

Бокарева Елена Владимировна

канд. экон. наук, доцент, доцент

Силаева Анна Александровна

канд. экон. наук, доцент, доцент

Дуборкина Ирина Альбертовна

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Российский государственный

университет туризма и сервиса»

г. Москва

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Аннотация: в Российской Федерации состояние гостиничного фонда является одним из основных факторов, сдерживающих развитие туристской отрасли. Кроме того, на туристском рынке протекают процессы концентрации и интеграции, оказывающие самое непосредственное влияние на гостиничный бизнес. В статье проведен анализ существующих проблем в гостиничном бизнесе и определены возможные пути их решения, также рассматриваются тенденции развития гостиничного бизнеса России, выявляются проблемы, затрудняющие его развитие.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, гостиничные услуги.

Согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 10.01.2003 г. туристская отрасль трактуется как полноценная отрасль национальной экономики России, что диктует необходимость определения возможных путей её поддержки и развития.

Отличительной особенностью гостиничных услуг является то, что он синтезируется на стыке материальных (предоставление номерного фонда, питания) и нематериальных услуг (сервис, атмосфера гостеприимства) [1].

Существующая «Система классификации гостиниц и других средств размещения» определяет одинаковые требования к гостиницам разного номерного

фонда на всей территории РФ и дает однозначный регламент стандартизации гостиниц, в связи с этим зачастую только различия в законодательстве регионов, наличие или отсутствие специализированных ассоциаций (альянсов, федераций), программ развития отрасли и наличие (отсутствие) бюрократических барьеров вхождения на рынок будут обуславливать привлекательность региона (города) для приложения предпринимательской активности [2].

Одним из важнейших факторов, определяющих развитие рынка гостиничных услуг, является месторасположение гостиничного предприятия (территориальные факторы): субъект РФ, тип населенного пункта и деловая (туристическая) активность в регионе [6]. Каждому достаточно крупному населенному пункту необходимо гостиничное предприятие и именно его географическое месторасположение во многом определяет тип, размер и задает вектор политики развития [7].

Спрос на гостиничные услуги не однороден в силу трёх основных причин: неосязаемость и несохраняемость гостиничного продукта [3]; разнообразие потребителей гостиничных услуг, различающихся целью поездки, своими требованиями к гостиничным услугам, а также ценой, которую они готовы и в состоянии оплатить; важнейшим фактором, влияющим на гостиничный спрос, являются доходы человека, так как путешествовать может только тот, у которого для этого имеются средства [1].

Резервы повышения эффективности использования ресурсов, альтернативы или возможности их использования являются потенциалом предприятия. Базовым для понятия «потенциал» служит термин «потенция» (*potentia*) – скрытая возможность, способность, сила, которая может проявиться при определенных условиях.

Несомненно, что в настоящий момент конкуренция на гостиничном рынке по сравнению с 90-ми годами выросла в разы, отелей стало больше, в ряде городов ощущается кризис гостиничного перепроизводства [4].

В настоящий момент наибольшей проблемой является сложная политическая обстановка вокруг России, связанные с ней санкции, которые привнесли на

2 <https://interactive-plus.ru>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

рынок гостиничного строительства проблемы с проектным финансированием. Причем эффект от текущих проблем носит отложенный характер и наиболее ярко будет виден через 2–3 года, когда сократится число вновь построенных и строящихся отелей. Российские банки проектным финансированием практически не занимаются, а строить отели на кредитные ресурсы не всегда и не везде возможно [1].

Также можно выделить еще одну проблему: как известно, инвестиции в гостиничный бизнес, как правило, осуществляют непрофильные инвесторы. Проживание даже в 100 отелях разного уровня в разных странах не делает человека гостиничным специалистом, о чем зачастую не задумываются инвесторы гостиничных комплексов. А мизерное количество архитекторов и дизайнеров с экспертизой в гостиничном бизнесе делают эту проблемой более масштабной.

Число официально зарегистрированных средств размещения в России за последние 15 лет увеличилось более, чем в два раза.

Основной прирост за последние 15 лет пришелся на гостиницы (+54%), тогда как объем специализированных средств размещения с 2000 по 2013 падал, заметный рост отмечен только в 2015 году (+26,7% к 2014 году).

Специализированные средства размещения: санаторно-курортные организации; дома отдыха; базы отдыха; кемпинги; туристские базы; общественные средства транспорта, используемые как средства размещения (туристские поезда, круизные суда, яхты); наземный и водный транспорт, переоборудованный под средства размещения для ночлега, включая дебаркадеры [5].

