

УДК 338.1

**М.В. Якименко**

## **СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ГОСТИНИЧНОГО РЫНКА РОССИИ**

*Цель исследования заключается в определении основных векторов развития отечественного рынка гостиничных услуг. Для достижения поставленной цели, на основе сбора и систематизации статистической и аналитической информации, было проанализировано современное состояние гостиничного рынка России, выявлены особенности его структуры и проблемы функционирования на современном этапе. Можно говорить, что, невзирая на кризис и несовершенную законодательную базу РФ, гостиничный рынок до сих пор сохраняет свою привлекательность в России.*

*Российский рынок гостиничных услуг; функциональная структура современного рынка средств размещения; доходность и стоимость гостиничного номера; системы классификации средств размещения; ключевые тенденции развития российской гостиничной индустрии.*

**M.V. Yakimenko**

## **STATE ISSUES AND OUTLOOK HOTEL MARKET RUSSIA**

*The purpose of the study is to identify the main vectors of the domestic market of hotel services. To achieve this goal, based on the collection and systematization of statistical and analytical information has been analyzed the current state of the hotel market in Russia, the peculiarities of its structure and functioning of the problems at the present stage. You can say that, despite the crisis, and an imperfect legal framework of the Russian Federation, the hotel market still retains its appeal in Russia.*

*The Russian market of hotel services; functional structure of the modern market of collective accommodation; Rev Par and ADR of a hotel room; system of classification of collective accommodation; key tendencies of development of the Russian hotel industry.*

Туристская индустрия, обеспечивая десятую часть мирового валового национального продукта, является одной из наиболее динамичных секторов мировой экономики. Оказывая стимулирующее воздействие на развитие сопряжённых к ней видов деятельности, она выступает катализатором социально-экономического развития национальной экономики: источником финансовых доходов бюджетов всех уровней, средством повышения занятости населения и роста его доходов, позитивно воздействует на качество человеческого капитала, на здоровье населения и т.д.

По мнению ряда экспертов, Россия в настоящий момент не является «прекрасно подходящей» для туризма страной. Так, согласно расчётам аналитиков Экономического форума (МЭФ), прошедшего в Давосе в 2011 г., с точки зрения наличия туристских аттракторов, Россия занимает 30 место из возможных 139. В то же время с точки зрения важнейших инфраструктурных составляющих туризма: гостиниц и дорог, Россия не является «интересной» для туристов, занимая по критерию удобного транспорта и системы дорог 95 место, по уровню обслуживания в гостиницах и соответствия западным стандартам – 80, а по доступности цен – 105 позицию.

Данные экспертами оценки выделенным критериям, безусловно, негативно характеризуют состояние российского гостиничного рынка, но не позволяют увидеть всю ситуацию, сложившуюся к настоящему времени.

Оценить современный российский рынок гостиничных услуг можно с точки зрения совокупности значений параметров на данный момент времени и получения прогнозных данных, и, прежде всего, через соотношение спроса и предложе-

ния гостиничных услуг; уровня цен; состояния конкуренции; степени государственного регулирования; наличие сезонных колебаний спроса на гостиничные услуги и т.д.

По данным Госкомстата, за последние десять лет российский гостиничный рынок ежегодно рос на 15–20 %, а быстрый рост операционных доходов гостиничных предприятий, по данным DISCOVERY Research Group, привел к росту числа открываемых гостиниц [5] (табл. 1).

Тем не менее по значению показателя обеспеченности населения номерным фондом Россия занимает одно из последних мест в Европе: в нашей стране на 100 человек приходится менее одного места. Для примера на 10 жителей Кипра приходится одно место в гостинице.

По данным исследования [5], основная часть российских гостиниц (порядка 40 % номерного фонда рынка) была построена в советское время и относится к эконом-классу, гостиницы 5\*, расположенные в основном в Москве и других крупных городах России, составляют около 20 %.

Функциональную структуру современного рынка российских средств размещения определяют, наряду с предприятиями гостиничного хозяйства, так называемые дополнительные средства размещения (рис. 1).

