



РЕАЛЬНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ И ПОТРЕБЛЕНИЕ

Т.А. ПЕТРОВА

РОЛЬ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В ФОРМИРОВАНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Въездной туризм во всем мире имеет огромное значение. В тех странах, где он интенсивно развивается, происходит приток капитала, благотворно влияющий на все сферы национальной экономики. В Республике Беларусь он также определен в качестве приоритетного направления. Это вызывает необходимость целенаправленной работы для того, чтобы сделать нашу страну привлекательной и гостеприимной как для жителей республики, так и для иностранных гостей, т.е. создать конкурентоспособный национальный туристический продукт.

Гостеприимство любой страны предполагает удовлетворение первичных потребностей человека — в питании, отдыхе, сне. Именно это и является основными функциями гостиниц. Понятие “турист”, определенное в законе Республики Беларусь «О туризме», — это гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания на срок от 24 часов до 6 месяцев и осуществляющий не менее одной ночевки в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью [1], — определяет услугу размещения как одну из базовых в туристическом продукте.

Услуги по предоставлению помещений для временного проживания туристов и других лиц оказывают гостиничные предприятия [2, 2]. Некоторые специалисты называют сферу гостиничного и ресторанного хозяйства “курицей, несущей золотые яйца”, так как она является ведущим фактором и базой развития туризма [3, 76]. В связи с этим необходимо проанализировать состояние и возможности гостиничных предприятий Республики Беларусь, сравнить с опытом других стран, выявить основные проблемы и дать рекомендации по совершенствованию деятельности гостиниц для создания конкурентоспособного туристического продукта Республики Беларусь.

Проанализируем общие показатели, характеризующие сферу гостиничного хозяйства.

В конце 2000 г. в Беларуси насчитывалось 254 гостиницы на 25 830 койко-мест с загрузкой в 42 % [4, 266]. В последние годы произошло увеличение численности гостиниц (табл. 1). Так, в 2005 г. в республике функционировало

Татьяна Александровна ПЕТРОВА, аспирантка кафедры управления туризмом Белорусского государственного экономического университета.

279 гостиниц на 23 504 койко-места, средняя загрузка гостиниц и аналогичных средств размещения составила 46 %. В то же время в Беларуси были периоды, в течение которых происходило уменьшение численности средств размещения. Например, некоторые гостиницы закрывались на капитальный ремонт, чтобы возобновить деятельность в обновленном состоянии.

Таблица 1. Динамика численности гостиниц в Республике Беларусь (конец года)

Год	Число гостиниц и аналогичных средств размещения, ед.	Единовременная вместимость* гостиниц и аналогичных средств размещения, койко-мест	Средняя загрузка, %
2000	254	25 830	42
2001	248	24 390	40
2002	245	22 617	36
2003	276	23 602	38
2004	279	23 648	40
2005	279	23 504	46
Прирост в 2005 г. по отношению к 2000 г.	+ 9,8	- 9,1	+ 9,5

Примечание: Собственная разработка на основе данных Министерства статистики и анализа Республики Беларусь.

Вместимость гостиничных предприятий снизилась в силу того обстоятельства, что для получения дополнительных финансовых средств гостиницы в г. Минске сдают площади в аренду различным организациям, получая за счет этого не только прибыль, но и расширяя таким образом набор предоставляемых услуг. Кроме того, для соответствия международным стандартам и повышения качества предлагаемых услуг в Беларуси реконструированы некоторые предприятия, в результате за счет уменьшения количества номеров увеличилась их площадь, что позволило отдельным гостиницам, например, гостинице «Седьмое небо» (бывшая гостиница «Минск») пройти сертификацию.

Несмотря на тенденцию низкой средней загрузки гостиниц в 2001 – 2004 гг. по отношению к 2000 г., средняя загрузка 2005 г. по отношению к 2000 г. увеличилась на 9,5 %. В то же время гостиничные предприятия не используют и половины имеющихся мест для временного проживания.