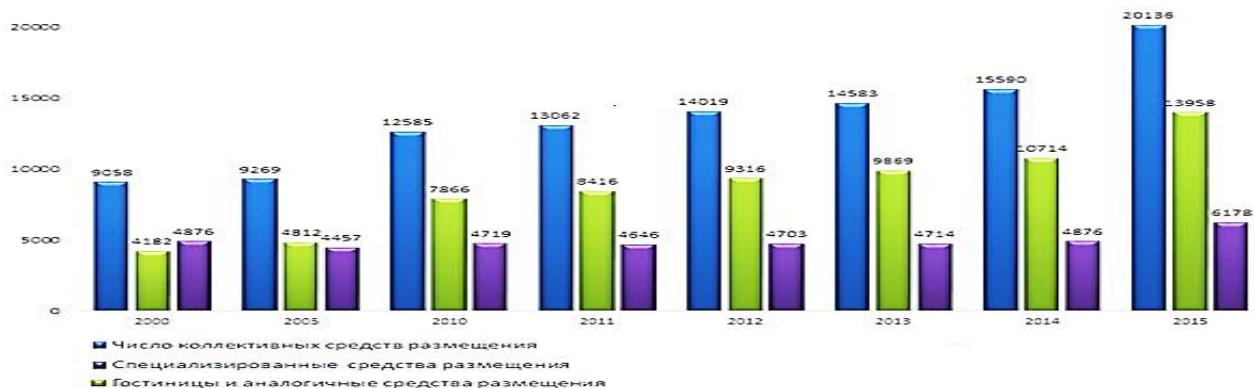


Рис. 1. Число средств размещения по годам [10]

Зарегистрированный Росстатом номерной фонд российских средств размещения за минувшие 15 лет вырос на 63%: с 472 тыс. до 771 тыс. номеров. Примечательное, что до 2011 года номерной фонд специализированных средств размещения превышал гостиничный. Судя по всему, речь идет о номерном фонде санаториев, домов и баз отдыха, действующем еще со времен СССР.

До 2014 года этот сегмент номерного фонда практически не менялся, прирост (на 12,7%) зафиксирован лишь в 2015 году, что связано скорее с реконструкцией старых объектов, чем с запуском новых [3].

Напротив, номерной фонд гостиниц и других аналогичных средств размещения (мотели, пансионаты) с 2000 года постоянно прирастал, за 15 лет увеличившись почти в 2,5 раза.

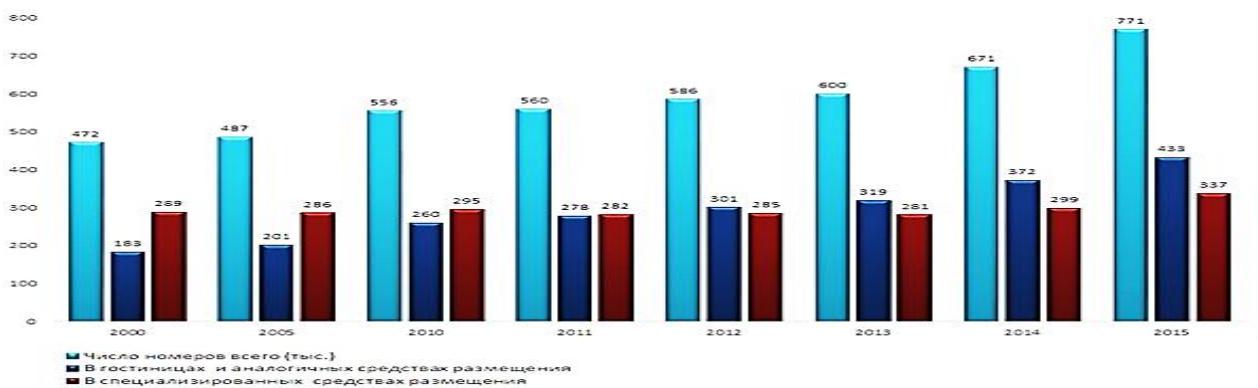


Рис. 2. Динамика изменения номерного фонда (тыс. номеров) [10]

Динамика изменения числа гостей российских средств размещения прекрасно показывает перемены в социально-экономической сфере. Устойчивый рост числа гостей в 2000–2008 гг. (+43,3%), сменился резким спадом в 2009 году (−21% или на 21,8 млн человек!). С 2010 года число гостей вновь начало расти, но на докризисные показатели вернулось лишь к 2013–2014 гг. С 2015 года отмечен резкий скачок этого показателя (+29,2%), что опять-таки скорее следствие выхода отельеров «из сумрака», чем заслуга внутреннего туризма. На диаграмме также хорошо заметно, что загрузка специализированных средств размещения, в том числе ведомственного номерного фонда, в результате кризиса сократилась не столь резко.

