



**Помощь студентам
онлайн! Без посредников!
Без предоплаты!
<http://diplomstudent.net/>**

**Тема: Анализ и пути совершенствования государственного регулирования
развития гостиничного бизнеса в Российской Федерации**

Содержание

Введение.....	4
Глава 1. Теоретические аспекты государственного регулирования гостиничного бизнеса в России.....	8
1.1. Проблемы, задачи и органы государственного управления туристической и гостиничной отрасли России	8
1.2. Анализ развития рынка гостиничных услуг в России.....	19
Глава 2. Совершенствование системы государственного управления гостиничным бизнесом в России.....	30
2.1. Зарубежный опыт развития и государственной поддержки гостиничного бизнеса в условиях масочного режима и после него.....	30
2.2. Слабые места в системе государственного управления гостиничным бизнесом в России и пути совершенствования.....	47
Заключение	56
Список использованных источников	61
Приложения	66

Введение

Актуальность темы исследования. Одной из первых отраслей, серьезно пострадавшей от COVID-19, стал гостиничный бизнес. Как показало время, коронавирус и гостиничный бизнес несовместимы. В среднем загрузка средств размещения по Москве не превышает 15,0%, а в некоторых регионах упала и вовсе до 95,0%. По данным «РосинвестОтель», в РФ могут закрыться до 25,0% малых средств размещения. В зоне риска все, но сложнее всего приходится мини-отелям с номерным фондом до 25 номеров, которые расположены на арендованной площади. Гостиничный бизнес упал, поскольку отменились соревнования, закрылись музеи, ограничилось авиасообщение, но оценить общий ущерб пока не удаётся. Чтобы выжить, владельцам отелей, возможно, придётся идти на крайние меры и увольнять сотрудников, так как заработные платы составляют одну из самых больших статей расходов. [15]

Из-за распространения вируса и карантинных мер гостиницы остались без постояльцев и без денег, многие готовятся к закрытию или уже закрылись. Более половины населения мира было ограничено в передвижении или изолировано. Это привело к практически полной остановке деятельности в сфере путешествий и развлечений, ресторанного бизнеса, что оказывает сильное влияние на гостиничную отрасль. После того как Россия закрыла свои границы, отельерам оставалось надеяться на внутренний туризм, а вслед за введением режима самоизоляции пришлось затаиться и ждать. Одни отели и гостиницы не выдержали условий и закрылись, другие - продолжили борьбу. Столкнувшись с глобальным форс-мажором, гостиничная отрасль ждала поддержки от государства.

Важная роль, которую туризм будет играть в восстановлении национальных экономик и мировой торговли, была подчеркнута в докладе Организации Объединенных Наций «Мировая экономическая ситуация и перспективы» за

2022 год. Опираясь на данные Всемирной туристской организации (ЮНВТО), WESP подчеркивает важность сектора для мировой экономики.

После глобального сокращения на 3,4% в 2020 году и восстановления на 5,5% в 2021 году мировая экономика, по прогнозам, вырастет на 4,0% в 2022 году, а затем на 3,5% в 2023 году. Учитывая его важность как основной экспортной категории (до пандемии туризм был третьим по величине в мире после топлива и химических веществ) и признавая его роль в качестве источника занятости и экономического развития, ожидается, что восстановление сектора будет стимулировать рост во всех регионах мира. [12]

В докладе ООН «Мировая экономическая ситуация и перспективы» отмечается, что внезапная остановка международного туризма, вызванная пандемией, подчеркнула важность этого сектора как для национальной экономики, так и для средств к существованию отдельных лиц. Флагманский доклад ООН использует данные и анализ ЮНВТО для оценки стоимости снижения туризма и иллюстрирует, насколько важным будет возобновление туризма в 2022 году и далее. Кризис оказал разрушительное воздействие на занятость, в том числе в сфере гостеприимства, туристических услуг. Он непропорционально затронул уязвимые группы, включая молодежь и трудящихся-мигрантов, а также работников с более низким уровнем образования и навыков. В связи со сложившейся ситуацией, уже понятно, что без государственной поддержки, гостиничному бизнесу выйти даже на допандемийный уровень будет не просто. [9]

