

# АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО, МУНИЦИПАЛЬНОГО И КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ

УДК 658.64

DOI: 10.22412/1995-042X-11-3-1

**МОРОЗОВ Владимир Юрьевич**

*Российский государственный университет  
туризма и сервиса (Москва, РФ);  
доктор экономических наук, профессор;  
kaf\_gmu\_2010@mail.ru*

**МУРАШОВА Юлия Владимировна**

*Российский государственный университет  
туризма и сервиса (Москва, РФ);  
кандидат экономических наук, доцент;  
murashova\_0707@mail.ru*

## Современные проблемы развития гостиничного бизнеса в Российской Федерации

*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 проведён анализ существующих проблем в гостиничном бизнесе и определены возможные пути их решения, также рассматриваются тенденции развития гостиничного бизнеса России, выявляются проблемы, затрудняющие его развитие.*

*Человеческий фактор в индустрии гостеприимства играет ведущую роль и является важным ресурсом предприятия. Во взаимоотношениях между работником и клиентом факторами успеха были и продолжают оставаться профессионализм в обслуживании, цена предоставляемой услуги и эргономика, то есть удобство гостя.*

*В течение последних 10 лет в России наблюдается стремительное развитие гостиничного бизнеса. В крупные города приходят международные гостиничные компании, растёт число малых частных отелей, реконструируются старые советские гостиницы. Однако количественный рост далеко не всегда сопровождается одновременным повышением качества обслуживания и уровня сервиса.*

*Гостиничное хозяйство является основой инфраструктуры туризма любой страны, в том числе и России, что подтверждается целевыми показателями реализации Стратегии развития туризма в Российской Федерации, большинство из которых определяют развитие гостиничного хозяйства страны.*

**Ключевые слова:**  
гостиничный бизнес,  
гостиничные услуги

Согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 04.10.1996 г. (с изм. и доп.) 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 они синтезируются на стыке материальных (предоставление номерного фонда, питания) и нематериальных услуг (сервис, атмосфера гостеприимства) [1].

Существующая «Система классификации гостиниц и других средств размещения» (Приказ Ростуризма №86 от 21.07.2005) определяет одинаковые требования к гостиницам разного номерного фонда на всей территории РФ и даёт 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 населённого пункта и деловая (туристическая) активность в регионе [6]. Каждому достаточно крупному населённому пункту необходимо гостиничное предприятие и именно его географическое месторасположение во многом определяет тип, размер и задаёт вектор политики развития [7].

Экологические факторы определяют безопасность жизнедеятельности и жёсткость экологического законодательства в регионе. Значимым маркером развития они будут для регионов с ярко выраженной туристической привлекательностью (юг страны); деловые центры же, зачастую, в силу высокой концентрации промышленности, являются экологи-

чески неблагоприятными регионами и детерминантой для них будет законодательство [8].

Проводимые культурные, спортивные, экономические и политические мероприятия; естественные природные и природно-антропогенные ресурсы являются мощным фактором привлекательности и определяют степень притяжения туристов и бизнесменов в регион.

Спрос на гостиничные услуги не однороден в силу трёх основных причин: неосвязаемость 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 [10].

Резервы повышения эффективности использования ресурсов, альтернативы или возможности их использования являются потенциалом предприятия.

Российский гостиничный бизнес в 90-е и сейчас, отличается кардинальным образом. За прошедшие годы многие города и курортные территории изменились до неузнаваемости, построены десятки, а местами и сотни новых отелей [9]. Необходимо отметить, что портрет гостиничного бизнеса в 90-е годы во многом прошёл под знаком перераспределения наследия советского периода, когда происходил передел рынка, гостиничное строительство носило немассовый характер, причём основное развитие получили отели известных международных брендов.

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 этим

санкции, которые привнесли на рынок гостиничного строительства проблемы с проектным финансированием. Причём, 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 [11].

Также можно выделить ещё 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 чём зачастую не задумываются инвесторы гостиничных комплексов. А мизерное количество архитекторов и дизайнеров с экспертизой в гостиничном бизнесе делают эту проблему более масштабной.