В Республике Беларусь 206 гостиниц находятся в государственной собственности, в числе которых 70 гостиничных предприятий являются республиканской собственностью, а остальные 136 – коммунальной. [5, 26]. Ведомственная их разобщенность представляет серьезную проблему на пути развития этой сферы (табл. 2).

Таблица 2. Ведомственная принадлежность некоторых гостиниц и их вместимость

Ведомство	Число гостиниц и аналогичных средств размещения, ед.	Единовременная вместимость, койко-мест
Управление делами Президента РБ	15	1 544
Минпром	12	881
Федерация профсоюзов Беларуси	12	2 287
Минэнерго	10	81
Минспорта	9	1 337

Примечание. Собственная разработка на основе данных Министерства статистики и анализа Республики Беларусь.

Для выработки единой политики развития сферы гостиничного хозяйства Республики Беларусь и повышения загрузки гостиничных предприятий необ-

* Единовременная вместимость — общее количество мест, которое определяется по числу установленных постоянных кроватей.

ходима их интеграция. Как показал сравнительный анализ опыта ряда зарубежных государств, наиболее целесообразно создание национального гостиничного объединения, занимающегося вопросами развития данной сферы.

В России примерами подобных образований являются такие некоммерческие организации, как Российская гостиничная ассоциация [6], профессиональный бизнес-клуб предприятий гостинично-туристического комплекса г. Москвы “Отель-клуб” [7]. Однако наиболее яркий пример — объединение немецких гостиниц и ресторанов DEHOGA, которое курирует вопросы гостиничного и ресторанного хозяйств Германии.

В условиях ведомственной разобщенности отечественных гостиничных предприятий наиболее целесообразным было бы создание национального гостиничного объединения на базе Национального агентства по туризму, которое уже выполняет ряд необходимых функций по представлению страны за рубежом, разработке маркетинговой политики страны в сфере туризма и др. [8, 293]. Кроме того, оно обладает штатом высококвалифицированных специалистов, способных оказать существенную помощь в развитии гостиничного хозяйства.

Национальное гостиничное объединение могло бы взять на себя решение существующих на данный момент проблем в гостиничном хозяйстве республики — тарифной политики, низкого уровня сервиса и недостаточного качества предоставляемых услуг.

Посещающие Беларусь туристы предпочитают другие средства размещения (специализированные или же частные), снижая показатель средней загрузки гостиниц. Так, согласно статистике, в 2000 г. Республику Беларусь посетило 60 224 иностранных туриста [4, 266], а в 2005 г. — уже 90 811 [5, 8]. Несмотря на то, что на одно койко-место в 2005 г. приходилось почти 4 туриста (рассчитано на основе данных [2, 4]), средняя загрузка гостиничных предприятий составила лишь 46 %.

Сдерживающим фактором в развитии отечественного гостиничного бизнеса является тарифная политика, предполагающая различную стоимость размещения для белорусов, жителей СНГ и иностранных граждан. Для последних номер может стоить в три раза дороже, чем для белорусских граждан. Такая дискриминация отпугивает желающих посетить страну иностранцев: предоставляются одни и те же помещения, кровати, а стоимость зависит от гражданства. Однако некоторые гостиницы (например, “Седьмое небо”, “Звезда”), предоставляющие единый тариф на размещение для всех без исключения гостей, смогли устранить данный недостаток. Следовательно, это могут сделать и другие предприятия гостиничного типа. Для создания конкурентоспособного национального туристического продукта, базой которого являются гостиничные услуги, необходимо выработать единую, исключаящую дискриминацию, тарифную политику для гостиниц, привлекательную для граждан республики и для иностранцев. Для этого необходим анализ ценового диапазона, при котором и гостиницы, и гости будут удовлетворены соотношением “цена — качество”.

Кроме того, зарубежный опыт свидетельствует, что эффективное средство интенсификации гостиничного бизнеса — использование концепции маркетинга, включающей дифференциацию цен. В отечественном бизнесе необходимо разработать и активно применять не только единый тариф, но и дифференцированные цены в зависимости от сезона или деловой активности в регионе. За счет такого маневрирования можно пережить упадки и возместить урон в период наибольшей активности. Еще одной базой для дифференциации цен может быть социальный статус гостя (пенсионер, школьник, студент). Такие мероприятия позволят расширить круг постояльцев и среди граждан Республики Беларусь, которым также необходим высококачественный сервис.

