

УДК 640.41

## ЛОГИСТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ И КУЗБАССЕ

Хижняк П.А., учащаяся 11 класса «А» МБОУ «Лицей № 62»

Научный руководитель: Косолапов А.В., к.т.н., доцент  
Кузбасский государственный технический университет  
имени Т.Ф. Горбачева  
г. Кемерово

Гостиничная индустрия как вид экономической деятельности включает в себя предоставление услуг, обеспечение питанием, организацию досуга и краткосрочного проживания в средствах размещения за вознаграждение. Возникновение и развитие гостиничного хозяйства тесно переплетено с историей развития общества. Первые гостевые предприятия – прообразы современных гостиниц, как и сама профессия по обслуживанию путешествующих людей, возникли в далеком прошлом – более чем за 2 тыс. лет до н.э. – в древнево-сточной цивилизации.

Сегодня, в условиях рыночной экономики, гостиничный бизнес – одна из наиболее быстро развивающихся отраслей, на которую приходится около 6% мирового валового национального продукта. Гостиничный бизнес, являясь одним из видов экономической деятельности, создаёт рабочие места и является важным средством пополнения бюджета. Гостиничный бизнес способен оказывать активное влияние на экономику региона (или страны), в котором он развивается, на его хозяйственную, социальную и гуманитарную основы.

Сегодня индустрия гостеприимства – это мощнейшая система хозяйства региона или туристского центра и важная составляющая экономики туризма [1]. Индустрию гостеприимства составляют различные средства коллективного и индивидуального размещения: отели, гостиницы, мотели, молодежные отели, дома отдыха, пансионаты, общежития, лагеря, апартаменты, туристские хутора, а также частный сектор, участвующий в размещении туристов.

Цель классификации гостиниц – определить соответствии конкретного отеля, а также номеров установленным критериям и принятым стандартам на обслуживание. Следует отметить, что в разных странах используют разные системы классификаций гостиниц. На сегодняшний день их существует более тридцати. Введению единой классификации в мире препятствует ряд факторов, связанных с культурно-экономическим развитием государств, осуществляющих туристскую деятельность, национальными особенностями, различиями в критериях оценки качества обслуживания. В России рост материальной и технической гостиничной базы в стране определили следующие факторы: развитие существующих городов и появление новых; рост промышленности,

науки, культуры и искусства: увеличение материального благосостояния людей. Это создало предпосылки (в том числе логистические) для развития внутреннего туризма, обмена делегациями, увеличения числа командированных и отпускников.

В 1980 г., в канун московской Олимпиады, гостиничное хозяйство СССР насчитывало 7 000 гостиниц общей вместимостью 700 тыс. мест. Было построено много крупных, комфортабельных гостиниц. К сожалению, в 1990-е годы, из-за сложной экономической и политической ситуации в стране произошел значительный спад спроса на гостиничные услуги. В конце 1990-х годов, согласно данным Государственного комитета Российской Федерации по статистике, Россия имела 5 043 предприятия гостиничного типа с общим числом мест 390931 [2].

С начала 90-х годов гостиничная индустрия характеризуется интенсификацией процессов слияний и поглощений. Наблюдается быстрый рост гостиничных корпораций, объединение обособленных гостиниц в консорциумы. Прежде всего, это связано с использованием гостиничными цепями типовых форм организации труда и экономией средств за счет масштаба деятельности в таких областях, как продвижение торговой марки, закупка необходимых ресурсов и профессиональное развитие персонала [3].

Рынок гостиничных услуг, предоставляемых на уровне западных стандартов, в России стал складываться с 1993 г. С 21 июля 2005 года в России начал действовать единый стандарт классификации гостиниц [4]. Принятый стандарт практически по всем позициям схож с международной классификацией, а в некоторых моментах оказался еще жестче требований, чем у Всемирной туристской организации. В российской классификации оговариваются не только размер номера, организация питания, но даже требования к паркингу и наличие лифта. В номере оценивается все: напольное покрытие, стены, занавески, освещение, мебель, сантехническое оборудование, краны, свободный проход к шкафам. Для присвоения гостинице звезды обязательно должны быть выполнены следующие требования: ежедневная уборка, утренняя побудка, радиоприемник в номере и многое другое [5].

Количество гостиничных предприятий с 1993 года в течение 8 лет уменьшалось, что влекло за собой и уменьшение номерного фонда (табл. 1).