Число официально зарегистрированных средств размещения в России за последние 15 лет увеличилось более чем в два раза. Основной вклад внесли гостиницы – более чем

втрое. В два с лишним раза вырос и номерной фонд российских отелей. А вот санатории и другие специализированные средства размещения показывают куда более скромную динамику. С 2000 г. Росстат систематически публикует данные по коллективным средствам размещения России, по которым можно проследить динамику и определить причинно-следственные взаимосвязи на рынке услуг КСР.

Прежде всего, обращает на себя внимание ускоряющийся рост числа российских средств размещения с 2010 г. (рис. 1). Однако, стоит иметь в виду, что речь идёт далеко не только об открытии новых гостиниц, в значительной мере – это иллюстрация выхода (или принудительного вывода) средств размещения из «тени». Особенно это заметно на примере 2015 г., по итогам которого число КСР, зафиксированных Росстатом, увеличилось почти на треть (+29,2%) или на 4,5 тыс. Основной прирост за последние 15 лет пришёлся на гостиницы (+54%), тогда как объём специализированных средств размещения с 2000 по 2013 гг. падал, заметный рост отмечен только в 2015 г. (+26,7% к 2014 г.).

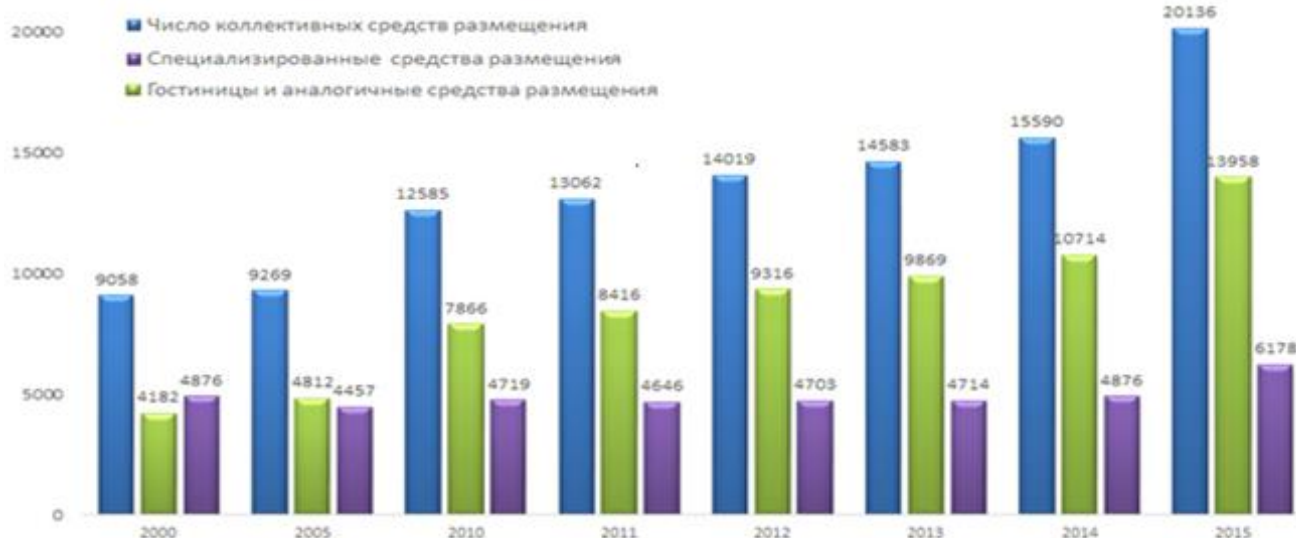


Рис. 1 – Число средств размещения в России с 2000 по 2015 гг.

Специализированными средствами размещения являются санаторно-курортные организации, дома отдыха, базы отдыха, кемпинги, туристские базы, используемые как средства размещения общественные средства

транспорта (туристские поезда, круизные суда, яхты), переоборудованный под средства размещения для ночлега наземный и водный транспорт, включая дебаркадеры [5].

