Е.В. Печерица,
заместитель заведующего кафедрой
«Управление предпринимательской деятельностью»
Института туризма и международных экономических отношений
Санкт-Петербургского государственного
университета сервиса и экономики,
кандидат социологических наук

Проблемы и перспективы развития гостиничного бизнеса в государствах Сообщества

На заседании Межгоссовета ЕврАзЭС в 2008 г. Премьер-министр России Владимир Путин предложил странам-партнерам, при их желании и заинтересованности, построить в Сочи, на территории, прилегающей к Олимпийскому парку, по одной гостинице и назвать именами своих столиц. Если это предложение будет принято то, в столице Олимпиады-2014 может появиться новый гостиничный комплекс. Особенностью его отелей станет национальный колорит, помогающий участникам и гостям Игр знакомству с обычаями и традициями государств Сообщества, что может способствовать повышению их престижа.

Этот крупный гуманитарный проект должен представлять интерес и с экономической точки зрения. Владимир Путин подчеркнул, что Евразийскому экономическому сообществу «…сейчас крайне важно стимулировать взаимные товарные потоки, совместные инвестиционные проекты, производственную кооперацию». Благодаря этому можно будет сохранить рабочие места и открыть новые рынки для предпринимателей.

С этой точки зрения, отельный бизнес настолько выгоден, что уходить от него ни в коем случае не следует. Гостиничная индустрия в числе тех отраслей, которые даже в кризисный период могут извлекать из общих проблем дополнительную выгоду и продолжать развиваться. Необходимость в деловом общении и контактах только повышается, а поток туристов увеличивается. К тому же, как считают эксперты, рынки России и других стран ЕврАзЭС в ближайшие несколько лет будут давать самые лучшие возможности для роста.

Отсюда, с крупнейшего члена Сообщества – Российской Федерации, и начнем наш небольшой анализ современного состояния гостиничного бизнеса.

Сегодня объем российского гостиничного рынка превышает 2,5 млрд долларов США. В стране насчитывается 13 тысяч гостиничных номеров, которые соответствуют между-

народным стандартам. 10 тыс. из них находятся в Москве, еще 1,5 тыс. – в Санкт-Петербурге и всего лишь еще 1,5 тыс. – в других городах России.

При этом современный гостиничный рынок российских регионов на 80% сформирован гостиницами старой, советской эпохи, постройки и нуждается в новых, оборудованных в соответствии с современными требованиями, отелях. Тем не менее, подъем, переживаемый в последние 3 года мировой гостиничной отраслью, когда загрузка отелей и стоимость размещения заметно выросли, гостиничные компании повсюду расширили свое присутствие, не обошел и Россию. Международные гостиничные сети – InterContinental Hotels Group, Hilton Hotels Corporation, Kempinski Hotels, Marriott International и др., начав экспансию в Москве и Санкт-Петербурге, продолжили свое уверенное продвижение и в регионах. Наконец-то начали появляться и российские гостиничные сети, которые в значительной степени заимствовали управленческий опыт у своих зарубежных коллег. Некоторым из рих даже удалось открыть первые отели за рубежом, причем не только в странах СНГ. Здесь следует упомянуть компании Heliopark Group, которая в 2008 г. открыла отель Heliopark Bad Hotel Zum Hirsch в Германии (Баден-Баден), и «АЗИМУТ», также в 2008 г. открывшем отели в Мюнхене и Кельне.

Однако в конце 2008 – начале 2009 гг. под ударом экономического кризиса ряд российских отельеров не смогли справиться с растущими издержками и не успели выполнить своих обязательств по кредитам. В результате многие гостиничные проекты остановлены и в российском гостиничном бизнесе возникло множество проблем. По мнению многих экспертов, самой острой из них является дефицит квалифицированных кадров. В связи с кризисом обострилась проблема финансирования проектов, а сложности с поиском земельных участков уже давно не дают покоя российским гостиничным девелоперам и инвесторам. Такая проблема, как длительный срок окупаемости, в последние годы стала менее ощутима, поскольку сроки окупаемости в других сегментах недвижимости выросли в связи с исчерпанием потенциала этих рыночных ниш.

