

Светлана Михайловна МООР —
доктор социологических наук,
профессор кафедры предпринимательства
и таможенного дела
Международного института финансов,
управления и бизнеса ТюмГУ
Елена Александровна ВАКОРИНА —
ассистент и аспирант
кафедры предпринимательства
и таможенного дела

Гостиничное предприятие как основа въездного туризма

УДК 338.48

АННОТАЦИЯ. Изучены особенности въездного туризма в России. Рассмотрены состояние ресурсной базы туризма — гостиничных предприятий — и необходимость ее реорганизации для достижения высокого уровня комфортности и стабильности в туристическом и гостиничном бизнесе.

The author studies the characteristics of «in-coming» tourism in Russia, paying special attention to state of tourism resources — hotels, motels and campings — and to the necessity of their reorganization to achieve the high level of comfort and stability in tourist and hotel business.

ВВЕДЕНИЕ

Туризм становится все более привлекательным в современном открытом мире. О России и особенно о Сибири нет адекватного представления как в странах Запада, так и Востока. Однако у тех, кто побывал в России, несмотря на бытовые издержки, полностью меняется представление о нашей страны.

Исследование состояния туризма в России позволяет выделить те недостатки, которые характерны для современного этапа его развития:

- преобладание выездного туризма. Это объясняется тем, что туристические фирмы не стремятся к разработке схемы национального туроперейтинга, поскольку действовать на основе готовых западных схем намного проще. Все это в результате приводит к оттоку туристического капитала за границу;
- число туристических фирм превышает спрос на туристические услуги — отсюда острая конкурентная борьба на рынке;
- существующая материальная база нуждается в инвестициях и реконструкции, поскольку в настоящее время она не соответствует мировым стандартам;
- из-за снижения спроса на гостиничные услуги наблюдается сокращение числа гостиниц и номерного фонда;
- сохраняется тенденция убыточности гостиничной индустрии в регионах России.

Это далеко не весь перечень негативных явлений, присущих российскому туризму. Но уже его достаточно, чтобы сделать вывод о том, что накопившиеся проблемы тормозят становление цивилизованного отечественного туристического рынка.

В последние несколько лет у российских туроператоров и турагентов наблюдается повышенный интерес к въездному туризму. Это обусловлено рядом причин:

- все больше зарубежных стран склонны рассматривать Россию как потенциального партнера — страну с огромным экономическим потенциалом;
- географическое расположение России помогает ей оставаться «вдали» от природных катаклизмов, осаждающих в последнее время европейские страны (многие привлекательные регионы России находятся в глубине материка);
- политические распри в мировом сообществе оказывают воздействие на динамику выездного туризма не только в России, но и в ряде других стран, но не влияют на въездной и внутренний туризм;
- все интенсивнее происходит процесс внедрения иностранных гостиничных компаний на российский рынок;
- намного сложнее заинтересовать искушенного туриста. Однако Россия — это страна уникальных возможностей, поэтому можно активнее развивать экстрим-туризм, который чаще привлекает иностранных туристов, чем россияне;
- совсем недавно (по меркам туризма, существующего с незапамятных времен) открыт доступ в Россию, что сдерживало развитие выездного и, соответственно, въездного туризма. Российский турист до сих пор, будучи за границей, обнаруживает тот факт, что, побывав уже во многих странах, он редко встречает людей, побывавших на его родине;
- в целом, Россия обладает огромным экономическим, культурным, эколого-географическим потенциалом, к которому еще только присматриваются, но не предпринимают решительных действий.

Все эти факты доказывают, что существует необходимость и потребность в развитии въездного туризма.

ОБСУЖДЕНИЕ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Объем въездного российского туризма за 2000–2001 гг. существенно вырос, что подтверждают и экспертные исследования, и данные статистических служб. Однако преждевременно данный рост рассматривать как тенденцию, причем стабильную. Одна из причин — несоответствие гостиничной базы курортно-рекреационных зон России мировым требованиям и стандартам. По расчетам специалистов, объем общероссийских инвестиций, необходимых для того, чтобы привести отечественные гостиницы в порядок, составляет от 20 до 30 млрд. долларов [1. С. 12].

Достаточно взглянуть на карту нашей страны, чтобы понять, что туристические ресурсы России неисчерпаемы. У нас уникальные возможности для курортно-оздоровительного, экстремального, экологического, приключенческого, этнического, спортивного и многих других видов туризма. К сожалению, знания сограждан о туристических возможностях страны ограничиваются представлениями о Черноморском побережье Кавказа, Алтайских горах, городах Золотого кольца и санаториях в пределах края, региона, в которых они живут.

Как результат, ресурсная база российского туризма задействована всего лишь на 10–15% [1. С. 12].

