

РАЗВИТИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

DEVELOPMENT OF NATIONAL MARKET HOTEL SERVICES

K. Lebedev

Annotation

The questions of development of national market of hotel services are considered. It is established, that market mechanisms and state control system provide formation of organizational-administrative bases of hotel affair as making control system of territory and industry of tourism. It is proved, that owing to such interactions clusters of hospitableness, and level are formed influences not only on hierarchy of the centers of hospitableness, but also their typification.

Keywords: market, tourism, service, means of accommodation, hospitableness, management, economy, economy, enterprise.

*Лебедев Константин Анатольевич
Д.э.н., профессор, Институт туризма
и гостеприимства, г. Москва, (филиал)
ФГБОУ ВО "Российский государственный
университет туризма и сервиса"*

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы развития национального рынка гостиничных услуг. Установлено, что рыночные механизмы и государственная система управления обеспечивают формирование организационно-управленческих основ гостиничного дела как составляющей системы управления территорией и индустрии туризма. Доказано, что вследствие таких взаимодействий формируются кластеры гостеприимности, а уровень кластеризации влияет не только на иерархию центров гостеприимности, но и их типизацию.

Ключевые слова:

Рынок, туризм, услуга, средство размещения, гостеприимность, управление, экономика, хозяйство, предприятие.

Динамическое развитие туризма, его выход на одно из ведущих мест среди других отраслей экономики активизирует спрос на услуги гостеприимности, предоставляемых специализированными предприятиями гостиничного хозяйства, и предопределяет формирование рынка этих услуг.

В Российской Федерации развитию гостиничного хозяйства начали уделять внимание со второй половины 1990-х гг. XX ст., когда усилился процесс его выхода на рынок международного туризма. Государственное значение развитие гостеприимности приобрело в связи с подготовкой к проведению в стране финальной части чемпионата мира по футболу в 2018 г.

Гостиничное хозяйство исследуется многими науками, в т.ч. экономическими, особенно в последние десятилетия, когда его начали рассматривать как структурную компоненту индустрии туризма. Экономические аспекты развития индустрии гостеприимства рассмотрены в работах Т.Н. Ананьевой [1], О.Е. Афанасьева [2], Н.М. Карауловой [3], Е.Е. Коноваловой [4], А.А. Ларионовой [5], О.Е. Лебедевой [8, 9], Н.Г. Новиковой [10], Н.А. Платоновой [11], М.А. Саранчи [12] и др.

Однако с экономической точки зрения вопросам развития средств размещения не уделено достаточного внимания. В ряде исследований гостиничное хозяйство,

хотя и рассматривается в пространственном аспекте, но в составе индустрии туризма. Учитывая динамический подъем спроса на услуги гостеприимства и стабильность развития отрасли как составляющей мирового хозяйства, гостиничное хозяйство следует рассматривать как самостоятельный объект исследования.

Глобальный характер туризма как общественного явления обусловил масштабность гостиничного бизнеса, который является основой гостеприимности по обеспечению туристского процесса, и вывел его на ведущие позиции мирового рынка услуг.

Мировому гостиничному бизнесу присущи процессы интеграции, транснационализации, интернационализации и активизации движения рабочей силы на базе внедрения унифицированных технологий обслуживания, совершенствования форм управления в связи с возрастающей конкуренцией, что нашло свое отображение в формировании и функционировании гостиничных сетей, их значительном территориальном развитии, распространении влияния на национальные рынки гостеприимности.

Развитие мирового рынка услуг гостеприимности влияет на процессы национального рынка через внедрение стандартов качества обслуживания, инновационных технологий в производстве, менеджменте, информационной сфере.

Гостиничное хозяйство как отрасль услуг и составляющая индустрии туризма выделяется на основе целевого назначения, применения специфических технологий, которые определяются особенностями гостиничной услуги как процесса комплексного обслуживания разового посетителя в соответствии с его индивидуальными материально-бытовыми и социальными потребностями.