Актуальность темы исследования объясняет выбор темы аттестационной работы, целью которой является: разработка практических рекомендаций, направленных на совершенствование государственного регулирования гостиничного бизнеса в Российской Федерации. Для достижения указанной цели, задачами работы является: описать теоретические аспекты государственного регулирования гостиничного бизнеса в РФ; провести анализ развития гостиничного бизнеса и системы государственной поддержки в России; выявить слабые

места и предложить пути совершенствования в системе государственного регулирования гостиничного бизнеса России.

Объект исследования- гостиничный бизнес России. Предмет исследования- система государственного регулирования гостиничного бизнеса в Российской Федерации.

Структурно работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Во введении описана актуальность темы исследования, цели, задачи работы, объект и предмет, информационная база исследования. В первой главе описаны проблемы и задачи системы государственного управления гостиничным бизнесом, дана характеристика органов государственного управления отельным бизнесом в России; оценена текущая ситуация поддержки отельного бизнеса в РФ на государственном уровне; проведен сравнительный анализ развития рынка гостиничных услуг в России. Во второй главе работы изучен зарубежный опыт развития гостиничного бизнеса в условиях масочного режима и после него, представлены инновации будущего отельного бизнеса в мире; дана характеристика перспективным направлениям развития отельного бизнеса в России и в мире; выявлены недостатки в системе государственного управления гостиничным бизнесом РФ и предложены пути совершенствования. В заключении работы представлены выводы и предложения.

Информационной базой исследования являются учебные пособия, статьи, монографии по изучаемой проблеме, данные статистической отчетности по развитию гостиничного бизнеса в России и в мире, нормативно-правовое регулирование гостиничной отрасли в РФ.

Проблематикой государственного управления гостиничным бизнесом занимались множество авторов, наиболее известными из них являются: Бабун Р.В., Бондарева Л.В., Василевич С.Г., Иванов В.В., Мельков С.А., Миронов А.Л., Попов Л.Л., Яновский В.В. и другие.

В работе применялись методы: классификация, синтез, анализ, обобщение, дедукция, конкретизация, синтез, формализация, наблюдение, описание, сравнение и другие.

Практическая значимость исследования- предложенные рекомендации могут быть учтены в практике государственного регулирования гостиничным бизнесом.

Глава 1. Теоретические аспекты государственного регулирования гостиничного бизнеса в России

1.1. Проблемы, задачи и органы государственного управления туристической и гостиничной отрасли России

Туризм имеет колоссальное значение для качества жизни населения и экономики. Для граждан туризм дает здоровье, способствует гармоничному развитию личности, обеспечивает удовлетворение жизнью. Для экономики туризм обеспечивает развитие несырьевого экспорта, диверсификацию доходов регионов, обеспечивает приток инвестиций, в том числе и иностранных. Для государства туризм обеспечивает социально-экономическое и инфраструктурное развитие, способствует улучшению имиджа страны, таблица 1. [28]

Таблица 1

Роль туристической отрасли для ключевых участников

№ п/п	Для граждан	Для экономики	Для государства
1	Здоровье	Мультипликативный эффект на ВВП (влияние на >50 отраслей)	Социально-экономическое развитие (новые рабочие места, налоги и др.)
2	Повышение благосостояния, занятости и доходов	Развитие несырьевого экспорта	Инфраструктурное развитие
3	Гармоничное развитие личности	Диверсификация доходов регионов	Интеграция регионов
4	Удовлетворенность жизнью	Приток инвестиций, в т.ч. иностранных	Улучшение имиджа России (мягкая сила)

Отрасль туризма в России обладает значительным потенциалом для развития экономики и повышения качества жизни населения. Внутренний туризм в России слабо распространен, по данным на 2018 год количество внутренних туристических поездок с ночевкой на 1 жителя страны в год в

России составляло 0,4, для сравнения этот показатель в США составил 7,0. Вторую строчку рейтинга занимает Австралия (4,2) и Китай (4,0), рисунок 1.



