

Стрекалова Г. Р.

*кандидат технических наук, доцент,
заведующая кафедрой менеджмента
Института социальных и гуманитарных знаний*

Чурбанова Р. А.

*аспирант кафедры менеджмента
Института социальных и гуманитарных знаний*

Гостиничный бизнес Республики Татарстан: проблемы и перспективы развития

Аннотация. Рассмотрена динамика показателей развития гостиничного бизнеса в Республике Татарстан. Выявлены закономерности и проблемы его развития. Показано, что не массовое строительство гостиниц создаст успех гостиничному бизнесу, а повышение качества и разнообразие предлагаемых конкурентоспособных услуг.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, туризм, гостиничный бизнес, качество, услуга, классность, Республика Татарстан, цена-качество, конкурентоспособность.

Hotel business of Republic Tatarstan: problems and development prospects

The summary. Dynamics of indicators of development of hotel business in Republic Tatarstan is considered. Laws and problems of its development are revealed. It is shown, what not mass building of hotels will create success to hotel business, and improvement of quality and variety of offered competitive services.

Keywords: the hospitality industry, tourism, hotel business, quality, service, классность, Republic Tatarstan, the price-quality, competitiveness.

Социально-экономические преобразования, происходящие в России в связи с интеграционными процессами, вызвали интерес к индустрии гостеприимства, поскольку это один из крупнейших и широко представленных в международном масштабе видов деловой активности, где сконцентрирован значительный капитал и есть все предпосылки для дальнейшего устойчивого развития. [2] И этот интерес имеет три стороны, во-первых, интенсификация развития производственной сферы в свете инновационной экономики и исчерпание точек ее роста вызвали поиск

резервов, которые и были обнаружены в сфере услуг. С другой стороны, рост благосостояния граждан и их интерес к туристическим поездкам, не смотря на снижение качества туристических услуг за рубежом, и другие как природные, так и форс-мажорные обстоятельства, не снижают потока туристов из России, подпитывающих индустрию гостеприимства зарубежных стран. И, в-третьих, в Российской Федерации, и ее регионах имеется огромный арсенал памятных мест, что, безусловно, должно стимулировать интерес к развитию туризма в нашей стране. [1]

Помимо собственно туризма есть еще и так называемый корпоративный и деловой туризм, соответственно и отели, специализирующиеся на обслуживании корпоративных и деловых клиентов. Туризм – мощный фактор экономического развития, и в этой связи актуальной является проблема его организации и развития, а также определения значимых факторов обеспечивающих его конкурентоспособное развитие. [4] Данная проблема многоаспектная, и рассматривать ее надо поэтапно.

Так, например, согласно рис.1, 38% туризма приходится на пляжный, но и деловой и культурно познавательный в сумме также дают 38%, ну и другие виды туризма не должны оставаться без внимания.