Зарегистрированный Росстатом номер-

ной фонд российских средств размещения за минувшие 15 лет вырос на 63%: с 472 тыс. до 771 тыс. номеров (рис. 2). Примечательно, что до 2011 г. номерной фонд специализированных средств размещения превышал гостиничный. Судя по всему, речь идёт о номерном фонде санаториев, домов и баз отдыха, действующем ещё со времён СССР. До 2014 г. этот

сегмент номерного фонда практически не менялся, прирост (на 12,7%) зафиксирован лишь в 2015 г., что связано, скорее, с реконструкцией старых объектов, чем с запуском новых [13]. Напротив, номерной фонд гостиниц и других аналогичных средств размещения (мотели, пансионаты) с 2000 г. постоянно прирастал, за 15 лет увеличившись почти в 2,5 раза.

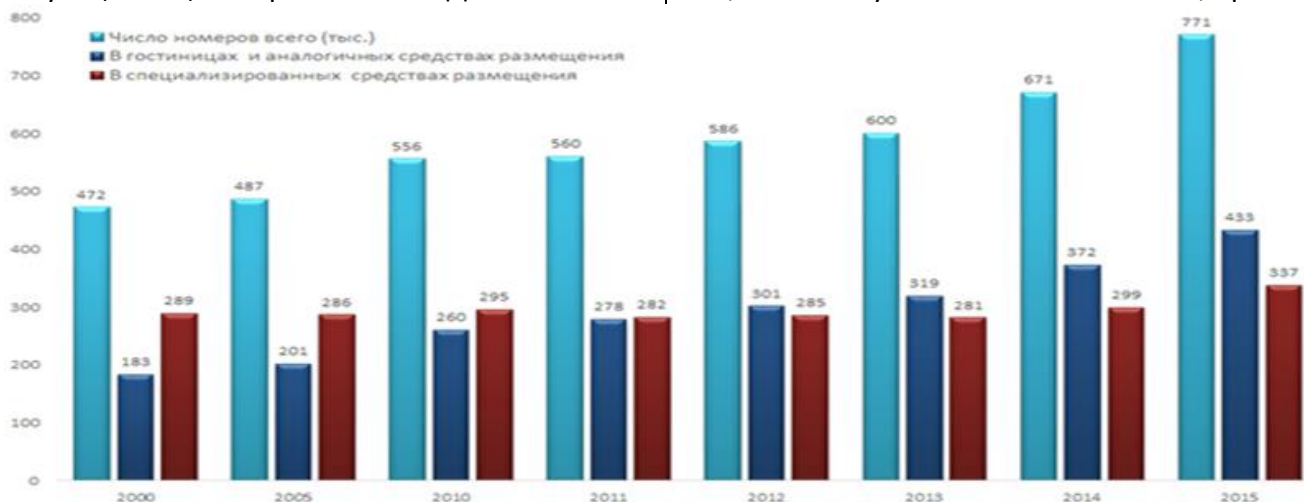


Рис. 2 – Динамика изменения номерного фонда в России с 2000 по 2015 гг. (тыс. номеров)