Рисунок 1-Количество внутренних туристических поездок с ночевкой на 1 жителя страны в год по странам в 2018 году [40]

В России сравнительно низкий вклад туризма в ВВП страны, по данным на 2019 год показатель составил 3,9%, для сравнения в Испании -14,3%, Китай -11,3%, Австралия-10,8%, США-8,6%, Франция-8,5%, Индия-6,8%, рисунок 2.

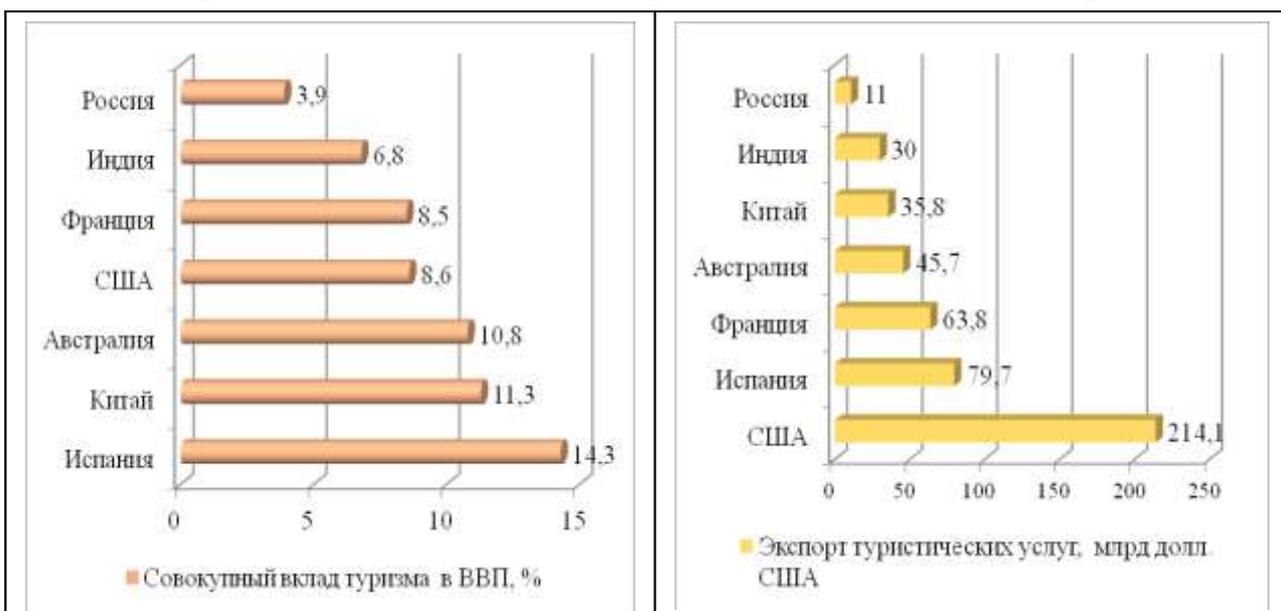


Рисунок 2-Показатели совокупного вклада туризма в ВВП и экспорт туристических услуг по странам в 2019 году [40]

По экспорту туристических услуг в ТОП- пять лидеров постоянно входят США, Испания, Франция. По данным на 2019год первую строчку рейтинга занимали США, экспорт составил 214,1 млрд. долл. США. 34-е место в мире заняла по этому показателю Россия, показатель в 2019году составил 11,0 млрд. долл. США, рисунок 2. Низкий показатель в России и по общему вкладу туризма в занятость населения, в 2019году он составил 3,5 %. Для сравнения в Испании-14,9%, в Австралии-12,8%, США-10,7%, Китай-10,3%,Франция-9,4%, Индия-8,0%, рисунок 3.