Таким образом, в сфере въездного и внутреннего туризма отсутствует полноценный товарно-денежный обмен, а это основа экономического развития любой отрасли. Денежные же средства россиян, которые должны стать источником самоинвестирования отрасли, вывозятся за рубеж. Выездной туризм приносит российским туристическим компаниям, намного большую прибыль, чем въездной, поэтому большинство турфирм ориентированы на продажу туристических продуктов выездного туризма.

По данным Департамента туризма Минэкономразвития России, основной удельный вес въездного туризма в настоящее время приходится на бизнес-туризм или деловой туризм. Иностранцы приезжают в нашу страну, главным образом, с деловыми визитами, а не на осмотр достопримечательностей или с целью восстановить здоровье. Следовательно, въездной туризм нуждается в расширении сферы деятельности: его основу, как и в других странах с развитой туристической индустрией, должны составлять культурно-познавательные, лечебно-оздоровительные туры, круизы.

В основном, въездной туризм если и рассматривается, то на базе деятельности туристических фирм. Традиционно, приезжая в страну назначения, первым делом туристы должны где-то разместиться, обычно в гостиницах, поэтому целесообразно рассматривать гостиничное предприятие как основополагающее звено въездного туризма. Кроме того, индустрия гостеприимства и гостиничный бизнес относятся к одной сфере деятельности — сфере услуг, причем гостиничные предприятия сейчас — это не просто гостиницы, а гостиничные комплексы, где помимо основных услуг (питание и размещение) предоставляются десятки, а иногда и больше сотни дополнительных услуг. Такое количество дополнительных услуг не сможет осилить большинство туристических фирм. В соответствии с «Правилами предоставления гостиничных услуг в РФ», гостиница предназначена для временного проживания граждан на срок не свыше двух месяцев независимо от места прописки. Перечень услуг, предоставляемых гостиницей, намного расширился. Гость, проживающий в отеле, должен иметь возможность полного отдыха в течение дня, условия для выполнения умственной работы и приема гостей. Въездной туризм подразумевает развитую гостиничную сеть, которая должна состоять из финансово устойчивых и экономически независимых гостиничных предприятий. Благополучие же российских гостиниц зависит от вкладов отечественных и иностранных туристов-инвесторов.

Согласно данным Департамента туризма, в 2001 г. в Россию прибыло около 7 млн. зарубежных гостей, которые в общей сложности израсходовали приблизительно 400 млн. долларов [1. С.13]. Полученных средств недостаточно, чтобы удовлетворить материальные потребности гостиничной отрасли в целом, хотя эти доходы можно употребить с пользой, так как сотни российских гостиниц остро нуждаются в финансировании, чтобы обрести привлекательный вид для туриста — и иностранного, и отечественного, который становится все разборчивее.

В таблице «Состояние материально-технической базы гостиничного комплекса районов России», составленной специалистами экспертно-аналитической группы ЭКСПАНС, общее количество гостиниц туристического класса в указанных регионах составляет 2,5 тысячи [1. С. 13]. При этом средний коэффициент износа гостиничной базы — 69,4%. Таким образом, учитывая средний коэффициент, из этих 2,5 тыс. в удовлетворительном состоянии находятся только 765 гостиниц, остальные нуждаются в реконструкции и капитальном ремонте.

При рассмотрении российских гостиниц с точки зрения соответствия мировым стандартам можно отметить, что всего 22% (или 168 гостиниц) соответствуют им, то есть могут претендовать на размещение иностранных туристов. С учетом среднего количества номеров в одной гостинице (250 — 300 номеров), гостиничный фонд в России, пригодный для нормального размещения туристов, может быть оценен в 42–50 тысяч номеров. Но только Санкт-Петербургу необходимо примерно 30 тысяч номеров туристического класса. В целом же общероссийская потребность оценивается в 500–600 тысяч номеров, что составляет около 2 тысяч гостиниц. Если же учесть, что возведение современной пятиэтажной гос-

тиницы обходится в среднем в 5–10 млн. долларов, то требуемый объем инвестиций составляет от 10 до 20 млрд. долларов [1. С. 13]. Но и это еще не предел, так как необходимо не только построить гостиницы, но и затратить немалые средства на их развитие.

Несмотря на это, вложение средств в гостиничную отрасль привлекательно для инвесторов, так как срок окупаемости инвестиций, при увеличении турпотока всего лишь вдвое, составит 5–8 лет [1. С. 13]. В мировой инвестиционной практике это вполне приемлемый период.

В середине мая 2001 г. в Министерстве экономического развития России рассматривался проект концепции развития въездного и внутреннего туризма. Разработчики отметили, что, по их мнению, гостиничный сектор — основа въездного туризма, начнет расти, если государство будет ежегодно вкладывать в него хотя бы 120 млн. рублей в год. Однако, по данным правительства Москвы, сумма инвестиций в гостиницы только столицы оценивается в 5 млрд. долларов [2. С. 7].

Несовпадение реальных потребностей гостиничного хозяйства страны и инвестиционных возможностей государства не может стать препятствием для развития гостиничной индустрии. Важно отметить, что московское правительство последовательно проводит реконструкцию и перестраивает многие старые гостиницы в центре города с тем, чтобы они отвечали международным требованиям.

