальных страте- гий: содержание, проявления, тенденции // Гуманитарные и социально-экономические науки, №4 (77) 2014 г.

10. Шемракова В.Н. Международные гостиничные сети: закономерности воз- никновения сетевой формы организации и базовые бизнес-модели // Вестник Санкт- Петербургского университета. Серия 8, Менеджмент. 2007. № 3. С. 84.

11. H&RA/WTO Report on Hotel Classification // <http://ru.scribd.com/doc/91534150/ИН-РА-Hotel-Classification-Study>

BIBLIOGRAPHIC LIST

1. Alexandrova A.Yu. International tourism. Textbook. – М.: Aspect Press, 2002 Pages 432.
2. Brovko S.B. Globalization as a trend of development of hotel business at national and regional level//Business. Education. Right. Bulletin of the Volgograd institute of business, 2013. No. 2(23), S.172.
3. Gribov V., Gruzinov B. Concept of innovations. Center of creative technologies. Electronic resource [http://www resource .inventech.ru/lib/predpr/predpr0052/](http://www.inventech.ru/lib/predpr/predpr0052/) Date of the address 19.08.2014g.
4. Droguhevskaya L.E. Formation of strategic alliances in hotel business. The thesis on competition of an academic degree of Candidate of Economic Sciences. An elec- tronic resource – [http://www.dissertation.ru/ Diss2006/18-1.htm](http://www.dissertation.ru/Diss2006/18-1.htm) Date of the address 11.09.2014g.
5. Efremenko I.N., Larionov V.A. Transnationalization and development of the world market of services and hotel busi- ness//Middle – East Journal of Scientific Re- search, 2014. 19 (2), pp. 177-183.
6. Larionov V.A. Development of the Russian hotel economy in the context of transnationalization of the world market of

hotel services//Scientific notes of the Oryol state university. 2013. No. 5(55).

7. Panasenkova T.V. Factors of development of foreign economic relations of the macroregion in the conditions of economic regionalization at the present stage//the International scientific magazine "Innovative Science" of ISSN2410-6070 1-2/2015 of Ufa, page 142-146.

8. Panasenkova T.V., Vovchenko N. G. Trends of Formation the Russia's Innovation Potential//World Applied Sciences Journal 27 (10): 1362-1366, 20.12.2013 ISSN 1818-4952

9. Panasenkova T.V., Filonich V. V. National forms of global strategy: contents,

manifestations, tendencies//Humanitarian and social and economic sciences, No. 4 (77) of 2014.

10. Shemrakova V. N. International hotel networks: regularities of emergence of a network form of the organization and basic business models//Bulletin of the St. Petersburg university. Series 8, Management. 2007. No. 3. Page 84.

11. H&RA/WTO Report on Hotel Classification//<http://ru.scribd.com/doc/91534150/IH-RA-Hotel-Classification-Study>