Рисунок 3-Показатели общего вклада туризма в занятость населения по странам в 2019 году[40]

Государственными органами РФ, в функции которых входит осуществление государственного регулирования и контроля в сфере гостиничного и туристского бизнеса, являются: Правительство РФ, Федеральное агентство по туризму (Ростуризм), Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор), а также другие государственные органы в силу своей компетенции. Роль Правительства РФ в сфере гостиничного и туристского бизнеса заключается прежде всего в издании подзаконных нормативных актов.

Основным федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством РФ, на который возложены функции по оказанию государственных услуг, управлению государственным имуществом в сфере туризма и выполнению правоприменительных функций в сфере туризма, выступает Федеральное агентство по туризму РФ (ФЛТ РФ или Ростуризм). Определенное значение в области государственного регулирования гостиничного бизнеса в рамках своей компетенции имеют и другие государственные органы (Министерство транспорта, Федеральная налоговая служба, Федеральная антимонопольная служба, Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии и др.).

Оказание гостиничных услуг в России осуществляется на основании федеральных законов, государственных программ по развитию туризма, ГК РФ, НК РФ, Правилами предоставления гостиничных услуг в РФ и иных нормативно-правовых актов. Согласно Постановлению от 24 декабря 2021 года №2439 в России запускается госпрограмма «Развитие туризма» до 2030 года. Её утвердил Председатель Правительства Михаил Мишустин. Общий объем финансового обеспечения государственной программы до 2024 года составляет 724 млрд. рублей. Из них 168,4 млрд. – средства федерального бюджета, 75,8 млрд. рублей – средства консолидированных бюджетов регионов, 542,1 млрд. рублей – внебюджетные источники. [20]

Структура государственной программы включает в себя три федеральных проекта – «Развитие туристической инфраструктуры», «Повышение доступности туристических продуктов» и «Совершенствование управления в сфере туризма», входящих в национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», а также комплекс мероприятий «Обеспечение системы управления в сфере туризма», таблица 2. Для выполнения поставленных задач предлагаются основные инструменты поддержки и мероприятия: создание территориальных планов туристического развития; субсидия регионам на формирование туристически привлекательных центров городов; субсидии регионам на

создание обеспечивающей инфраструктуры для туристических проектов; введение налоговых льгот (снижение НДС, создание и развитие особых налоговых режимов) и другое, таблица 3. [20]

Таблица 2

Проблемы, задачи и пути решения в туристической отрасли России

№ п/п	Проблемы отрасли	Ключевые задачи	Федеральные проекты
1	Граждане		
	Недостаточное информирование о внутренних туристических направлениях; Низкий уровень транспортной доступности и «бесшовной» логистики; Дефицит качественной круглогодичной туристической инфраструктуры	Создание благоприятных условий для развития предпринимательской и инвестиционной деятельности в туризме; Развитие туристической и обеспечивающей инфраструктуры; Формирование системы планирования туристических территорий	ФП 1. Развитие туристической инфраструктуры и создание качественных турпродуктов
2	Бизнес		
	Дефицит квалифицированных кадров в бизнесе и государственном управлении; Фрагментарность государственного и регионального планирования; Инфраструктурные ограничения; Высокая стоимость заемных средств, значительная налоговая нагрузка Низкая инвестиционная привлекательность	Системное продвижение внутренних туристических направлений; Повышение доступности российских туристических продуктов	ФП 2. Повышение доступности и информированности о туристических продуктах
3	Государство		
	Слабая межведомственная и межрегиональная координация; Несовершенство нормативного правового регулирования; Недостаточная государственная поддержка отрасли Отсутствие качественной отраслевой статистики и данных.	Цифровизация отрасли; Трансформация системы управления отраслью; Совершенствование нормативного правового регулирования; Развитие системы подготовки кадров в туризме.	ФП 3. Совершенствование управления в сфере туризма

