

Носов Иван Валерьевичаспирант Российского государственного
торгово-экономического университета
i.nosov9@gmail.com**СОСТОЯНИЕ И ОСОБЕННОСТИ
РАЗВИТИЯ РЫНКА
ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В РОССИИ****Аннотация:***Гостиница – это идеальный вариант размещения и для тех, кто отправляется на отдых, и для тех, кого ждут деловые встречи. Для оценки конкурентоспособности предприятий, функционирующих в сфере гостеприимства, необходимо понимать особенности рынка гостиничных услуг.***Ключевые слова:***рынок гостиничных услуг, гостиничный бизнес, конкурентоспособность.***Nosov Ivan Valerievich**post-graduate student of
Russian State Trade-Economic University
i.nosov9@gmail.com**STATE AND FEATURES OF
DEVELOPMENT OF MARKET OF
HOTEL SERVICES IN RUSSIA****The summary:***Hotel is the ideal accommodation option for those who go on vacation, and for those who are waiting for business meetings. To assess the competitiveness of enterprises operating in the area of hospitality, it is necessary to understand the peculiarities of the market of hotel services.***Keywords:***market of hotel services, hotel business, competitiveness.*

Гостиничный бизнес – одна из самых быстро и успешно развивающихся сфер в мире, и в России в том числе. Анализ общего состояния и лидирующих позиций показал, что в мире насчитывается 307 683 отелей различного уровня (с номерным фондом 11 333 199 единиц), наибольшая концентрация которых приходится на Европу и Северную Америку. При этом в мире сложилось более 300 гостиничных цепей, вышедших за рамки национальных границ. На их долю приходится более 7 млн. номеров из почти 13 млн. (более 50 % гостиничных номеров в мире). Количество номеров возрастает в мире ежегодно на 10–15 %. На каждый гостиничный номер приходится примерно один служащий (всего 11,2 млн. человек). Более 4 млн. служащих работают в гостиничной индустрии США. Решающим при определении доходности гостиницы являются показатели уровня загрузки и тарифной стоимости одного дня проживания. Средняя загрузка гостиниц мира составила 67,7 %, средний доход на номер – 84,4 дол. США.

В России, среднегодовая загрузка отелей в настоящий момент составляет 70–80 % в Москве и 50–60 % в регионах.

По данным Госкомстата [1], за последние десять лет российский гостиничный рынок ежегодно рос на 15–20 %, а на конец 2010 г. число гостиниц на рынке увеличилось на 9 %. По данным DISCOVERY Research Group, быстрый рост операционных доходов гостиничных предприятий (на 31 % за 2004–2009 гг.) привел к росту числа открываемых гостиниц. На конец 2010 г. в России работало 4 369 гостиниц (включая санатории и пансионаты) на 186,7 тыс. номеров и 368,3 тыс. мест. Из них, по оценкам экспертов Jones Lang LaSalle и Colliers International, только около 14 тыс. номеров соответствуют современным гостиничным стандартам. Тем самым подтверждая факт, что качество сервиса остается достаточно низким. В частности, 60 % гостиниц имеет 3 удобства. Чаще всего в номере есть душ, ванна и санузел. Как правило, в каждой гостинице, помимо стандартных, предоставляются дополнительные услуги, такие как автостоянка, заказ такси, прачечная, химчистка и др. Наиболее популярными из дополнительных сервисов являются автостоянка и заказ такси – такие услуги предоставляют 88 % и 84 % гостиниц соответственно. Чаще всего гостиницы оказывают 1–3 дополнительные услуги в области безопасности и связи. Здесь подразумеваются такие сервисы, как телефон, кабельное и спутниковое телевидение, интернет, кодовый замок, охранная сигнализация. При этом 94 % гостиниц предоставляют в пользование жильцам телефон. Менее распространены Интернет и спутниковое телевидение – такие услуги оказывают 48 % и 46 % гостиниц соответственно [2].