Переходя к Республике Казахстан, сразу отметим, что высокорентабельным здесь был и остается туристический бизнес в Алматы. Что касается всего казахстанского гостиничного сектора, то он длительное время оставался в тени наиболее востребованных офисных и торговых секторов коммерческой недвижимости. Инвесторов и девелоперов не завлекали долгая окупаемость проектов и специфичность гостиничного бизнеса. Но в последние пару лет поток иностранных гостей, прежде всего в Алматы и столицу республики Астану, постепенно растет. Развивается создание гостиничных комплексов, иностранные и отечественные строители стали активно направлять инвестиции в развитие гостеприимства государства.

Приход международных гостиничных цепей в Казахстан – свидетельство того, что этот рынок однозначно перспективен. Сегодня так же и казахстанские предприниматели начали вкладывать свои средства в отельный бизнес. Как следствие, стало увеличиваться число «звездных» гостиниц, вместе с тем, проблема недостатка гостиничных номеров остается актуальной. В первую очередь, не хватает недорогих отелей с хорошим качеством услуг. Тем не менее, на международном туристском рынке Казахстан сегодня позиционируется как новое туристское направление, а значит, надо предоставлять туристам «трехзвездочные» гостиницы европейского класса, а может быть, и ниже по классу (конечно, с хорошим качеством предоставляемых услуг), но с разумной ценовой политикой.

Следует особо отметить, что Министерство туризма и спорта республики активно участвует в развитии государственной программы строительства отелей. Так, на эту цель из республиканского бюджета на 2007–2011 гг. выделена и направлена сум-

ма в 59 млн 318 тыс. 221 тенге (474,5 тыс. долларов США).

Большая часть прибывающих в Казахстан туристов относятся к категории делового либо конгрессного туризма, поэтому динамичное развитие делового и административного центра в Казахстане способствует росту данного туристского направления. Соответственно здесь более развит гостиничный бизнес в Алматы и Астане. Дополнительные возможности для увеличения потока иностранных туристов в южную столицу дает ее выгодное географическое и административно-политическое положение, а также налаженные международные связи Алматы. По всей же стране, по неофициальным данным, сегодня гостиничным делом заняты 573 компании, оборот которых в прошлом году составил 130 млн долларов.

Изучение и анализ становления и развития гостиничного бизнеса в Республике Казахстан позволили сделать следующие выводы.

1. Бизнес гостиничных услуг, как вид предпринимательской деятельности, оказался наиболее приближенным к рыночным колебаниям спроса и предложения. Для самостоятельных предприятий, оказывающих гостиничные услуги, возникает возможность выработки системы оценок по сервису на рынке.

2. Анализ сложившейся ситуации с функционированием гостиничных комплексов Алматы в положениях «на плаву» и «ввысь» позволяет с достаточной обоснованностью утверждать, что эффективность гостиничного бизнеса связана, в первую очередь, со степенью эффективности менеджмента.

3. Создание управленческой инфраструктуры не связано с крупными инвестициями, а требует, прежде всего, наличия управленческого потенциала, представленного высокопрофессиональными кадрами управленцев, дефицит которых в гостиничном бизнесе ощущается все острее, что соответственно накладывает отпечаток на остроту проблем в этой области.

4. В управлении гостиничным бизнесом явственно просматриваются три получивших распространение направления:

а) на заполнение гостиниц и оказание максимума чисто гостиничных услуг (22% от всех гостиниц);

б) диверсифицированный менеджмент (56%);

в) неявное управление, симбиоз первого и второго направлений (22%).

К основным, четко оформившимся только в последние десятилетия тенденциям развития предприятий индустрии гостеприимства в Казахстане можно отнести следующие:

- углубление специализации гостиничного и ресторанного предложения;
- образование международных гостиничных и ресторанных путей;
- развитие сети малых предприятий;
- внедрение в индустрию гостеприимства новых компьютерных технологий.