Таблица 3

Основные инструменты поддержки и мероприятия гостиничного и туристического бизнеса России до 2030г. [20]

№ п/п	Федеральные проекты	Основные инструменты (меры государственной поддержки)	
1	ФП 1. Развитие туристической инфраструктуры и создание качественных турпродуктов	Создание территориальных планов туристического развития	Субсидирование процентной ставки на строительство (реконструкцию) гостиниц и многофункциональных комплексов
		Субсидия регионам на формирование туристически привлекательных центров городов	Грантовая поддержка общественных, предпринимательских и региональных инициатив, направленных на развитие туризма
		Субсидии регионам на создание обеспечивающей инфраструктуры для туристических проектов	
2	ФП 2. Повышение доступности и информированности о туристических продуктах	Субсидии юридическим и физическим лицам в целях снижения стоимости турпродукта для конечного потребителя	Финансирование мероприятий по системному продвижению национальных и региональных туристических продуктов на внутреннем и мировом туристических рынках
3	ФП 3. Совершенствование управления в сфере туризма	Финансирование мероприятий по подготовке кадров (развитие кадрового потенциала отрасли, новые практикоориентированные стандарты и программы, повышение квалификации)	Финансирование мероприятий по цифровизации гос. услуг и совершенствованию сбора данных (гос. сервисов, цифровая поддержка развития субъектов и др.)
		Введение налоговых льгот (снижение НДС, создание и развитие особых налоговых режимов)	Реализация комплекса мер, направленных на улучшение условий функционирования отрасли (нормативно - правовая база, статистика, классификация, управление НП, оценка удовлетворенности и защита прав потребителей и др.)

Все меры господдержки представленные в таблице 4 предоставляются на конкурсной основе. Федеральное мероприятие ФП №1: Развитие туристической

инфраструктуры и создание качественных турпродуктов предусматривает: поддержка строительства крупных туристических магнитов; модернизация номерного фонда, которая включает в себя увеличение строительства и реконструкции номерного фонда на 35 тыс. ед.; софинансирование общественных и предпринимательских инициатив в сфере туризма. Федеральное мероприятие №2: Повышение доступности и информированности о туристических продуктах предусматривает проведение мероприятий направленных на повышение доступности туристических поездок по России; системное продвижение национальных и региональных туристических продуктов на внутреннем и мировом рынках. Федеральное мероприятие №3: Совершенствование управления в сфере туризма предусматривает направления по развитию кадров, цифровизации госуправления в сфере туризма; улучшение условий функционирования отрасли; налоговые льготы. [20]

Инвесторы в 2021 году получили льготные кредиты на строительство отелей общей вместимостью почти 14 тыс. номеров. В рамках новой госпрограммы до 2024 года за счёт льготных кредитов по всей стране должно появиться уже свыше 19,5 тыс. номеров. Содействие инвесторам будет оказываться, в том числе при строительстве обеспечивающей инфраструктуры к туристическим объектам. И работу в этом направлении ведут совместно Минстрой России и корпорация «Туризм.РФ». В ближайшие три года гранты получают не менее 2,5 тыс. предпринимательских инициатив, направленных на развитие внутреннего туризма. В 2021 году аналогичную меру поддержки получило 452 проекта. Принятые меры поддержки для предприятий туристской отрасли малого среднего и крупного бизнеса, представлены в таблице 4 (Приложение 1). Кроме этого, с июля 2022 г. и по второй квартал 2027 г. гостиницы и иные места отдыха могут применять по своим услугам ставку НДС 0%. Входной налог гостиницы будут возмещать из бюджета. Чтобы подтвердить право на льготную ставку, нужно будет сдавать в налоговую отчет о доходах от оказания гостиничных услуг. Также нулевая ставка по НДС

доступна арендодателям гостиниц и иных мест отдыха, а также арендаторам, если они оказывают гостиничные услуги. Необходимые условия:

1) Гостиница должна быть в реестре объектов туристической индустрии. Порядок его ведения предстоит утвердить правительству.