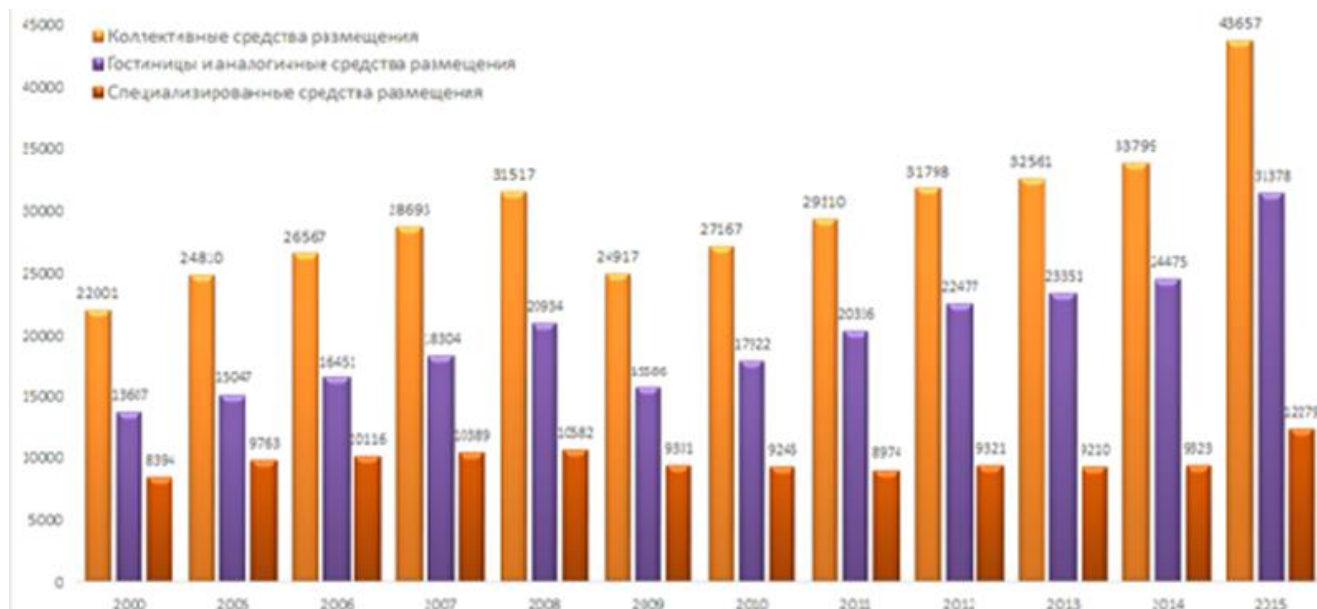


Рис. 3 – Число разместившихся в коллективных средствах размещения (тыс. чел.)

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 г. (-21% или на 21,8 млн чел.!). С 2010 г. число гостей вновь начало расти, но на докри-

зисные показатели вернулось лишь к 2013-2014 гг. С 2015 г. отмечен резкий скачок этого показателя (+29,2%), что опять-таки скорее следствие выхода отельеров «из сумрака», чем заслуга внутреннего туризма. На рис. 3 также хорошо заметно, что нагрузка специализированных средств размещения, в том

числе ведомственного номерного фонда, в результате кризиса сократилась не столь резко.

Динамика изменения числа иностранцев, проживавших в российских КСР (рис. 4), также очень чётко коррелирует с экономической ситуацией. Так, в 2005-2007 гг. прирост числа иностранных гостей в российских отелях был незначительным. В 2008-2009 гг. на фоне мирового кризиса произошёл заметный спад. Далее началось восстановление иностранного турпотока, чему скорее всего спо-

собствовал первый этап девальвации российской валюты: курс доллара к 2010 г. вырос с 23 до 30 и более рублей. В 2015 г., после почти двукратного падения курса рубля, число иностранных гостей в российских средствах размещения резко выросло (+22%) (рис. 6). Показательно, что подавляющее большинство иностранных гостей предпочитает классическую отельную систему проживания, практически игнорируя специализированные средства размещения.