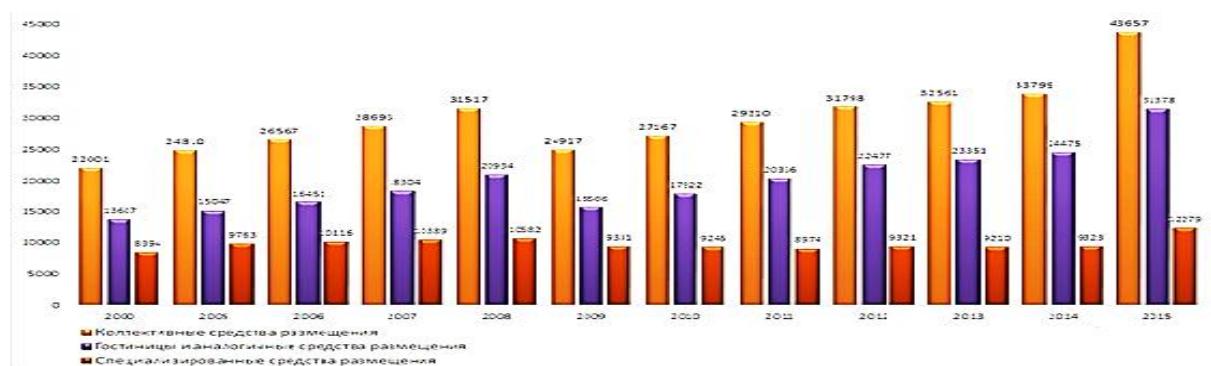


Рис. 3. Число человек, разместившихся в коллективных средствах размещения (в тыс.) [10]

Динамика изменения числа иностранцев, проживавших в коллективных средствах размещения также очень четко коррелирует с экономической ситуацией. Так в 2005–2007 годах прирост числа иностранных гостей в российских отелях был незначительным. В 2008–2009 гг. на фоне мирового кризиса произошел заметный спад. Далее, началось восстановление иностранного турпотока, чем скорее всего способствовала первый этап девальвации российской валюты: курс доллара к 2010 году вырос с 23 до 30 и более рублей. В 2015 году, после почти двукратного падения курса рубля, число иностранных гостей в российских средствах размещения резко выросло (+22%). Показательно, что подавляющее большинство иностранных гостей предпочитает классическую отельную систему проживания, практически игнорируя специализированные средства размещения.

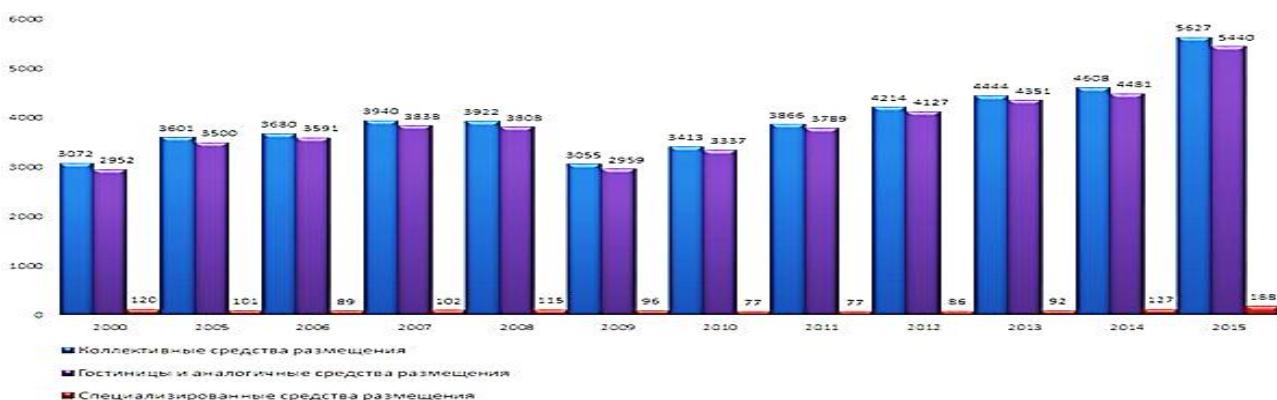


Рис. 4. Число иностранцев, разместившихся в коллективных средствах размещения (в тыс.) [10]