Системная парадигма позволяет рассматривать гостиничное хозяйство как систему, элементом которой является учреждение размещения, осуществляющее обслуживание временных посетителей. Высшим звеном в иерархическом ряде этих элементов является отель – специализированное учреждение гостеприимности, предоставляющее услуги размещения, питания и ряд дополнительных, направленных на удовлетворение нужд потребителей.

Отели можно различать по величине, мощности, типу (местоположению, специализации или назначению для обслуживания определенного контингента посетителей), классу обслуживания (набору услуг, качеству обслуживания).

Рыночные механизмы, с одной стороны, и государственная система управления, с другой, обеспечивают формирование организационно-управленческих основ гостиничного дела как составляющей системы управления территорией и индустрии туризма.

Вследствие таких взаимодействий формируются кластеры гостеприимности, а уровень кластеризации влияет не только на иерархию центров гостеприимности, но и их типизацию. Кластер гостеприимности может включать совокупность основных, вспомогательных и сопредельных видов деятельности, которые во взаимосвязи и взаимодействии направлены на расширенное обеспечение нужд временных посетителей.

Наличие составляющих кластера в тех или иных центрах гостеприимности, их объединение определяет тип элементов территориальной структуры гостиничного хозяйства, которые предлагается различать по следующим критериям: количеству учреждений размещения, их мощности, классу обслуживания, специализации.

В соответствии с выделенными критериями нами установлены следующие типологические признаки: а) пункт по предоставлению услуг размещения – поселение (сельское, поселок городского типа, малый город), в котором расположено хотя бы одно учреждение, предоставляющее услуги размещения и другие услуги за дополнительную плату; б) центр гостеприимности – городское поселение, в котором расположено несколько учреждений гостиничного хозяйства разного типа: отели

среднего класса, направленные на обслуживание как внутренних, так и иностранных туристов, и предоставляющие преимущественно стандартное обслуживание; в) узел гостеприимности – крупный город или городская агломерация, в пределах которой расположены и взаимодействуют в процессе обслуживания туристов отели и другие учреждения разной мощности.

Территориальная организация гостиничного хозяйства, как правило, определяется таким расположением учреждений размещения, которое лучше всего отвечает потребностям временных посетителей, обеспечивая при этом постоянство экономического роста при соблюдении экологических требований к деятельности объектов и обеспечение социальных нужд путешествующих и местного населения. Анализ гостиничного хозяйства предусматривает определение уровня его развития и особенностей территориальной организации, которая формируется вследствие действия определенных факторов (рис. 1).

К факторам, которые влияют на территориальную организацию гостиничного дела можно отнести: социально-экономические, демографические, инфраструктурные, инвестиционные, туристские, среди которых локальными и стимулирующими следует считать туризм и развитие гостиничного дела. Таким образом, системный подход к исследованию гостиничного хозяйства должен сочетаться с процессуальным подходом, который позволяет обнаруживать региональные сдвиги в развитии объекта при обоснованной системе временных интервалов.

Разработанный методический подход к исследованию гостиничного хозяйства имеет целью выявить тенденции и механизмы его территориальной организации ради определения направлений развития и оптимизации. В его основу положено объединение методов системно-структурного анализа и временных срезов в сочетании с методами математической статистики, что позволило определить: 1) факторы территориальной организации гостиничного хозяйства и силу их влияния; 2) характер и этапность развития гостеприимности; 3) уровень развития гостеприимства и территориальную его дифференциацию в разрезе регионов; 4) типы элементов территориальной структуры.

Подход к определению этапов развития системы гостеприимства в Российской Федерации может базироваться на ретроспективном анализе гостеприимности, а методика определения уровня развития гостиничного хозяйства в разрезе регионов должна включать анализ показателей по трем признакам: а) уровень потребления услуг гостиничного хозяйства; б) уровень занятости в гостиничном хозяйстве; в) уровень развития мощностей гостиничной сети.