Важный показатель, характеризующий уровень развития гостиничного бизнеса в стране, — обеспеченность жителей гостиницами. Подсчитаем ука-

занный показатель для Республики Беларусь. В конце 2004 г. в республике проживало 9 849,1 тыс. человек [4, 49], в распоряжении которых находилось 23 648 койко-мест. Следовательно, на одно место в конце 2004 г. приходилось 416 жителей. Данный показатель не соответствует мировым стандартам, согласно которым на 1 гостиничное место может претендовать не более 33 человек населения страны. Подобное соотношение наилучшим образом позволяет развивать здоровую конкуренцию в сфере гостиничного хозяйства в условиях борьбы за каждого клиента за счет постоянного совершенствования предоставляемых услуг. Даже белорусы предпочитают за те же деньги отдыхать за границей, оплатив при этом не только размещение, но и проезд, и получив более высокий уровень сервиса и качества услуг. Только 1 029 841 жителей республики воспользовалось услугами отечественных средств размещения, что составляет лишь 10,5 % от всего населения [2, 8]. Для улучшения ситуации в гостиничном хозяйстве необходимы строительство и реконструкция гостиничных предприятий, способных удовлетворять потребности гостей.

Выходом из сложившейся ситуации могло бы быть также развитие малых частных гостиниц, способных создать конкуренцию при предоставлении услуг различного диапазона. В зарубежных странах давно поняли выгоду от такого бизнеса, и государство создает для этого благоприятные условия, развивая придорожный сервис, экологический туризм и инфраструктуру региона.

В других странах в частном гостиничном бизнесе велика доля собственников — физических лиц и объектов, находящихся в иностранной собственности. В Республике Беларусь же таких соответственно 4 и 1 [5, 26]. В среднем в 2005 г. каждая гостиница государственной формы собственности разместила 840 782 человека; частная — 488 008 человек: из них гостиница, принадлежащая физическому лицу, — 4 854 гостя, а средство размещения, находящееся в иностранной собственности, — 1 228 гостей. Как правило, последние два вида средств размещения обладают небольшой вместимостью по сравнению с большими гостиницами, находящимися в государственной собственности. Частный собственник, рискуя капиталом, направляет огромное количество усилий, чтобы гости предпочли именно его гостиничный продукт и затем возвращались снова и снова. “Сервис — это умелое обслуживание, приносящее удовольствие и удовлетворение” [9, 187]. Такой сервис очень часто в состоянии обеспечить именно небольшие частные и иностранные средства размещения. При нем качество обслуживания оправдывает ожидания гостей и приносит удовлетворение персоналу, обеспечивающему его.

Важный момент в развитии и поддержании высокого качества предоставляемых гостиничных услуг — сертификация гостиниц. Она позволит гостям выбрать тот сервис, который они желали бы видеть, а гостиницам — четко позиционировать себя на рынке. Такой принцип работы общепринят за рубежом и для Беларуси может оказать весомый вклад в развитие гостиничного бизнеса.

В настоящее время в республике сертифицировано 11 гостиниц. В Минске есть 6 гостиниц из их числа: по одной 5- и 4-х звездочные, остальные — 3 звезды [10, 11.] В целом же по республике наибольшее количество (36,5 %) средств размещения классифицированы на 3-й разряд [5, 34]. Качество услуг, подразумевающееся в данной категории гостиниц, недостаточно для иностранных туристов. Поэтому в последнее время идет активная реконструкция зданий в целях повышения комфортности номеров и увеличения их площади. Это также позволит пройти сертификацию.