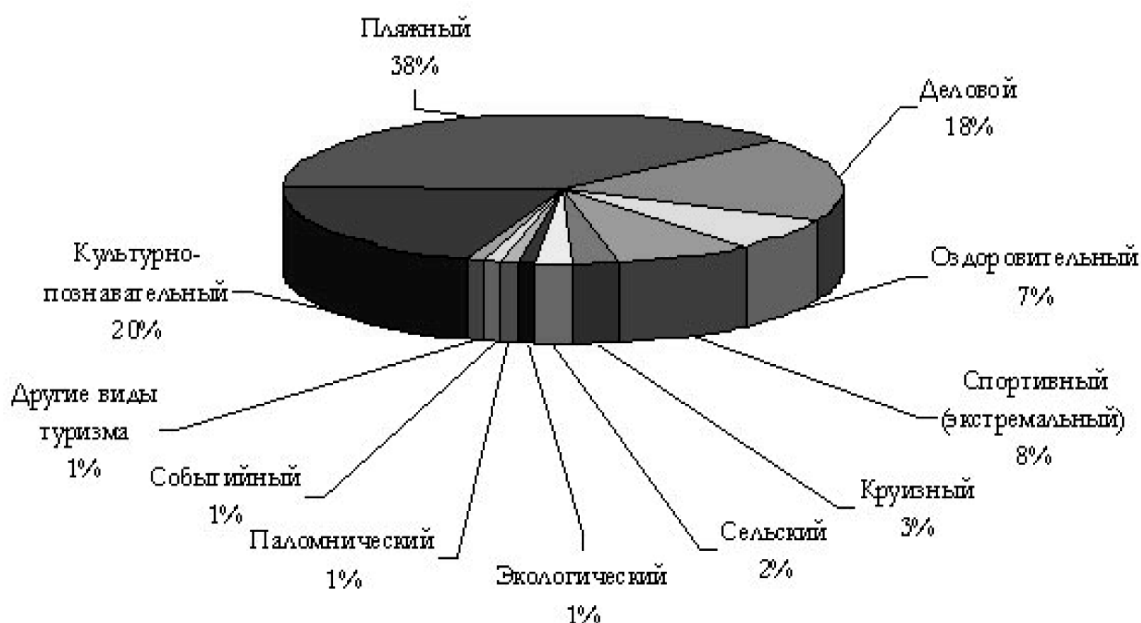


Рис. 1. Состав и структура видов туризма [2]

Следует отметить, что формирование российского туристского рынка началось сравнительно недавно с 1990 года и развивалось низкими темпами в виду смены собственника и процветания выездного туризма с целью шопинга. Но это только одна сторона туризма. Другая сторона связана с отсутствием надлежащего уровня гостеприимства связанного с сектором размещения, поскольку в индустрию гостеприим-

ства входят как собственно гостеприимство, а также путешествия и туризм, то одной из важнейших отраслей туристской индустрии является гостиничное хозяйство. [3]

Рассмотрим сектор размещения на примере динамики гостиниц Республики Татарстан (табл.1)

Таблица 1

Динамика количества гостиниц в Республике Татарстан [5]

Показатели	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.
Число организаций	119	131	146	178
Темп роста гостиниц, %	-	10,08	11,45	21,92
Вместимость, тыс. мест	7,5	8,5	9,5	11,4
Темп роста вместимости, %	-	13,33	11,76	20,0
Число номеров	4185	4778	5268	6372
Темп роста номеров	-	14,17	10,26	20,95
в том числе высшей категории	335	460	661	1163
Темп роста номеров высшей категории	-	37,31	43,69	75,94
Число мест	7998	8489	9525	11419
Темп роста количества мест	-	6,14	12,2	19,88

Как видим, наблюдается устойчивый рост количества гостиниц и их вместимости, так например в 2009 году количество гостиниц выросло в равнении с предыдущим годом на 21,92 % а их вместимость на 20 %. Наряду с ростом гостиничных предприятий, наблюдается положительный рост и числа номеров, в том числе и высшей категории. Так, например, в 2009 году в сравнении с 2008 годом рост номеров высшей категории составил 75,94%. Но следует заметить, что доля номеров высшей категории не высока, в 2009 году она составила лишь 18,25% от общего числа номеров. Меньшими темпами, но растет и количество мест. В таблице 2 приведены данные по качественному составу гостиниц в 2009 году.

Как видим, 82,02% гостиничных предприятий в Республике Татарстан приходится на долю гостиниц. Из общего количества средств размещения в частной собственности находятся 79,77%, доля гостиниц в частной собственности составляет 81,51%. В государственной собственности находятся всего 6,18% гостиничных предприятий, из них 4,79% гостиниц. Таким образом, представляют одну из составляющих инфраструктуры индустрии гостеприимства. Посмотрим на уровень комфорта гостиниц (рис.2). Как показывают данные, звездностью гостиницы не блещут. В Республике Татарстан на сегодняшний день только одна гостиница в пять звезд — «Мираж», 84% гостиниц остаются

Таблица 2

Гостиницы и аналогичные средства размещения в Республике Татарстан [5]

Число гостиничных предприятий, единиц		в том числе:					
		гостиниц	мотелей	меблированные комнаты	пансионаты	общежитий для приезжих	гостиничных предприятий другого типа
Всего по РТ	178	146	8	6	1	8	9
в том числе в г. Казань	73	65	2	1	1	2	2
Доля гостиничных предприятий в % к итогу по РТ	100	82,02	4,49	3,37	0,56	4,49	5,06
в том числе по формам собственности:							
Государственная	11	7	-	-	1	2	1
Муниципальная	5	3	1	-	-	1	-
Частная	142	119	5	8	-	5	5
Смешанная российская	14	11	-	-	-	-	3
Совместная российская и иностранная	5	5	-	-	-	-	-
Иностранная	1	1	-	-	-	-	-