По данным Госкомстата, на конец 2010 г. на 1 000 человек населения России приходится почти 1,5 номера. Только 34 гостиницы в стране сертифицированы на 5*, 140 гостиниц имеют категорию 4*, 281 гостиница – 3* и 181 – категорию 1*–2*. Что касается сегментов, наиболее востребованными остаются трехзвездочные отели, дефицит которых ощущается во всех крупных городах России. Наиболее перспективным сегментом гостиничного бизнеса в последние годы можно назвать сегмент малых гостиниц. Сюда включены придорожные мини-гостиницы, апарт-отели и частный сектор гостиничного бизнеса.

По данным DISCOVERY Research Group, в 2010 году среди московских гостиниц категории «3 звезды» около 20 % имеют номерной фонд более 300 номеров. Почти половина (46 %) отелей располагает 100–300 номерами. Мини-гостиницы до 100 номеров составляют 34 % от общего количества исследованных отелей.

Такая ситуация позволяет отелям постоянно поднимать тарифы на проживание, что и сдерживает более интенсивный рост спроса на гостиничные услуги [3].

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 40 % всех доходов. Доля Санкт-Петербурга в доходах от основной деятельности всех гостиничных предприятий в 2010 г. составляла 12 %. При этом средний тариф за проживание в Москве за 2010 г. составил 3 700 руб. в сутки, отели уровня 4–5* под управлением международных операторов работали со средним тарифом около 10 300 руб. За январь-май 2010 г. средний тариф за проживание по этим гостиницам увеличился на 11 %.

Рентабельность гостиниц в регионах составляет 15–20 %, а в Москве 17–25 %. Это почти в 2,5 раза больше, чем в Европе, где аналогичный показатель не превышает 10 % [4].

Причем в основном рост обусловлен увеличением числа гостиниц высокого сегмента – «4 звезды» и «5 звезд» [5, 6].

Такая тенденция объясняется тем, что сроки окупаемости дорогих отелей гораздо меньше, а количество клиентов остается наиболее высокой среди всех сегментов.

Важной тенденцией российского рынка гостиничных услуг является проникновение международных сетевых компаний на наш рынок. На московском рынке работают самые известные международные гостиничные сети: Marriott, Hyatt, Swissotel, Holiday Inn, SAS Radisson, Kempinski. Большой интерес к московскому рынку проявляет сеть Hilton, неоднократно пытавшаяся выйти на московский рынок.

На начало 2010 г. в России работало около 260 гостиниц в составе сетевых цепочек (2 и более отеля под управлением одной компании). Крупнейшей российской сетью является «АЗИМУТ Сеть Отелей». В 2010 г. оборот «АЗИМУТ Сеть Отелей» составил \$54 млн., темп прироста более 30 %.

Лидер рынка – сеть Heliopark Hotels & Resorts с 11 отелями – занимает на нем не более 1,5 %, около 1 % принадлежит сети Amaks Grand Hotels с 14 отелями, столько же – ВАО «Интурист» (8 гостиниц).

Из новых тенденций также можно отметить открытие гостиниц в составе многофункциональных комплексов.

В последние годы, по оценке экспертов компании DISCOVERY Research Group, отмечена тенденция к росту числа инвестиционных проектов по строительству и реконструкции гостиниц, где наиболее привлекательными являются г. Москва, г. Санкт-Петербург и Краснодарский край (особенно в свете проведения в Сочи Олимпиады-2014).

Одним из наиболее значимых инвесторов может стать кувейтская компания Sovereign Hospitality Holdings, которая недавно объявила о своих инвестиционных планах на рынке СНГ. По данным издания «Бизнес», английские и ирландские предприниматели намерены вложить около \$100 млн. в три московские гостиницы. После возведения отелей инвесторы намереваются некоторое время управлять ими, а затем перепродать [7, 8].

Таким образом, среди **ключевых тенденций развития** гостиничного бизнеса в России можно выделить:

- приток инвесторов в гостиничный бизнес, постепенное насыщение сегментов жилой, офисной и складской недвижимости;
- ускоренное развитие сегмента гостиничной недвижимости в регионах;
- выход на гостиничный рынок инвесторов, не связанных с гостиничным бизнесом;
- увеличение привлекательности многофункциональных объектов для инвесторов;
- создание производств полного цикла российскими туроператорами;
- консолидация гостиничного бизнеса;
- покупка зарубежных гостиниц российскими компаниями и предпринимателями [9].