Таким образом, для развития въездного туризма в Беларуси необходимо создание конкурентоспособного туристического продукта, что требует развития гостиничного бизнеса с высоким качеством предлагаемых услуг для увеличения процента средней загрузки. Для этого необходимо решить вопрос об интеграции в гостиничном хозяйстве республики и создать национальное гостиничное объединение, которое курировало бы данную сферу и помогало решать

существующие проблемы. В данный момент наиболее принципиальными вопросами являются: введение единого тарифа для всех без исключения гостей; широкое использование дифференцированных цен в зависимости от сезона или деловой активности в регионе и от социального положения гостей; создание благоприятных условий для развития частной и иностранной инициативы в отношении малых и средних гостиниц; увеличение числа сертифицированных предприятий для повышения уровня комфортности за счет реконструкции гостиниц и увеличения площади номеров, а также расширения набора предоставляемых услуг. Осуществление указанных мероприятий позволит предлагать гостям качественный гостиничный продукт с оптимальным соотношением «цена — качество». Такой подход к развитию конкурентоспособного национального туристического продукта позволит изменить ситуацию по въездному и внутреннему туризму в лучшую сторону и сделать нашу страну действительно привлекательной для туристов.

Литература и электронные публикации в Интернете

1. О туризме: Закон Респ. Беларусь, 25 ноября 1999 г., № 326-З; В ред. Закона Респ. Беларусь от 15.12.2003 №257-З [Электрон. ресурс] / Нац. агентство по туризму Респ. Беларусь. — 12 мая 2006 г. — Режим доступа: <http://www.touragency.by/ru/tourbusiness/law/tourism-law/>.
2. О средствах размещения туристов и других лиц за 2004 год. — Минск: М-во статистики и анализа Респ. Беларусь, 2005.
3. *Квартальнов, В.А.* Туризм: учеб. / В.А. Квартальнов. — М.: Финансы и статистика, 2000.
4. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2004: стат. сб. — Минск: М-во статистики и анализа Респ. Беларусь, 2004.
5. О деятельности туристских организаций, средствах размещения туристов и других лиц за 2005 год. — Минск: М-во статистики и анализа Респ. Беларусь, 2006.
6. Российская гостиничная ассоциация [Электрон. ресурс] / Сайт ОАО «ГАО «Москва». — 27 марта 2006. — Режим доступа: <http://www.gaomskva.ru/index.php?mid=257>.
7. Профессиональный бизнес-клуб предприятий гостинично-туристского комплекса г. Москвы. Некоммерческое партнерство «Отель-клуб» [Электрон. ресурс] / Сайт ОАО «ГАО «Москва». — 27 марта 2006 г. — Режим доступа: <http://www.gaomskva.ru/index.php?mid=73>.
8. *Библис, В.К.* Реклама национального туристского продукта Беларуси за рубежом // Коммуникативные технологии в системе современных экономических отношений: материалы междунар. науч.-практ. конф. (Минск, 1—2 февраля 2006 г.) / В.К. Библис. — Минск: БГЭУ, 2006.
9. *Байлик, С.И.* Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание: учеб. пособие / С.И. Байлик. — Киев: ВИРА-Р, 2002.
10. В Беларуси только 11 гостиниц получили «звезды» [Электрон. ресурс] / Сайт Акавиты. — 12 мая 2006 г. — Режим доступа: <http://news.akavita.by/ru/show/63793/>.
11. *Владыко, А.* Гостиничные «звезды» с неба не падают [Электрон. ресурс] / Центр Курорт. — 12 мая 2006 г. — Режим доступа: <http://www.otpusk.by/ru/news/228/detail/114/back.html>.

А.В. МИКУЛИЧ, Е.Г. РУДЕНОК

РАЗВИТИЕ ВНУТРИХОЗЯЙСТВЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

В хозрасчете при прежней системе хозяйствования принципы самокупаемости, самофинансирования, самоуправления и экономической заинтересованности в конечных результатах только декларировались, а в рыночной экономи-

*Алексей Васильевич МИКУЛИЧ, кандидат экономических наук, доцент Пинского филиала Белорусского государственного экономического университета;
Елена Григорьевна РУДЕНОК, ассистент кафедры экономики и организации производства Могилевского государственного университета продовольствия.*