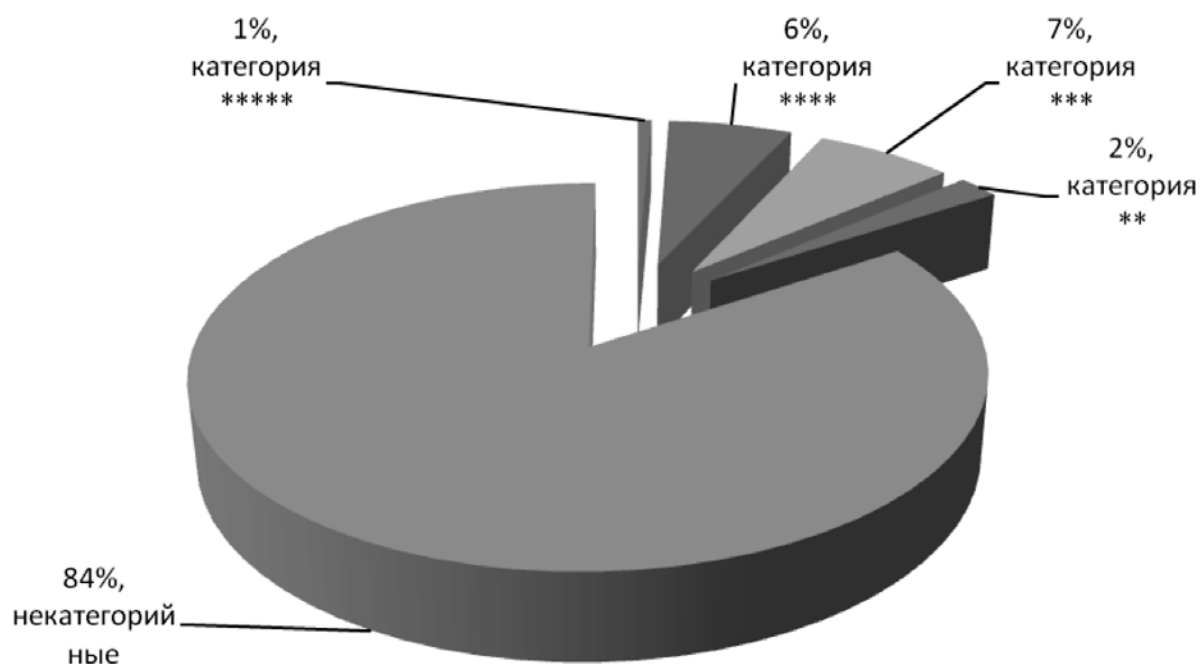


Рис. 2. Классность гостиниц (по данным 2010 г) [6]

некатегорийными (в 2007 году эта цифра равнялась 91,3%), несколько гостиниц находятся в стадии официального подтверждения звездности, несмотря на то, что 74,74% из них находятся в частной собственности, 32,63% представляют собой крупные и средние организации, 42,11% относятся к субъектам малого предпринимательства, в 25,26% случаях собственником является индивидуальный предприниматель. [6]

Стоит отметить, что четырех и пятизвездочные отели в городе Казани являются ярким свидетельством активной и насыщенной жизни и достаточно развитого туризма. На следующем этапе рассмотрим предпочтения клиентов о месте размещения (табл. 3 и табл. 4).

Таблица 3

Предпочтения номерного фонда гостиничных предприятий

	Число комнат всего, единиц	в том числе:				в % от общего числа номеров			
		высшей категории	первой категории	второй категории	прочие	высшей категории	первой категории	второй категории	прочие
Всего по РТ	4778	460	1581	740	1364	9,63	33,09	15,49	28,55
в том числе по формам собственности:									
муниципальная	56	-	-	19	37	-	-	33,93	66,07
частная	3661	338	1146	603	941	9,23	31,30	16,47	25,70
смешанная российская и иностранная	148	16	102	8	22	10,81	68,92	5,41	14,86
иностранная	170	16	100	12	42	9,41	58,82	7,06	24,71