Наиболее привлекательные для туристов и значимые объекты показа расположены на юге республики, в населенных пунктах, известных как первые оседлые поселения Казахстана: Туркестан, Отрар, Баба-ата, Испиджап (Сайрам), Тараз, Мерке, Талхиз (Талгар), Койлык (Талдыкорган). Здесь многие проблемы уже находятся в стадии разрешения, но еще большее их число ждет этого.

Сегодня приходится констатировать: в Казахстане еще нет целостной системы туризма со всеми необходимыми атрибутами – рекламой, торговыми услугами и др. А главная причина этого, конечно, заключается во все еще низком, хотя и растущем уровне экономического и социального развития республики. Ее можно отнести к разряду стран–экспортеров туризма, когда выгоднее принимать иностранных туристов, нежели отправлять за рубеж своих.

В стране прямо сейчас или завтра сервис на уровне международных стандартов могут обеспечить лишь отдельные высококлассные отели в Алматы и Астане, при этом их услуги чрезвычайно дороги, поэтому пользуются ими лишь небольшая часть иностранных граждан.

И все же прогресс гостиничного рынка в Казахстане очевиден. Ему способствуют глобальная тенденция к улучшению в стране условий кредитования и рост конкуренции в этой сфере. Так, недавно на казахстанский гостиничный рынок пришла сеть отелей Kempinski.

Кроме того, в гостиничной индустрии Казахстана происходят события, позволяющие сделать позитивные прогнозы. Возводятся многофункциональные и гостиничные комплексы на месте снесенных отелей, идет реконструкция устаревших гостиниц и строительство новых.

Сегодня гостиничный бизнес – перспективное направление развития и в Республике Беларусь. В том числе и для потенциальных инвесторов. Об этом можно судить на примере отеля «Минск», который за пять лет с момента реконструкции в 2,5 раза окупил взятые на эти работы кредиты.

Сегодня меры по привлечению иностранных инвесторов в строительство в Беларуси гостиниц известных мировых брендов должны включать систему преференций, упрощенный отвод земли под строительство и др. При этом потенциальные инвесторы, что весьма важно и привлекательно, должны знать, что в Беларуси условия для ведения бизнеса «чуть-чуть лучше, чем в соседней стране». Создание таких условий – реальное движение к привлечению капитала.

А он должен быть далеко не маленьким. В республике на реализацию Национальной программы развития туризма на 2008–2010 гг. планировалось выделить почти 700 млрд рубл. Собственные средства предприятий в этой сумме составят 46% (321 млрд рубл.), средства республиканского бюджета — 33% (229 млрд), местных бюджетов — 21% (146 млрд). 95% всех этих средств будет направлено на развитие инфраструктуры туризма. В частности, для достижения такой цели предусмотрено строительство 19 гостиниц, 34 гостиницы будут реконструированы, 17 гостиниц пройдут капитальный ремонт. Кроме того, будет создано 178 агроусадеб. Всего в ходе реализации Программы должны возникнуть 868 новых по своему классу туристических объектов.

Также поставлена задача обеспечения сферы туристских услуг высококвалифицированными кадрами, научно-методическими и рекламно-информационными материалами. Предстоит модернизировать материально-техническую базу данной отрасли услуг, создать в этой отрасли хозяйствования и культуры современную услугопроводящую сеть.

Туризм в стране будет развиваться по таким направлениям, как транзитный, деловой, культурно-познавательный, спортивный, водный, а также как агроэкотуризм и туризм религиозный. Реализация нормативно-правового обеспечения Программы в целом и всех ее четырех подпрограмм по отдельности позволит устранить существующие пробелы в правовом регулировании туристской деятельности, реально оценить влияние туризма на экономику республики.

Естественно, особое внимание – столице. В частности, количество гостиничных мест в Минске, по замыслу властей города, должно увеличиться в разы. 40% гостиниц будут иметь высокий уровень «звездности».