Таблица 1

**Характеристика ввода и структуры гостиниц и иных средств размещения**

Год	Количество гостиниц и иных средств размещения
2000	9058
2001	8915
2002	8581
2003	8517
2004	8620
2005	9269
2006	9865
2007	10436
2008	11259
2009	11698

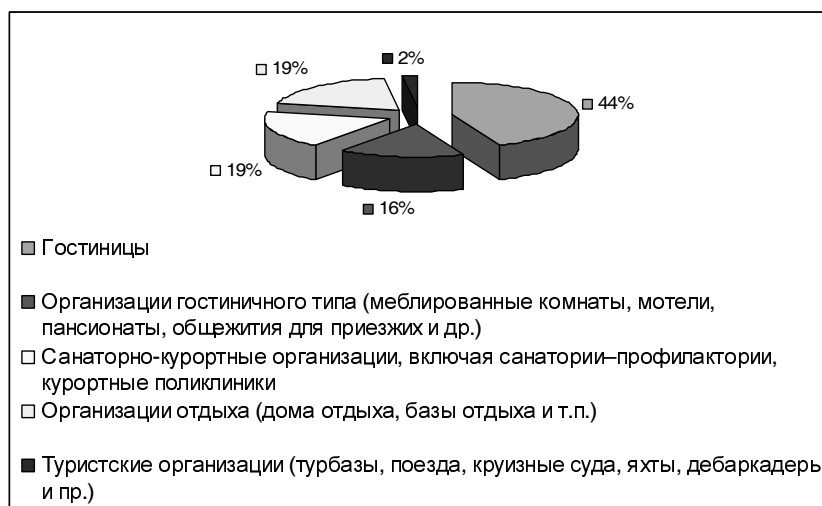


Рис. 1. Функциональная структура российских средств размещения

Для российских гостиниц характерна самая высокая стоимость гостиничного номера в Европе, она в среднем составляет 147 евро. Для примера данный показатель для Франции – 104 евро, а проживание в Италии, Австрии, Португалии, Германии, Испании и ещё в ряде европейских стран в среднем обойдётся ниже, чем в 100 евро.

Значительное повышение цен на проживание в течение 2010–2011 гг. характерно как для мегаполисов, так и для черноморских курортов. Так, в среднем стоимость проживания в пансионатах и санаториях на морских курортах за последний год выросла на 10–15 %, что связывают, прежде всего, с ростом стоимости продуктов питания. В отелях, работающих по системе В&В, повышение цен в 2011 г. остановилось на уровне 3–5 %. Аналогичное увеличение цен произошло и в популярных регионах центральной России (например, в городах Золотого кольца).

Можно отметить и более высокую по сравнению с Европой рентабельность российских гостиниц. Для европейских гостиниц она не превышает 10 %, в то время как в Москве данный показатель составляет 17–25 % (при самой высокой стоимости номера в мире, составляющей в среднем 178,5 евро), в регионах порядка 15–20 %.

Москва и Санкт-Петербург являются лидерами отечественного гостиничного бизнеса: почти 18 % гостиничных номеров страны сконцентрировано в Москве и 8 % – в Санкт-Петербурге, Москва с большим отрывом лидирует по финансовым показателям гостиничного бизнеса, получая около 50 % всех доходов, при объёме российского гостиничного рынка порядка 2,5 млрд долл. США. Среди основных проблем столичного рынка – дефицит гостиниц эконом-класса, который на начало 2011 г. составил около 35 тысяч номеров, что в 3 раза выше, чем потребность в номерах отелей более высокой категории.