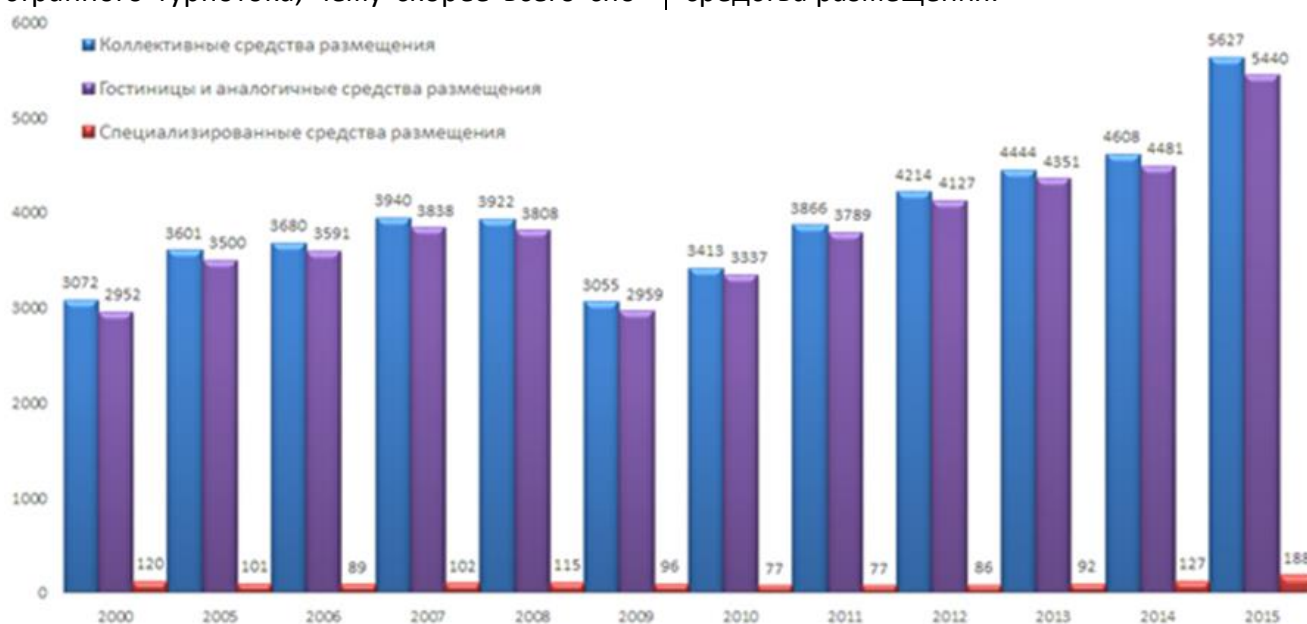


Рис. 4 – Число иностранных граждан, размещавшихся в коллективных средствах размещения России (тыс. чел.)



Рис. 5 – Число лиц, размещённых в российских КСР, по целям поездок (тыс. чел.)

Статистика, опубликованная Росстатом, не даёт возможности оценить изменение числа гостей по целям поездок во время кризиса 2008-2009 гг., однако «крымский след» вполне заметен. С 2014 г. статистика фиксиру-

ет 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, осо-

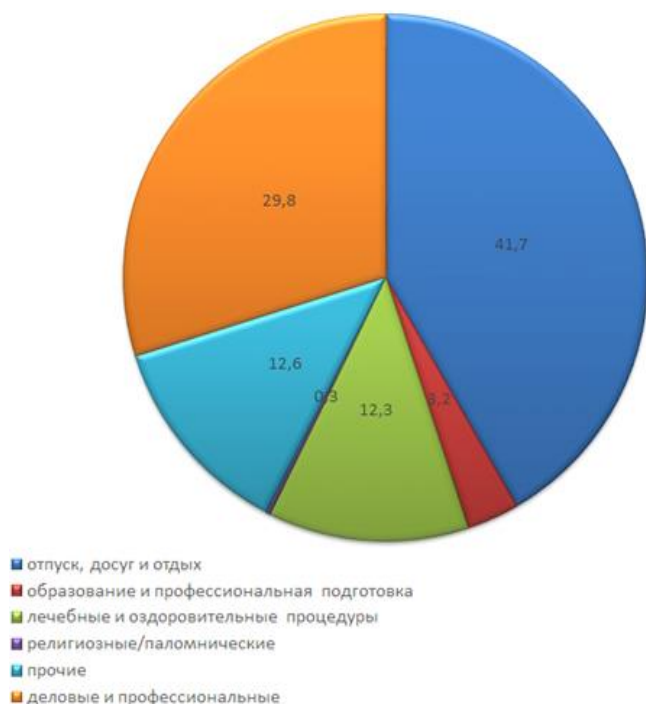


Рис. 6 – Распределение гостей КСР по целям поездок в 2015 г., %

бенно учитывая тот факт, что далеко не все средства размещения, где останавливаются бизнес-туристы, находятся в поле зрения отечественной статистики [13].

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 учётом 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 ИСТОЧНИКОВ:

1. Арифуллин М.В. Как обеспечить качество гостиничных услуг? // Стандарты и качество. 2014. №6(924). С. 84-86.
2. Баева В.В., Бокарева Е.В., Егорова Е.Н., Заернюк В.М., Качурина М.М., Леонова В.П., Новикова Н.Г., Подсевалова Е.Н., Силаева А.А., Ульяновченко Л.А., Фаизова Г.Р., Черникова Л.И. Организация гостиничного дела. М.: Кнорус, 2016.
3. Бокарева Е.В., Журавлева Н.В., Глинкина Е.В. и др. Проблемы экономики и управления предприятиями, отраслями, комплексами: Монография. Новосибирск: Сибпринт, 2011. Кн. 15. 199 с.
4. Голигузова Н.С., Воробьев В.К. Современные проблемы развития гостиничного бизнеса в РФ // Инновационные технологии в науке и образовании. 2015. №4(4). С. 399-403.
5. Воронцова М.Г., Быстров С.А. Гостиничный бизнес: теория и практика. СПб: СПбГУКИ, 2014. 168 с.
6. Дручевская Л.Е. Перспективы и особенности развития гостиничного бизнеса в России // Сервис в России и за рубежом. 2013. №6(44). С. 16-22.
7. Ильясова М.К., Ибраимова С.И. Проблемы оценки эффективности деятельности предприятий гостиничного бизнеса // Инновационная наука. 2015. Т.1. №5(5). С. 115-118.
8. Лимонина И.Г., Сафина С.С. Территориальные различия в размещении крупнейших розничных сетей в России // Проблемы современной экономики. 2014. №2. С. 292-295.
9. Никольская Е.Ю., Титиевская Е.М. Актуальные вопросы развития гостиничного бизнеса // Путь науки. 2014. №6. С. 54-57.
10. Палаткин А.С., Гварлиани Т.Е. Оценка экономической эффективности гостиничных услуг // Sochi Journal of Economy. 2011. №2. С. 78-83.
11. Тимохина Т.Л. Организация гостиничного дела. М.: Юрайт, 2015. 331 с.

12. **Хаванова Н.В., Кривошеева Т.М., Осокин В.М.** Использование инструментария маркетинга впечатлений в индустрии туризма // Сервис в России и за рубежом. 2014. №3(50). С. 3-14.
13. **Хорев А.С., Никольская Е.Ю.** Современные проблемы и тенденции развития туристско-гостиничного комплекса // Инновационная наука. 2015. №11-1. С. 120-123.
14. **Morozova L.S., Morozov V.Y., Havanova N.V., Litvinova E.V., Bokareva E.V.** Ensuring the development of tourism in the regions of the Russian Federation, with account of the tourism infrastructure factors // Indian Journal of Science and Technology. 2016. Vol. 9. № 5. Pp. 87599-87604. DOI: 10.17485/ijst/2016/v9i5/87599.

**Vladimir Yu. MOROZOV**<sup>a</sup>,  
**Yulija V. MURASHOVA**<sup>b</sup>

## MODERN PROBLEMS OF THE HOTEL BUSINESS DEVELOPMENT IN THE RUSSIAN FEDERATION

*Russian State University of Tourism and  
Service (Moscow, Russia);*

*<sup>a</sup> PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor;  
e-mail: kaf\_gmu\_2010@mail.ru;*

*<sup>b</sup> PhD in Economics, Associate Professor;  
e-mail: murashova\_0707@mail.ru*

*The state of the hotel fund acts as a deterrent to development of the tourist industry in the Russian Federation. In addition, the processes of concentration and integration take place on the tourist market, directly affecting the hotel business. The article analyzes the existing problems in the hotel business and identifies possible ways to solve them, also considers development trends in the Russian hotel business, and identifies problems hampering its development.*

*The human factor in the hospitality industry plays a leading role and is an important resource of an enterprise. Professionalism in service, the price of the service provided and the ergonomics of the hotel space have been, and continue to be the success factors in the relationship between an employee and a customer.*

*Within the last ten years in Russia rapid development of hotel business is observed. The international hotel companies come to the large cities, the number of small private hotels grows, old Soviet hotels are reconstructed. However the proliferation isn't always followed by simultaneous improvement of quality and level of service.*

*The hospitality industry is a basis of tourism infrastructure of any country including Russia that is confirmed by target indicators of implementing the tourism development strategy in the Russian Federation.*