Таблица 4

Распределение численности размещенных лиц по целям поездок [5]

	Число размещенных лиц по целям поездок, человек			
	досуг, рекреация, отдых	деловые и профессиональные	лечение и профилактика	прочие
Всего по республике	74128	346854	5337	78671
гостиницы	70847	322804	183	54145
меблированные комнаты	2468	3657	11	1699
мотели	346	5775	-	11308
пансионаты	467	6485	5143	1268
общежития для приезжих	-	4304	-	6916
другие организации	-	3829	-	3335
Доля размещенных в гостинице, %	95,57	93,07	3,43	68,82
Доля размещенных в меблированных комнатах, %	3,33	1,05	0,21	2,16
Доля размещенных в мотелях, %	0,47	1,66	-	14,37
Доля размещенных в пансионатах, %	0,63	1,87	96,36	1,61
Доля размещенных в общежитиях, %	-	1,24	-	8,79
Доля размещенных в других организациях, %	-	1,1	-	4,24

Как следует из данных, представленных в табл.3, клиенты предпочитают номера первой категории, и лишь клиенты гостиничных предприятий находящихся в муниципальной собственности предпочитают номерной фонд некатегорированный. Специалисты [2] считают, интерес клиентов к гостиницам с оптимальным соотношением «цена-качество» будет возрастать. А это значит, что те гостиницы, которые сумеют воплотить по-настоящему клиенто-ориентированный подход, не выходя за рамки своей ценовой категории, получают значительные конкурентные преимущества.

Как следует из данных, представленных в таблице, клиенты предпочитают размещаться в соответствии с целями поездок, например, если цель лечение, то размещение в пансионате, клиенты с деловыми и профессиональными целями поездок размещаются более разнообразно, но 93,07% из них отдают предпочтение гостинице. Приезжающие на отдых в 95,57% случаях размещаются в гостиницах и только 3,33% предпочитают меблированные комнаты. Если посмотреть на цифры с точки зрения целей поездок, то получим, что 68,68% клиентов гостиниц приезжают по деловым и профессиональным вопросам, только 14,68 на отдых и лишь 1,06% на лечение.

Рассмотрим деятельность гостиничных предприятий с точки зрения их рентабельности (табл. 5)

Таблица 5

Рентабельность гостиничных предприятий в 2009 году

Всех форм собственности	Число гостиничных предприятий (единиц)	Общая сумма доходов и поступлений		Общая сумма затрат		Рентабельность, %
		всего, млн. руб.	в расчете на 1 организацию, млн. руб.	всего, млн. руб.	в расчете на 1 организацию, млн. руб.	
	178	2409,8	13,538	2344,3	13,17	1,03
в том числе:						
государственной	11	65,8	5,982	57,2	5,2	1,15
муниципальной	5	5,0	1,000	6,0	1,2	0,83
частной	142	2169,6	15,279	2053,4	14,461	1,06
смешанной	14	67,9	4,850	71,2	5,086	0,95
совместной российской и иностранной	5	80,3	16,06	91,2	18,24	0,88
иностранной	1	21,2	21,2	65,3	65,3	0,32

Как видим, рентабельность гостиничных предприятий невысока, сравнение показателей рентабельности особенно находящихся в иностранной собственности и государственной наталкивает нас на мысль о несоответствии затрат на обслуживание клиентов в гостиничных предприятиях находящихся в иностранной собственности и получаемых до-

ходов. Видимо требования иностранных граждан, привыкших к комфорту высоки, а оплата из-за разницы в курсах валют несоизмерима мала. В гостиничных предприятиях чтобы добиться рентабельности сумма услуг не превышает лимита.

Таким образом, проведенный нами анализ позволяет высветить ряд проблем развития гостиничного бизнеса в Республике Татарстан:

- несмотря на положительную динамику роста числа гостиничных предприятий, роста номерного фонда высшей категории, 84% гостиничных предприятий остаются некатегоризованными;
- клиенты отдают предпочтения номерному фонду по принципу разумное сочетание «цена-качество», это предпочтение может также исходить из оплаты командировочных расходов, поскольку 68,68% клиентов имеют цели деловые и профессиональные;
- рентабельность гостиничных предприятий остается крайне низкой;
- смена собственности, то есть переход от монопольного хозяйства к многоукладному (гостиничные предприятия становятся собственностью разных владельцев) пока еще разумных результатов не дает в силу отсутствия конкуренции;
- нет законодательной базы для развития гостиничных услуг;
- не сложились в полной степени экономические и правовые отношения в этом секторе бизнеса;
- материальная база многих гостиничных предприятий (пансионаты, дома отдыха) требует оснащения.