Но прежде, чем вкладывать средства в развитие гостиничного сектора, необходимо расставить приоритеты. Естественно, что на первом месте — те туристические зоны, которые, с одной стороны, обладают высоким потенциалом и привлекательностью, а с другой — не имеют ресурсной базы, позволяющей оказывать туристам услуги мирового уровня. Разумеется, в этих зонах есть в большей или меньшей степени развитые гостиничные хозяйства. Другое дело, что те технологические нормы и правила, с применением которых строились провинциальные гостиницы, в большинстве случаев не соответствуют мировым стандартам.

К примеру, согласно классификации, предложенной Минэкономразвитием России, на относительно высоком уровне в настоящее время находится гостиничный сектор Москвы и Санкт-Петербурга. Далее следуют Калининград и Кавминводы. К среднему уровню можно отнести Золотое кольцо, Карелию и Поволжье. Что касается состояния гостиничного фонда остальных территорий России, то оно отличается крайней нестабильностью. В большинстве из них до 30% номеров — без удобств, что вообще противоречит современным требованиям к гостиничному бизнесу. Следовательно, вполне возможно, что вкладывать средства в реконструкцию таких гостиниц нецелесообразно и лучше использовать деньги на строительство новых отелей и комплексов, соответствующих мировым нормам. По оценкам экспертов в ближайшее время будут строиться малые гостиницы категории «три звезды». Но полагаем, что здесь необходим дифференцированный подход в зависимости от потребностей.

Привлекать гостей на первых порах должны государственные или коммерческие гостиницы, а заняться их возведением — либо федеральные департаменты с привлечением государственных средств, либо представители крупного и среднего бизнеса, желающие перспективно вложить деньги. Последнее, пожалуй, наиболее эффективно. Тем более, что государство гарантирует таким инвесторам существенные налоговые льготы.

Основные предлагаемые меры государственной поддержки туризма сводятся к следующему:

- освобождение гостиниц, санаториев, кемпингов и т. п. от уплаты таможенной пошлины за оборудование и стройматериалы, ввозимые из-за рубежа для ремонтных и строительных работ на этих туристических объектах;
- частичное или полное освобождение от уплаты всех федеральных налогов при инвестировании в материальную базу санаторно-туристической отрасли в зависимости от объема осуществляемых капиталовложений;
- предоставление льготных кредитов (под 7–10% годовых) на совершенствование и развитие материально-технической базы туризма, отсрочку платежей по ним на срок от 2 до 10 лет [З. С. 31].

В этом случае выиграют и государство, и туристические фирмы, поскольку туризм продолжает оставаться одним из самых доходных видов бизнеса в мире. Кроме того, если бы государство само вложило какую-либо часть денежных средств, то это могло сказаться не только на быстром возврате этих средств, но и на увеличении занятости населения, поступления валюты за счет приезжающих иностранных гостей.

Дискомфорт, который зачастую испытывают иностранцы в российских провинциях, весьма существенно усиливает их опасения за успешное развитие нашей страны и за будущее вложенных в ее экономику средств. Хорошее самочувствие гостей немислимо без хороших гостиниц и высокого уровня сервиса в них. Комфорт и стабильность — основные характеристики цивилизованной и процветающей державы. Следовательно, достижение комфорта и стабильности в туристическом и гостиничном бизнесе отражается на имидже страны. Для России это особенно важно, если учесть те стереотипы, которые сформировались в мировом общественном сознании в ее отношении.

Итак, назрела необходимость развития именно въездного туризма. Для этого следует создавать полноценную материально-техническую базу. Конечно, въездной туризм было бы проще рассматривать с точки зрения туристической фирмы — это более традиционный подход. Но, оценивая объективно ситуацию, можно заметить, что развитие въездного туризма проще осуществлять на базе гостиничного комплекса, ведь нужно не только привлечь туристов, но и обеспечить им достойное размещение, что проще сделать гостиничному предприятию, нежели туристической фирме.

Кроме этого, именно гостиничный комплекс в состоянии наиболее полно удовлетворить все потребности гостей независимо от цели их приезда. С этим направлением связаны не только получение доходов, но и решение вопросов занятости населения. С нашей точки зрения, Тюменский регион является перспективной зоной для различных видов туризма, что, безусловно, требует развития материальной базы гостиничного хозяйства области.

ЛИТЕРАТУРА

1. Откуда нам взять 20 млрд. долларов? //Туризм: проблемы, практика, перспективы. 2001. № 10. С. 12–15.
2. Федеральная программа развития туризма в России. М., 1996. 10 с.
3. Кодекс отношений между гостиницами и турагентствами Всемирной Федерации ассоциаций турагентств и Международной гостиничной Ассоциации / Сенин В. С. Организация международного туризма. М.: Финансы и статистика, 2001. 400 с.