**Keywords:**  
*hotel business,  
hotel services*

### References

1. **Arifullin, M. V.** (2014). Kak obespechit' kachestvo gostinichnyh uslug? [How to provides hotel service quality?]. *Standarty i kachestvo* [The standards and quality], 6(924), 84-86. (In Russ.).
2. **Baeva, V. V., Bokareva, E. V., Egorova, E. N., Zaernjuk, V. M., & other.** (2016). *Organizacija gostinichnogo dela* [Organization of hotel business]. Moscow: Knorus. (In Russ.).
3. **Bokareva, E. V., Zhuravleva, N. V., Glinkina, E. V., & other.** (2011). *Problemy ekonomiki i upravlenija predpriyatijami, otrasljami, kompleksami* [Problems of economics and management of enterprises, industries, complexes]: monograph. Novosibirsk: Sibprint, Vol. 15. (In Russ.).
4. **Goliguzova, N. S., & Vorob'ev, V. K.** (2015). *Sovremennye problemy razvitija gostinichnogo biznesa v RF* [Modern problems of hotel business development in the Russian Federation]. In-

- novacionnye tehnologii v nauke i obrazovanii [Innovative technologies in science and education], 4(4), 399-403. (In Russ.).*
5. **Voroncova, M. G., & Bystrov, S. A.** [2014]. *Gostinichnyj biznes: teorija i praktika [Hotel Business: Theory and Practice]*. St. Petersburg: SPbGUKI. (In Russ.).
  6. **Druchevskaya, L. E.** (2013). Perspektivy i osobennosti razvitija gostinichnogo biznesa v Rossii [The future and peculiarities of hotel business development in Russia]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad], 6(44), 16-22. (In Russ.).*
  7. **Il'jasova, M. K., & Ibraimova, S. I.** (2015). Problemy ocenki effektivnosti dejatel'nosti pred-prijatij gostinichnogo biznesa [Assessing the efficiency of hotel enterprises activity]. *Innovacionnaja nauka [Innovative science], 1(5), 115-118. (In Russ.).*
  8. **Limonina, I. G., Safina, S. S.** (2014). Territorial'nye razlichija v razmeshhenii krupnejshih roz-nichnyh setej v Rossii [Territorial differences in the placement of retail nets in Russia]. *Problemy sovremennoj ekonomiki [Problems of Modern Economics], 2(50), 292-295. (In Russ.).*
  9. **Nikol'skaja, E. Yu., & Titievskaja, E. M.** (2014). Aktual'nye voprosy razvitija gostinichnogo biznesa [Current issues of hotel business]. *Put' nauki [The Way of Science], 6(6), 54-57. (In Russ.).*
  10. **Palatkin, A. S., & Gvarliani, T. E.** (2011). Ocenka ekonomicheskoj effektivnosti gostinichnyh uslug [Hotel services economic efficiency estimation]. *Sochi Journal of Economy, 2, 78-83. (In Russ.).*
  11. **Timohina, T. L.** (2015). *Organizacija gostinichnogo dela [Organization of Hotel Business]*. Moscow: URAIT. (In Russ.).
  12. **Havanova, N. V., Krivosheeva, T. M., & Osokin, V. M.** (2014). Ispol'zovanie instrumentarija marketinga vpechatlenij v industrii turizma [Tourism industry employing personal experience marketing tools]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad], 3(50), 3-14. (In Russ.).*
  13. **Horev, A. S., & Nikol'skaja, E. Yu.** (2015). Sovremennye problemy i tendencii razvitija tu-ristsko-gostinichnogo kompleksa [Modern problems and development trends in the tour-ism and hotel complex]. *Innovacionnaja nauka [Innovative science], 11-1, 120-123. (In Russ.).*
  14. **Morozova, L. S., Morozov, V. Y., Havanova, N. V., Litvinova, E. V., & Bokareva, E. V.** (2016). Ensuring the development of tourism in the regions of the Russian Federation, with account of the tourism infrastructure factors. *Indian Journal of Science and Technology, 9(5), 87599-87604. doi: 10.17485/ijst/2016/v9i5/87599.*

**Морозов В.Ю., Мурашова Ю.В.** Современные проблемы развития гостиничного бизнеса в Российской Федерации // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т. 11. Вып. 3. С. 6-13.  
DOI: 10.22412/1995-042X-11-3-1.

**Morozov, V. Yu., & Murashova, Yu. V.** (2017). Modern problems of the hotel business development in the Russian Federation. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad], 11(3), 6-13. doi: 10.22412/1995-042X-11-3-1. (In Russ.).*