В последнее время в столичном гостиничном бизнесе уже было реализовано несколько «звездных» проектов: 5-звездочная «Европа», 4-звездочная «Виктория» и претендующий на 5 звезд отель «Crowne Plaza», появившийся на месте бывшей гостиницы «Свитязь». Начались работы по возведению отеля «Хайятт», который строят сразу 35 зарубежных компаний.

Масштабная стройка развернется на месте гостиницы «Беларусь». Еще один 5-звездочный отель будет расположен на пересечении улиц Кирова и Ленина, здесь строительством займется компания «Аль-Кудра» из Объединенных Арабских Эмиратов. Всего же в Минске сейчас реализуются восемь проектов по строительству гостиничных комплексов и еще 10 – находятся на стадии проработки.

Выше белорусский туристский рынок уже назван перспективным для инвесторов, что, разумеется, в первую очередь относится к Минску. Некоторыми цифрами и фактами подкрепим это утверждение. Так, при рентабельности, достигающей 170%, рынок здесь относительно свободный, квадратные метры дешевле европейских (реконструкция «Crowne Plaza», по официальной информации, обошлась владельцам в 34 млн долларов), а сроки окупаемости – вполне европейские. Еще одним важным для инвесторов аргументом в пользу высокодоходного гостиничного рынка Беларуси может являться тот факт, что, по данным исследования «Hotel Investor Sentiment Survey», подготовленного компанией Jones Lang LaSalle Hotels, доходность гостиниц Европы, Ближнего Востока и Африки не остается неизменно высокой, а падает.

К тому же Минск – сегодня устойчивый резерв для роста числа туристов и это при том, что гостиниц должного уровня в городе пока не хватает. По оценкам Министерства спорта и туризма Беларуси, потребность страны в гостиницах к 2010 г. выросла в 2–2,5 раза по сравнению с 2006 г. По планам, в ближайшие годы гостиничная инфраструктура будет создана из расчета 14–16 проживающих на 1 тыс. жителей столицы; сейчас этот показатель не достигает и 4. Заявленные цифры, конечно, намного ниже, чем в Вене (25,6) или Париже (38,4), но выше, чем в признанной столице деловой жизни Восточной Европы Москве (9,6) и в 2,5 раза выше, чем в Киеве (6), т.е. количество мест для гостей столицы вырастет в 3,5-4 раза, в то время как самих этих гостей будет больше в 2-2,5 раза.

Сейчас заполняемость минских гостиниц вполне удовлетворительна. Загрузка 5-звездочного отеля «Европа» составляет 32%, 4-звездочных гостиниц – около 60% и 3-звездочных – до 80%.

Минская туристская «клиентура» пока далека от московской, поскольку значительную часть гостей Беларуси составляют «транзитные» туристы. Они приезжают в страну на день или несколько дней, путешествуя на поезде или авто из России в Европу и в обратном направлении. Относительно высокие показатели заполняемости гостиниц бюджет-класса показывают, что этот сегмент рынка сейчас наиболее востребован. Но минские власти, видимо, не теряют решимости сделать город и деловой столицей.

Что касается географического положения Республики Беларусь, относящего ее к типу «транзитных стран», то и этот факт нельзя сбрасывать со счетов. Страна находится на пути между Европой и Азией, и по ее территории пролегают самые короткие транспортные коммуникации, связывающие страны СНГ с государствами Западной Европы. Такое местоположение традиционно позволяет стране получать экономическую выгоду от транзита грузоперевозок, энергоносителей. К сожалению, в меньшей степени до настоящего момента ей удалось использовать это выгодное местоположение в сфере услуг, туризма, гостеприимства. А ведь Беларусь к тому же обладает уникальными для Европы природными ресурсами, которые позволяют, что называется, по полной программе привлекать на отдых людей из разных стран мира.