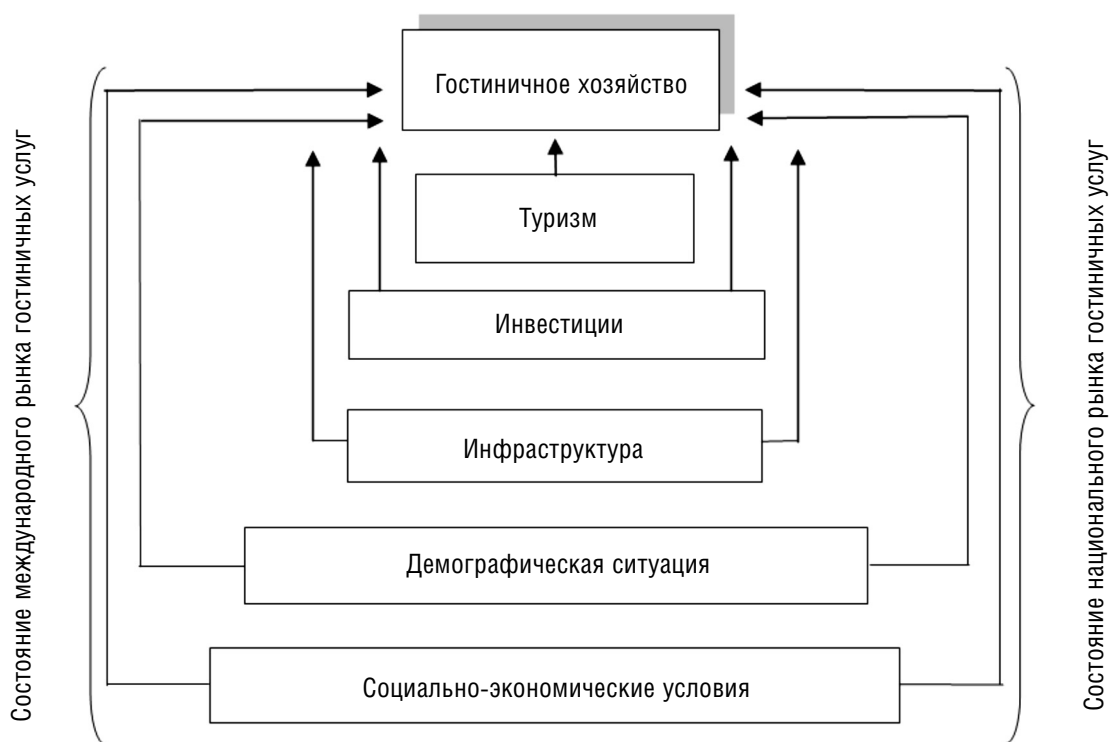


Рисунок 1. Факторы территориальной организации гостиничного хозяйства.

Анализ территориальной организации гостиничного хозяйства Российской Федерации производился в разрезе регионов и основывался на оценке экономических, технологических, организационных аспектов деятельности с целью выявления особенностей функционирования компонентной и организационно-управленческой структур, их влияния на территориальную структуру и уровень развития регионов на каждом из выделенных этапов.

В начальном периоде территориальная организация гостиничного хозяйства характеризовалась несоответствием достигнутых показателей уровню развития нормативов, определенной и незначительной территориальной дифференциацией, достигнутой благодаря целенаправленной государственной политике развития и экономической поддержки регионов. Благодаря экстенсивной плановой политике гостиничное хозяйство имело разветвленную сеть, представленную преимущественно пунктами размещения при незначительной концентрации производственных мощностей в областных центрах.

Организационно-управленческая система имела централизованный характер, хотя одновременно функционировали параллельные системы, каждая из которых была направлена на организацию обслуживания отдельных категорий потребителей (внутренних и иностран-

ных). Вместе с тем экономически необоснованная государственная политика в отрасли привели к дефицитности гостиничных услуг, а низкие стандарты качества сформировали понятие недостаточного гостиничного сервиса.