Статистика, опубликованная Росстатаом, не дает возможности оценить изменение числа гостей по целям поездок во время кризиса 2008–2009 годов, однако «крымский след» вполне заметен. С 2014 года статистика фиксирует постепенное снижение числа бизнес-туристов (−5%). Это связано, как с «войной санкций» так и с общим ухудшением экономической ситуации в стране. Впрочем, данная цифра находится на грани погрешности, особенно учитывая тот факт, что далеко не все средства размещения, где останавливаются бизнес-туристы, находятся в поле зрения отечественной статистики.

Как бы то ни было, а бизнес-туризм является важнейшей составляющей гостевого потока в российские средства размещения. На него приходится порядка одной трети всех гостей по целям поездки [15]. Естественно доминирует обычный отдых (leisure-туризм). Заметной является и доля медицинского туризма, о развитии которого не так давно говорила министр здравоохранения.

Отечественный гостиничный бизнес должен развиваться с учетом накопленного мирового опыта. Россия активно входит во все мировые процессы, и глобализация начинает оказывать все большее влияние на деятельность наших гостиниц. Использование богатого зарубежного опыта позволит в практике ведения гостиничного бизнеса его адаптации к российским условиям.

Список литературы

1. Арифуллин М.В. Как обеспечить качество гостиничных услуг? // Стандарты и качество. – 2014. – №6 (924). – С. 84–86.
2. Баева В.В. Организация гостиничного дела: Учебное пособие для студентов вузов по направлению подготовки «Гостиничное дело» / В.В. Баева, Е.В. Бокарева, Е.Н. Егорова, В.М. Заернюк, М.М. Качурина, В.П. Леонова, Н.Г. Новиков, Е.Н. Подсевалова, А.А. Силаева, Л.А. Ульянченко, Г.Р. Фаизова, Л.И. Черникова. – М., 2016.
3. Бокарева Е.В. Мониторинг экономики России // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2006. – №3–2 (43). – С. 126–128.

4. Бокарева Е.В. Проблемы экономики и управления предприятиями, отраслями, комплексами / Е.В. Бокарева, Н.В. Журавлева, Е.В. Глинкина, Е.А. Абрамейцева, А.Н. Бирюков, О.С. Кожухова, И.Н. Крутова, Л.А. Хусайнова, С.С. Чернов. – Новосибирск, 2011. – Т. Кн. 15.
5. Воронцова М.Г. Гостиничный бизнес: теория и практика / М.Г. Воронцова, С.А. Быстров. – СПб., 2014.
6. Лавренченко С.А. Алгоритмы поиска эффективных логистических цепей сети процесса для сферы сервиса / С.А. Лавренченко, И.А. Дуборкина // Сервис в России и за рубежом. – 2015. – Т. 9. – №2 (58). – С. 37–48.
7. Коновалова Е.Е. Актуальные проблемы въездного туризма в России / Е.Е. Коновалова, А.А. Силаева, В.П. Леонова // Сервис в России и за рубежом. – 2016. – Т. 10. – №1 (62). – С. 105–112.
8. Морозова Л.С. Современные тенденции развития рынка труда / Л.С. Морозова, Н.В. Хаванова. – М., 2002.
9. Силаева А.А. Развитие малого бизнеса в сфере туризма // Тенденции и перспективы развития науки XXI века: Сборник статей Международной научно-практической конференции / Отв. ред. А.А. Сукиасян. – 2016. – С. 129–131.
10. Хаванова Н.В. Использование инструментария маркетинга впечатлений в индустрии туризма / Н.В. Хаванова, Т.М. Кривошеева, В.М. Осокин // Сервис в России и за рубежом. – 2014. – №3 (50). – С. 3–14.
11. Karmanova T.E.E. Cluster model of regional tourist business in Russia / T.E.E. Karmanova, E.N. Podsevalova, S.S. Zikirova, A.A. Silaeva, V.P. Leonova // Asian Social Science. – 2015. – Т. 11. – №6. – С. 279–286.
12. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/regional_statistics (дата обращения: 16.09.2016).
13. Росстат: Гостиничная индустрия России за 15 лет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hotelier.pro/tourizm/item/1842-rosstat>(дата обращения: 03.10.2017).