Таблица 1

**Гостиничная база России**

Год	Число гостиниц
1993	6 258
1997	5 043
2001	4 120
2005	4 812
2009	7 410
2011	8 416
2015	9 855

2019	10 714
------	--------

Наблюдавшееся до 2003 года сокращение спроса на российские гостиницы было обусловлено постоянно возрастающей стоимостью услуг (проживание, питание), а также удорожанием транспорта, в результате чего резко сократился поток туристов и экскурсантов. Начиная с 2003 года, количество гостиничных предприятий постепенно увеличивается, причем надо отметить, что оно растет только за счет туристов из стран дальнего зарубежья и стран СНГ, а поток российских граждан в отечественные отели снижается.

В течение последних лет в России наблюдается стремительное развитие гостиничного бизнеса. В крупные города приходят международные гостиничные сети, растет число маленьких частных отелей, реконструируются старые советские гостиницы. Правда, количественный рост далеко не всегда сопровождается одновременным повышением качества обслуживания и уровня сервиса.

Лидерами по развитию гостиничного бизнеса (см. рис. 1) сегодня являются Москва, Санкт-Петербург, Сочи. Быстро растет отельный бизнес в Калининграде, Томской и Волгоградской областях, на Урале (в частности, в Челябинске и Екатеринбурге), а также в Красноярске. От них отстает Дальний Восток.



Рисунок 1 – Города-лидеры России по развитию гостиничного бизнеса

Во всех перечисленных регионах, существует тесная взаимосвязь между гостиничными предприятиями и властями: последние выражают заинтересованность в создании мощной индустрии гостеприимства и пытаются привлечь инвесторов для реализации перспективных проектов в сфере гостиничного бизнеса.

Таким образом, гостиничный рынок России в последнее время демонстрирует хорошую динамику развития. Так, его денежная емкость по итогам прошлого года составила 1,7-2 млрд. долларов, а темпы роста – 20-25%. Благоприятный момент активно используют иностранные компании, чтобы занять интересующие их верхний и средний ценовые сегменты.

Мировой опыт организации гостиничного бизнеса показывает, что сетевое объединение позволяет достичь наиболее высоких показателей заполняемости отелей и максимальных финансовых результатов. Эти факторы и предопределили основную тенденцию развития российского бизнеса в последние 2-3 года: активное освоение рынка ведущими международными сетевыми игроками и создание национальных гостиничных сетей [6].

Многие цепочки отелей, существующие в России, пока еще нельзя назвать полноценными сетями. Классическая модель подразумевает наличие в сети единых стандартов, уровня предоставляемых услуг и применяемых методов управления, что наличествует лишь у немногих операторов. Большинство отелей российских компаний сегодня находятся в сегменте 3 звезд, который еще не вызывает активного интереса западных операторов. Российским игрокам гораздо проще закрепиться в небольших городах, что объясняет географию национальных сетей. Еще одна особенность развития российских сетей – их ориентированность на курортные отели, для которых характерна более ярко выраженная сезонность.

Следует отметить, что спрос на гостиничные услуги в России формируется потоком туристов, прибывающих в Россию из-за рубежа.

Количество иностранных граждан, посетивших в 2008 году Россию с целью туризма, составило 6 млн. человек, а количество россиян, выехавших за рубеж, – 26 млн. человек. Количество иностранных туристов, посетивших Россию в 2014 году, составило порядка 25,4 млн. человек. Также было зафиксировано 42,9 млн. выездов россиян за рубеж.

Рост популярности гостиничного бизнеса происходит на данный момент по всей России. Состояние гостиничного бизнеса напрямую зависит от развития туристической отрасли, которая, в свою очередь, ориентирована на экономическое состояние страны. Внешний поток туристов постоянно увеличивается. Привлечение в Россию иностранных туристов является одной из главных целей Федерального агентства по туризму.

Таким образом, почти 18% гостиничных номеров страны сконцентрировано в Москве и 8% – в Санкт-Петербурге. При этом Москва по финансовым показателям гостиничного бизнеса лидирует с большим отрывом, получая около 40% всех доходов. Доля Санкт-Петербурга в доходах от основной деятельности всех гостиничных предприятий составляет 12%.

В настоящий момент туризм является одним из важнейших направлений развития экономики Кемеровской области - Кузбасса, который может оказать стимулирующее воздействие на развитие таких сфер экономической деятельности, как услуги коллективных средств размещения, транспорт, связь, торговля, производство сувенирной продукции, общественное питание,

сельское хозяйство, строительство. Туризм играет важную роль в решении социальных проблем Кемеровской области - Кузбасса, обеспечивая создание дополнительных рабочих мест, в том числе в малых городах и моногородах, способствует росту занятости экономически активного населения и, в конечном итоге, повышению уровня жизни населения.