Этап трансформации гостиничного хозяйства в гостиничный бизнес, который обусловлен изменением общественной модели и происходил на протяжении 1991–2000 гг., характеризуется: 1) изменением организационно-управленческих основ, приведших к нарушению слаженной деятельности в отрасли; 2) сокращением основных производственных показателей, которое было обусловлено уменьшением спроса вследствие низкой эффективности деятельности, нарушением соответствия цены и качества.

Вместе с тем, наметилась устойчивая тенденция к перерастанию гостиничного хозяйства из отрасли услуг для населения в составляющую индустрии туризма, направленную на обслуживание туристов как специфической категории потребителей [6, 7].

Указанные изменения обусловили рост дифференциации в уровне развития гостиничного бизнеса в разрезе регионов и, несмотря на уменьшение экономических показателей, качественные характеристики пред-

приятый одновременно улучшились. Отсюда: рост общего уровня развития отрасли, увеличение количества регионов с высоким индексом развития.

Изменилась и территориальная структура: при уменьшении количества пунктов размещения одновременно выросло количество узлов и центров гостеприимности, преимущественно за счет средних, которые в большой степени приурочены к городам, где не только производственные и административные, но и рекреационно-туристские функции являются определяющими в функциональной структуре.

Современный этап характеризуется окончательным переходом гостиничного хозяйства на предпринимательские основы организации деятельности, где основным потребителем выступают туристы. На этом этапе туристский спрос определяет процессы территориальной организации гостеприимности.

Изменение организационных основ, перераспределение учреждений по формам собственности обозначились в отраслевой структуре перераспределением учреждений по типам, повышением их класса и качественных характеристик номерного фонда, ростом доли учреждений высокого класса (класса "люкс") при одновременном расширении базового класса "стандарт", что положительно оказывает содействие структурным сдвигам в сфере гостеприимности в сторону модернизации, соответствия действующим стандартам качества услуг.

Территориальная структура характеризуется ростом количества всех элементов: узлов, центров гостеприимности и пунктов размещения. Таким образом, изменение в территориальной организации гостиничного хозяйства можно охарактеризовать как динамичное, направленное на интенсификацию деятельности отрасли как составляющей индустрии туризма.

Одновременно переориентация на потребности туристского рынка привела к углублению территориальной дифференциации в уровне развития гостиничного бизнеса с тенденцией к росту разрыва. В то же время современный этап характеризуется ростом влияния государства на развитие гостиничного хозяйства в соответствии с внедряемой программой проведения в России финальной части чемпионата мира по футболу.

Процесс развития индустрии гостеприимства зависит от государственной политики в отрасли, которая должна быть направлена на обеспечение притока инвестиций, стимулирование инновационных процессов. Это

положительно может обозначиться на развитии сети учреждений размещения, их качественных характеристик, на росте общего уровня развития гостеприимности.

Актуальными векторами развития и территориальной организации гостиничного хозяйства на ближайшую перспективу могут выступать:

а) совершенствование государственной политики в гостиничной сфере, которое должно быть направлено на поддержку гостиничного бизнеса за счет благоприятного инвестиционного климата для привлечения внутренних и иностранных инвестиций;

б) поддержка и развитие инновационных процессов, которые на современном этапе уже обозначены транснационализацией и монополизацией деятельности, что проявляется в наличии таких субъектов рынка, как международные и национальные гостиничные сети, интернационализацией труда (введением новых стандартов качества гостиничных услуг, технологических и информационных систем, овладение которыми стимулирует движение рабочей силы в сфере гостеприимности);

в) научно обоснованное развитие сети учреждений гостеприимности должны опираться на исследование внешнего и внутреннего спроса, инновациях в технологической, информационной, управленческой деятельности ради приведения в порядок отраслевой структуры, совершенствование организационно-управленческих основ функционирования, обоснование развития рынка услуг гостеприимности.