Отдельно следует выделить развитие автоматизации рабочего процесса, что касается, в первую очередь, тех фирм, которые имеют достаточно солидные обороты и объемы продаж. Таким компаниям нужна оперативность и управляемость, а они, напротив, сталкиваются с ростом разного рода рутинной деятельности. Требуется, насколько возможно, избавить своих сотрудников от нее и более эффективно их использовать.

Требования к автоматизированной системе управления зависят от величины номерного фонда, типа отеля, его места расположения. Система, написанная исключительно для малых отелей, может оказаться совершенно неспособной работать в крупном отеле: она просто

не сможет обработать необходимый объем информации. Автоматизированная система, ориентированная исключительно на крупные отели, может оказаться громоздкой и малопонятной для персонала малого отеля.

Рост конкуренции вызывает необходимость предложения новых услуг, в том числе использование информационных технологий. Можно выделить несколько основных направлений использования информационных технологий:

- система бронирования;
- система расчетов с гостями;
- система бухучета;
- система электронного запираия;
- торговые терминалы;
- контроль состояния номерного фонда;
- учет дополнительных услуг;
- управление доходностью;
- система управления качеством обслуживания;
- система жизнеобеспечения (отопление, холодоснабжение и кондиционирование, водоснабжение, канализация, дренажные системы, электроснабжение, освещение, системы безопасности и пожаротушения, автопаркинг, телефонная связь, эфирное и интерактивное телевидение).

Организовать работу гостиничного комплекса с максимальной эффективностью и в соответствии с современными мировыми требованиями можно только с использованием современных компьютерных технологий. Вопрос комплексной автоматизации процессов бронирования, регистрации и размещения гостей, расчетов с ними, агентами, туроператорами является весьма актуальным.

Ссылки:

1. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>
2. 40 % доходов гостиничного бизнеса приходится на Москву // Портал про гостиничный бизнес ProHotel.ru. URL: <http://www.prohotel.ru/news-21579/0/>
3. Там же.
4. Гостиницы Москвы. URL: <http://www.zabroniryi.ru>
5. 40 % доходов гостиничного бизнеса приходится на Москву.
6. Гостиничный бизнес в России // Маркетинговые исследования и бизнес-планы. URL: <http://market-report.ru/>
7. Гостиничный бизнес запускает новую схему. URL: <http://articles-city.ru/articles/business/real/bn/145430.html>
8. Исследование рынка гостиничных услуг. URL: <http://services.inthepress.ru/v/28839.html>
9. Маркетинговое исследование гостиничного бизнеса в России: текущие состояние и перспективы развития. URL: <http://www.restko.ru/market/1662>

References (transliterated):

1. Federal'naya sluzhba gosudarstvennoy statistiki. URL: <http://www.gks.ru>
2. 40 % dokhodov gostinichnogo biznesa prikhodit-sya na Moskvu // Portal pro gostinichniy biznes ProHotel.ru. URL: <http://www.prohotel.ru/news-21579/0/>
3. Ibid.
4. Gostinitsy Moskvyy. URL: <http://www.zabroniryi.ru>
5. 40 % dokhodov gostinichnogo biznesa prikhodit-sya na Moskvu.
6. Gostinichniy biznes v Rossii // Marketingovye issledovaniya i biznes-plany. URL: <http://market-report.ru/>
7. Gostinichniy biznes zapuskaet novuyu skhemu. URL: <http://articles-city.ru/articles/business/real/bn/145430.html>
8. Issledovanie rynka gostinichnykh uslug. URL: <http://services.inthepress.ru/v/28839.html>
9. Marketingovoe issledovanie gostinichnogo biznesa v Rossii: tekushchie sostoyanie i perspektivy razvitiya. URL: <http://www.restko.ru/market/1662>