В Кемеровской области - Кузбассе пик введения гостиниц в эксплуатацию произошел в 2006 году, когда количество коллективных средств размещения возросло на 23%. В последующие годы динамика пошла на убыль. Стоимость услуг, оказанная гостиничными комплексами региона, также демонстрирует практически трехкратный рост за рассматриваемый период, что является не следствием увеличения количества гостиниц, а подорожанием гостиничных услуг.

Тенденцией развития гостиничной инфраструктуры в регионе в последние годы стало появление малых отелей. Малые отели в гостиничном бизнесе стран Европы не только прочно заняли свою нишу, но и стали одним из ключевых элементов гостиничной индустрии. Преимущество мини-гостиниц в предоставляемой клиенту возможности выбора. Постоялец может подобрать себе отель, не только исходя из стоимости номера, набора услуг и местоположения, но и с учетом эстетических пристрастий.

В основном, в коллективных средствах размещения останавливаются граждане России, приезжающие в Кемеровскую область - Кузбасс с деловыми целями. Иностранцы составляют очень незначительную долю, которая имеет тенденцию к уменьшению.

Основной контингент размещенных в гостиницах и прочих средствах коллективного размещения в Кемеровской области - Кузбассе останавливается на 1-3 дня. Это означает, что по функциональному признаку, большая часть гостиниц в регионе должна быть отнесена либо к деловым, либо к рекреационным выходного дня.

В Кемеровской области - Кузбассе, который имеет репутацию промышленного центра, сконцентрированы региональные представительства и производственные активы крупных финансово-промышленных групп России и Сибири. Это сказывается на заполнении местных отелей. Основные потребители гостиничных услуг – бизнесмены, часто приезжающие сюда в командировку. Не случайно в этом регионе самые высокие в Сибири показатели среднего количества ночевки на одного клиента [7].

На сегодняшний день в гостиничной индустрии Кемеровской области - Кузбасса существуют следующие проблемы:

- несоответствие мировым стандартам качества обслуживания при мировом уровне цен на услуги;
- отсутствие организационных знаний в области гостиничного менеджмента и маркетинга, не позволяющих эффективно управлять гостиничными предприятиями;
- устаревание номерного фонда большинства гостиниц, необходимость проведения реконструкции и ремонта;

- нехватка собственных финансовых ресурсов, отсутствие программ финансирования;
- отсутствие системы лицензирования и сертификации гостиничных услуг [8].

Решение этих проблем видится в совершенствовании организационных условий развития гостиничных предприятий путем радикального изменения действующих систем управления.

Становится очевидным, что главный потенциал развития современных гостиничных предприятий содержится в уровне менеджмента. Опыт показывает, что ни разработка и реализация эффективной стратегии, ни успешные организационные изменения в гостинице невозможны, если у нее нет действующего механизма управления деятельностью, а высокие показатели эффективности управления недостижимы без централизации управления, формирования целостной и эффективной системы, отвечающей самым высоким требованиям современного менеджмента [9].

Касаясь проблем гостиничного бизнеса в Кемеровской области - Кузбасса необходимо большее внимание уделять проблеме управления гостиницами и выстраивать более гибкую систему тарифов на номера в гостиницах, реагируя на изменения спроса-предложения.

Главные проблемы гостиничного бизнеса – отсутствие единой политики и невысокая конкуренция между гостиницами. Отсюда недостаточная загрузка и завышенные цены.

В связи с тем, что нет четкой классификации или стандартизации гостиниц, любое средство размещения может существовать без присвоения звезд. На сегодняшний день получение категории («звездование») гостиниц еще не является обязательным, но это очень важно, особенно для иностранных гостей, поэтому, если гостиницам области будут присвоены звезды, то это отразится на них только положительно.

Также к главной проблеме гостиничной индустрии относится стремительное устаревание номерного фонда и самих гостиниц. В большинстве небольших городов области предложение, главным образом, представлено гостиницами, построенными в советский период, часто не имеющими официальной категории. Проводимая в подобных отелях реконструкция неизбежна по причине стремительного устаревания номерного фонда, но к существенному росту качества услуг, как правило, реконструкция не приводит. В то же время спрос на качественные отели постоянно растет. Особенно сильно дефицит качественных услуг, соответствующих мировым стандартам, ощущается в среднем и бюджетном сегментах.

По данным управления по туризму, отдыху и молодежному досугу департамента молодежной политики и спорта Кемеровской области - Кузбассу, сегодня практически все крупнейшие гостиницы области находятся в руках частных владельцев или относятся к промышленным предприятиям и государственным учреждениям (ведомственные).