Подводя итоги, можно отметить, что решение этих проблем можно достигнуть путем совершенствования нормативно-правовой базы деятельности субъектов рынка услуг гостеприимности, которая должна: упорядочить деятельность как национального, так и иностранного производителя; обеспечить внедрение элементов протекционизма на рынке гостиничных услуг, чтобы поддерживать развитие национального производителя при одновременном усилении контроля со стороны государства за качеством услуг; обеспечить мощностями отелей гостей и участников чемпионата мира по футболу; осуществить поиск масштабных проектов ради поддержки и обеспечения эффективности функционирования развитой сети отелей; осуществить развитие сети путем дальнейшей отраслевой дифференциации учреждений размещения за счет так называемых альтернативных учреждений размещения и разработки нормативно-правовой базы их деятельности, прежде всего, в регионах, где рекреационно-туристская деятельность признана приоритетной, и в регионах, где наблюдается уже дефицит услуг гостеприимности в связи с несоответствием спроса параметров сети (по размещению, классам, типам учреждений).

ЛИТЕРАТУРА

1. Ананьева Т.Н. Основные направления подготовки кадров для сферы туризма // Вестник Ассоциации ВУЗов туризма и сервиса. 2012. № 3. С. 41–45.

2. Афанасьев О.Е. Методика оценки туристско-рекреационных ресурсов зависимых стран и территорий мира // Сервис plus. 2016. Т. 10. № 2. С. 54–63.
3. Караулова Н.М. Внешнеэкономическая деятельность предприятия туризма: система показателей эффективности хозяйственной деятельности предприятия // Вестник Хабаровской государственной академии экономики и права. 2007. № 3. С. 63–68.
4. Коновалова Е.Е. Система стратегического менеджмента в сфере туризма на современном этапе // Сервис в России и за рубежом. 2007. № 2 (2). С. 100–101.
5. Ларионова А.А., Новикова Н.Г. Концептуальные основы формирования стратегий развития предприятий гостиничного бизнеса // Общественные науки. 2012. № 2. С. 286–289.
6. Лебедев К.А. Закономерности формирования туристического спроса в современных условиях // Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление. 2015. Т. 14. № 1. С. 50–66.
7. Лебедев К.А. Развитие предприятий гостиничной сферы в новых условиях хозяйствования // Экономическая наука в 21 веке: вопросы теории и практики сборник материалов 6-й международной научно-практической конференции. 2014. С. 25–26.
8. Лебедева О.Е. Перспективы развития детско-юношеского туризма // Стратегия устойчивого развития регионов России. 2014. № 24. С. 141–144.
9. Лебедева О.Е., Лебедев К.А., Луканова Н.А. Реализация культурно-образовательной деятельности в туризме // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т. 10. № 4 (65). С. 71–82.
10. Новикова Н.Г., Лебедев К.А., Лебедева О.Е. Региональный туризм как фактор социально-экономического развития экономики // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. 2016. Т. 10. № 2. С. 15–21.
11. Платонова Н.А., Артемьева О.А., Вапнярская О.И. Зарубежный и российский опыт создания туристских продуктов, основанных на искусственной аттракции: методические особенности // Современные проблемы сервиса и туризма. 2010. № 1. С. 90–96.
12. Саранча М.А. Методика исследования и состояния туристской маршрутной сети России // Вестник Ассоциации ВУЗов туризма и сервиса. 2015. Т. 9. № 2. С. 23–27.

© К.А. Лебедев, (qwer20003@rambler.ru), Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»,

РЕКЛАМА

MiningWorld
Russia

Mining World

22-я Международная выставка
машин и оборудования
для добычи, обогащения
и транспортировки
полезных ископаемых

17–19 апреля 2018
Москва, Крокус Экспо