К направлениям в гостиничном бизнесе Беларуси, также перспективным для инвестиций, безусловно, можно отнести:

- строительство в областных городах, в первую очередь в приграничных Бресте и Гродно, строительство придорожных гостиниц, мотелей, кемпингов (сегодня государством этому обещана всемерная поддержка);

- создание гостиниц в городах, имеющих в туриндустрии историко-архитектурное значение (Несвиж, Мир, Полоцк, Новогрудок, Заславль, Пинск);

- гостиницы в природных зонах (Нарочь, Браславские озера, Беловежская пуща, Налибокская пуща и т.д.);

- молодежные гостиницы с невысоким уровнем комфорта и ценами (этот тип гостиниц вообще полностью отсутствует в стране); гостиницы, совмещенные с местами загородного отдыха (тут также наблюдается огромный дефицит);

- развитие в стране индустрии развлечений.

Подводя итог нашему краткому путешествию по туристической карте Республики Беларусь, выделим факторы, благоприятствующие развитию гостиничной индустрии в стране. Это географическое положение страны (транзит); активное развитие деловых поездок в Беларусь в связи с приходом в страну зарубежного капитала; наличие интересных для посещения исторических и природных туристических объектов; неудовлетворенный спрос на гостиницы (в первую очередь в Минске и областных городах). И конечно, государственная поддержка развития туризма и гостиничного бизнеса; стабильное социально-экономическое положение страны.

В последние 10 лет в большинстве стран ЕврАзЭС наблюдался гостиничный бум. Власти и бизнес пришли к единственно верному выводу: выгодно как строить отели, так и владеть отелями.

Например, **в Узбекистане,** сейчас приостановившем пребывание в Сообществе, бум начался еще весной 2003 г., когда в Ташкенте состоялся совет директоров **ЕБРР**. Тогда правительство государства освободило на десять лет все частные гостиницы от уплаты целого ряда налогов, после чего в стране появилось почти 80 новых частных гостиниц.

Некоторое время назад примеру соседа последовало и правительство **Таджикистана**. Генподрядчики и заказчики строительства крупных объектов – пяти гостиниц и гостиничных комплексов – освобождены от нескольких видов налогов, включая НДС, налог на пользование автодорогами, на прибыль юридических лиц, на доходы предприятий, на землю, на недвижимость и т. д. Освобождены от налогов так же и импортеры, поставляющие сырье и оборудование для этих проектов.

Только начинает развиваться гостиничный бизнес **в Киргизии**. В отелях, построенных еще в советское время, часто нет элементарных условий, и приезжим приходится останавливаться в частных гостиницах, проще говоря, в сдаваемых в аренду квартирах в многоэтажных жилых домах. По мере роста интереса к Киргизии на Западе и в странах ближнего зарубежья неизбежно увеличение потока людей, приезжающих в республику. За последние годы количество постояльцев в ее гостиницах (с начала 1990-х здесь было построено всего три новых отеля) увеличилось в несколько раз.

Список используемой литературы

1. http://mi.aup.ru/res/89/562949966320589.html
2. http://www.tourvisit.net/pub/specifika-turizma-v-kazahstane
3. http://www.prohotel.ru/news-6448/0/
4. http://subscribe.ru/archive/country.kz.horeca/200702/ 15123236.html
5. http://www.belarustourism.by/companynews/16.html
6. http://www.turnovosti.com.ua/ru/main/30311.html
7. http://www.frontdesk.ru/vetka.cgi?vetkaid=19559
8. Алексей Колик, *Директор консалтинговой компании «КСИМЕКС ТЕХНОЛОДЖИЗ»* http://www.ssrb.ru/by/articles/148/
9. http://bukharainfo.com/blog/?p=367
10. http://www.stroika.md/news_db/shablon_novostey.php?id=1756
11. http://www.asiaplus.tj/news/13/43719.html
12. http://www.equipnet.ru/market_review.php?cat=26&review=1262

Ключевые слова: гостиница; анализ; перспективы развития; сетевые отели; конкуренция.

Keywords: hotel; analysis; principal trend; net hotels; competition.