Несколько лет назад большинству гостиниц удавалось выжить только за счет сдачи номеров в аренду под офисы – сегодня тенденции поменялись радикально. Наплыв посетителей заставляет гостиницы расширяться и развиваться в соответствии с требованиями времени.

Приход небольшого частного бизнеса в гостиничную сферу напрямую свидетельствует о ее активном развитии и привлекательности для инвестиций. Интересна и реакция крупных гостиниц Кемеровской области - Кузбасса на развитие рынка в целом.

В июле 2005 года был подписан предложенный Федеральным агентством по туризму (Ростуризм) проект Системы классификации гостиниц и других средств размещения. По официальному комментарию Ростуризма, опубликованному на сайте этой организации, «из-за отсутствия единой системы гостиничной классификации средств размещения потребители дезориентированы при выборе средства размещения и зачастую сталкиваются с несоответствием заявленной категории и ожидаемого качества. Система классификации гостиниц и других средств размещения – это единственная подобная система в нашей стране, одобренная государством. Принятие системы особенно важно в рамках процесса вступления России во Всемирную торговую организацию (ВТО).

Соблюдение современных стандартов обслуживания и стабильности качества, предоставляемых в гостиницах и других средствах размещения услуг поможет потребителю правильно выбрать гостиницу, а также обеспечит его достоверной информацией о её статусе. Классификация гостиниц и других средств размещения позволит оценивать их соответствие как техническим требованиям (по состоянию материально-технической базы), так и качественным характеристикам обслуживания. В конечном счёте, цель системы – это повышение конкурентоспособности гостиниц, увеличение туристского потока и, следовательно, доходов от въездного и внутреннего туризма» [10].

В целом, развитие рынка гостиничных услуг в Кемеровской области - Кузбассе, идет довольно активно, но в критической ситуации найти номер, приемлемый по цене и условиям, довольно трудно – большинство гостиниц заняты практически постоянно. Кроме представителей регионального и мирового бизнеса здесь постоянно проживают спортсмены, участники разнообразных выставок и семинаров, приезжает множество командированных работников среднего звена, которые располагаются в больших гостиницах.

Уровень развития гостиниц высокого класса в области оставляет желать лучшего. Это связано с тем, что работать с клиентами высокого уровня, удовлетворяя самые изысканные вкусы постояльцев, непросто: VIP-категория вообще требует соблюдения огромного количества нюансов, у нее особые требования к работе персонала, уровню кухни и многим другим особенностям.

Большинство гостиниц Кемеровской области - Кузбасса не имеют сертификацию на категорию (звездности). В Кемеровской области - Кузбассе по результатам выборочного статистического обследования лишь 5 гостиниц

имеют присвоенную категорию: 2 гостиницы – 4 звезды, 2 гостиницы – 3 звезды, 1 гостиница – 2 звезды.

В Кемеровской области - Кузбассе не более 10 гостиниц имеют официально подтвержденный звездный статус. Степень готовности и желаний остальных гостиниц области «звездоваться» не совсем ясна. Система классификации, предложенная Ростуризмом, достаточно сложный документ, имеющий множество нюансов. На настоящий момент не разработан механизм действия этой классификации, документ находится в процессе изучения и обсуждения, к тому же у Ростуризма нет достаточного количества сотрудников, которые занимались бы этим нелегким делом. Для того чтобы классификация начала работать, необходимо время.

### Список литературы:

1. Сенин, В. С. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения / В. С. Сенин, А. В. Денисенко. – Москва : Финансы и статистика, 2008. – 144 с.
2. Бирюков, Е. С. Развитие туризма в мире и его влияние на экономику. / Е. С. Бирюков. – Москва : Экономика, 2002. – 168 с.
3. Килошенко, М. Н Свежие силы гостиничного бизнеса: цена вопроса // Современный бизнес. Отель. – 2008. – №9. – 51 с.
4. Приказ Федерального агентства по туризму от 21.07.2005 г. № 86 «Система классификации гостиниц и других средств размещения»
5. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изменениями от 05.02.2007 года)
6. Федцов, В. Г. Культура гостинично-туристского сервиса. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. – 512 с.
7. Туристская деятельность и отдых в Кузбассе. Статистический сборник. – Кемерово, 2009. – 64 с.
8. Куликова, С. М. Классификация отелей // Современный бизнес. Отель. – 2008. – №12. – 51 с.
9. Барышев, А. Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве. – Москва : Финансы и статистика, 2007. – 160 с.
10. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов. – Москва : ЮНИТИ, 2006. – 787 с.