В целом можно отметить неразвитость гостиничного рынка в Республике Татарстан.

В перспективе толчком к развитию гостиничного бизнеса в Казани должна стать активная позиция региональных властей. Проводимые в Республике Татарстан и в частности в г.Казани мероприятия различного уровня предполагают приезд на них делегаций из различных стран, как ближнего так и дальнего зарубежья, которых требуется заселить надлежащим образом. Для этих целей потребуются не только крупные гостиницы, но и мини-отели, имеющие не более чем 10—15 номеров. Приезжающие, как правило, в город, в большинстве случаев заранее определяется с категорией гостиницы, в которой желают остановиться, и в этой связи категорийность должна соответствовать желанию клиента.

Как правило, развитие гостиничного бизнеса связано с развитием региона, города, страны, и в этом плане Республика Татарстан, особенно в преддверии Универсиады—2013 года, привлекает инвесторов, бизнесменов, туристов и много гостей различного уровня. Таким образом,

спрос на услуги гостиниц будет расти, и гостиничный бизнес будет развиваться. В перспективе гостиницы должны стать целыми комплексами комфортного местопребывания гостей всех уровней от бизнесменов до туристов, включающими в себя конференц-залы, бизнес и фитнес-центры, ночные клубы, рестораны и многое другое.

Мнения по поводу достаточного и необходимого количества гостиниц сегодня разнятся. Это связано с разным представлением об образе гостя столицы: одни видят большое количество российских туристов, желающих сэкономить на размещении в отеле, другие — бизнес-элиту, предпочитающую максимально комфортные условия размещения. В этой связи должен быть мониторинг гостиничного бизнеса, с целью определения сегментов туристического бизнеса и в соответствии с этим номерного фонда гостиниц.

Как показали наши исследования, сегодня в Республике Татарстан ощущается нехватка недорогих гостиниц категории 2—3 звезды. Это гостиницы, рассчитанные на туристов среднего достатка, а также на иногородних сотрудников, которые ограничены определенным лимитом командировочных средств. Но малое количество звезд вовсе не означает, что в этих гостиницах условия комфорта отсутствуют или присутствуют в минимальной комплектации. Уже сейчас в России разработана «Система классификации гостиниц и других средств размещения», утвержденная Федеральным агентством по туризму, которая выдвигает жесткие требования по оснащенности и комфорту даже к гостиницам категории 2 звезды. Поэтому строительство гостиниц в этой ценовой категории будет одним из позитивных факторов и для развития внутреннего туризма.

Гостиничный бизнес сегодня является доходным средством вложения капитала, однако не следует думать, что массовое строительство гостиничных комплексов является решением проблем его развития. Рост количества гостиничных предприятий без спроса на них вызовет перенасыщение рынка, что вызовет новые проблемы. Поэтому по нашему мнению, для обеспечения прибыльности и рентабельности гостиничного бизнеса надо развивать спрос на него, путем развития туризма и привлечения клиентов на отдых в нашей республике.

Литература

1. Балашова Е.А. Гостиничный бизнес: как достичь безупречного сервиса / Е.А. Балашова. М.: Вершина, 2007.
2. Бутко И.И. Туристический бизнес: основы организации / И.И. Бутко, Е.А. Ситников, Д.С. Ушаков. М.: Феникс, 2008.

3. Кононова И. В. Особенности менеджмента качества в организациях гостиничного типа / И. В. Кононова // Известия СПбГЭТУ «ЛЭТИ», Серия «Экономика и менеджмент организации», № 2, 2007. С. 99–106.
4. Севастьянова А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства / А. Севастьянова. М.: КНОРУС, 2007.
5. Территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан <http://www.tatstat.ru>.
6. <http://www.kazan-hotel.ru>