Особого внимания в преддверии Олимпиады заслуживает гостиничный рынок г. Сочи. Увеличение номерного фонда города за пять лет в два раза не способствовало его становлению как массового курорта. Основная причина заключается в том, что гостиницы в основном относятся к высокому ценовому сегменту, а по данным Cushman&Wakefield 75 % отдыхающих предпочитают дешёвый частный сектор. Все гостиницы, включая мини-отели и домовладения, самого крупного курортного города России должны пройти до 1 июля обязательную сертификацию и получить свои «звезды», в противном случае их деятельность будет признана незаконной. Так как из 800 гостиниц и других средств размещения «звезды» имеют только 200 отелей, можно говорить о значительном дефиците средств размещения. Нехватка гостиничных мест для российских туристов компенсируется значительным количеством нелегально работающих средств размещения, но не решает проблемы организации приёма участников и гостей Олимпиады.

В целом для регионального гостиничного рынка характерно неравномерное развитие, не учитывающее потребности спроса, отставание от двух столиц по строительству объектов размещения во всех ценовых категориях. В результате немногочисленные средства размещения экономкласса, пользуясь отсутствием конкуренции, устанавливают цены, не соответствующие ни уровню обслуживания, ни качеству объекта, ни общему его расположению. Данный вывод подкрепляется исследованиями hotel.info – Интернет-сервиса по бронированию отелей во всем мире, изучившего отзывы своих клиентов, производивших резервирование, по вопросу соотношения «цена/услуги» в отелях категории 3–4\*. В результате Россия не вошла в международную «двадцатку» лучших.

К национальным особенностям современного развития гостиничного рынка эксперты относят строительство отелей высокого класса, развитие гостиниц,

ориентированных на деловых туристов, и появление многофункциональных туристических комплексов, особенно в регионах с благоприятной инвестиционной обстановкой.

Ориентация инвесторов на строительство высококачественных гостиниц характерна не только для Москвы и Санкт-Петербурга, но и для российских регионов, что обусловлено меньшим сроком их окупаемости (в 1,5 раза).

Интерес к сегменту делового туризма связан с довольно быстрым восстановлением после кризиса спроса, прирост которого, по данным из различных источников, составил 10–20 %.

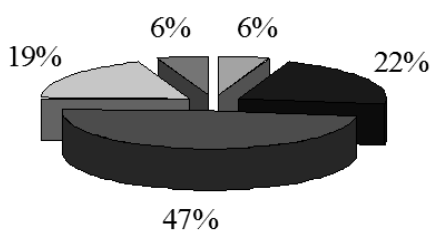
Среди ключевых тенденций развития российской гостиничной индустрии также можно обозначить: возврат рынка туруслуг на докризисный уровень уже в этом году, положительную динамику ввода новых гостиничных номеров, смещение интересов западных инвесторов с офисной, торговой и жилой недвижимости в связи с исчерпанием потенциала этих рыночных ниш в направлении гостиничной сферы, планы международных гостиничных операторов по активизации экспансии, выход российских гостиничных сетей за рубеж.

Одним из новых этапов развития российского гостиничного бизнеса можно назвать процедуру классификации, ставшую обязательной для гостиниц и других объектов туристической индустрии. Вопрос о классификации, стандартизации и сертификации гостиниц и других средств размещения всегда был актуален в России, но общепринятого стандарта и единых критериев классификации гостиниц до недавнего времени не было разработано. Существование разных систем сертификации и, следовательно, различной нормативной базы приводило к ситуации, когда средства размещения, проходя процедуру оценки соответствия, получали одинаковую категорию, но существенно различались по уровню комфорта. Кроме того, можно отметить нежелание владельцев средств размещения узаконить «свою категорию». За время действия разработанной и утвержденной Федеральным агентством по туризму системы добровольной классификации (в течение пять лет) свою категорию подтвердили всего лишь 470 средств размещения, что составляет не более 4 % от общего количества работающих гостиничных объектов России (рис. 2).

Всего классифицированных средств размещения –

470,

в том числе:



■ 1 звезда ■ 2 звезды ■ 3 звезды ■ 4 звезды ■ 5 звезд

Рис. 2. Структура классифицированных средств размещения

Однако введение обязательной классификации [2], по мнению экспертов гостиничного рынка не будет выполнять поставленные в рамках такой формы государственного регулирования туристской деятельности цели и задачи, а именно обеспечивать качество туристских услуг, соответствующих требованиям систем

классификации, разработанных в соответствии с международными стандартами, рекомендациями ЮНВТО и существующей зарубежной практикой; повышать конкурентоспособность туристских услуг и привлекательность объектов туристской индустрии, направленных на увеличение туристского потока и рост доходов от въездного и внутреннего туризма; предоставлять потребителям необходимую и достоверную информацию, обеспечивающую компетентный выбор, о соответствии объекта туристской индустрии категории, предусмотренной в системах классификации и др. Можно допустить, что отсутствие достаточного количества аккредитованных экспертов для проведения классификации и вступающие в силу с 1 июля 2011 г. штрафы будут способствовать, прежде всего, потенциальному росту коррупционной емкости.

Несмотря на ряд выделенных проблем, характерных для российского гостиничного рынка, основным вопросом остаётся отсутствие координации рынка как целостной системой. На сегодняшний день управление отечественной гостиничной сферой носит разрозненный характер в виде принятия отдельных нормативно-правовых документов, ряд из которых вызывает критику среди профессиональных участников рынка. В существующих условиях представляется необходимым не просто координировать сложившуюся ситуацию, а, прежде всего, управлять тенденциями, способствующими устойчивому развитию туризма и гостиничного сектора.

Государство, как основная регулирующая сила, должно сформировать структурные механизмы и нормативную базу для обеспечения необходимых системных условий для аккумуляции и распределения ресурсной базы, направленных на обеспечение устойчивого развития рынка гостиничных услуг. Основным ориентиром для обеспечения подобных условий должно стать определение возможного набора основных индикаторов устойчивого развития гостиничной сферы в рамках развития туризма в целом, состояния и приоритетов развития национальной экономики, а также определение стратегии и текущих действий относительно выбранных критериев. Существующие программы развития туризма как на федеральном, так и на региональных уровнях в основном являются идеологическими материалами, не учитывающими всей сложной системы взаимоотношений в гостиничном бизнесе, и поддерживающие множество мероприятий концептуального характера.

Гостиничный бизнес, как отрасль сферы обслуживания при условии динамичного обслуживания, способен приносить многомиллионную прибыль в масштабах национальной экономики. Являясь частью туристического бизнеса и сложноструктурированной системой, включающей различных участников, взаимодействие которых создаёт совокупность разнообразных финансово-хозяйственных отношений различного направления, она требует обоснованного и системного управления на государственном уровне. Только при соблюдении этого условия российская гостиничная индустрия сможет реализовать свой огромный потенциал развития.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ. – 2010. – № 3 (389).
2. Приказ Минспорттуризма России об утверждении Порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи от 25 января 2011 г. – № 35.
3. *Боголюбов В.С.* Экономика туризма: Учеб. пособие для вузов / В.С. Боголюбов, В.П. Орловская. – 3-е изд., стер. – М.: Академия, 2008.
4. *Саак А.Э., Якименко М.В.* Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны): Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2008.
5. Материалы Интернет-источника <http://drgroup.ru>.
6. Материалы Интернет-источника <http://marketing.rbc.ru>.
7. Материалы Интернет-источника <http://prohotel.ru>.

Статью рекомендовала к опубликованию д.э.н., профессор Е.Н. Захарова.

**Якименко Марианна Владимировна**

Технологический институт федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Южный федеральный университет» в г. Таганроге.

E-mail: yakimenko.m@mail.ru.

347928, г. Таганрог, пер. Некрасовский, 44.

Тел., факс: 88634311426.

Кафедра государственного и муниципального права и управления; к.э.н.; доцент.

**Yakimenko Maryanna Vladimirovna**

Taganrog Institute of Technology – Federal State-Owned Autonomy Educational Establishment of Higher Vocational Education “Southern Federal University”.

E-mail: yakimenko.m@mail.ru.

44, Nekrasovskiy, Taganrog, 347928, Russia.

Phone, fax: +78634311426.

The Department of State and Municipal Legislation and Administration; Cand. of Ec. Sc.; Associate Professor.