2) Объект должен быть введен в эксплуатацию (в том числе после реконструкции) в 2022 году.

Нулевая ставка применяется 20 кварталов подряд (пять лет) считая с квартала, когда объект был введен в эксплуатацию, в том числе после реконструкции. [35]

Кроме выше перечисленного, Федеральным агентством по туризму (Ростуризм) в 2022 году был дан старт 3 новым грантовым программам поддержки туристического бизнеса. Первый тип грантов предусматривает создание модульных некапитальных средств размещения – кемпингов и автокемпингов. В 2022 году на данный тип грантов выделено 700 млн. рублей средств федерального бюджета. В результате реализации меры будет поддержано не менее 150 проектов в регионах. При этом один регион может претендовать максимум на 12,0% от общей суммы федерального бюджета, выделенной на данный тип грантов. Максимальная сумма гранта из средств федерального бюджета на один проект по созданию кемпингов и автокемпингов составит 4,65 млн. рублей. При этом предприниматель должен вложить в проект не менее 30,0% собственных средств. [33]

Второй тип грантов предусматривает реализацию общественных инициатив, направленных на развитие туристической инфраструктуры – обустройство пляжей и национальных туристических маршрутов. В 2022 году на данный тип грантов выделено более 1,25 млрд. рублей средств федерального бюджета. В результате реализации меры будет поддержано не менее 150 проектов в регионах, включая обустройство не менее 50 пляжей и 100 проектов в границах национальных туристических маршрутов. Один регион также может претендовать максимум на 12,0% от общей суммы федерального бюджета,

выделенной на данный тип грантов. Максимальная сумма гранта из средств федерального бюджета на один проект по обустройству пляжей составит 10 млн. рублей, а на обустройство туристического маршрута – 7,55 млн. рублей. Предприниматель должен вложить в проект не менее 30,0% собственных средств. [33]

Третий тип грантов предусматривает поддержку предпринимателей, которые развивают туристическую инфраструктуру в своих регионах. Акцент будет сделан на создание безбарьерной туристической среды, приобретение туристического оборудования, создание и развитие активных турмаршрутов, аудиогидов, а также на реализацию проектов по обустройству круглогодичных подогреваемых бассейнов. В 2022 году на данный тип грантов выделено 1,55 млрд. рублей средств федерального бюджета. В результате реализации меры будет поддержано не менее 500 проектов в регионах, включая обустройство не менее 20 подогреваемых бассейнов и 480 туристических проектов (туристическая навигация и маркировка на турмаршрутах, организация выделенных зон отдыха, создание безбарьерной туристической среды, создание аудиогидов и т.д.). При этом один регион может претендовать максимум на 7,0% от общей суммы федерального бюджета, выделенной на данный тип грантов. Максимальная сумма гранта из средств федерального бюджета на один проект по обустройству подогреваемых бассейнов составит 5,5 млн. рублей, а на обустройство туристических проектов – 3 млн. рублей. Предприниматель должен вложить в проект не менее 30,0% собственных средств. [33]

На всю грантовую поддержку Ростуризмом предусмотрено 3,5 млрд. руб. в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». [33]

Кроме этого, Ростуризм впервые запустил программу по льготному кредитованию инвесторов на строительство отелей. Впервые в России инвесторы смогут до 2024 года получать льготные кредиты по ставке 3,0-5,0% на строительство и реконструкцию отелей. На это правительство выделило 18,8 млрд. рублей. [35]

Новая мера поддержки позволит инвесторам с привлечением заемных средств строить или реконструировать отели категории не менее «три звезды», площадью от 5000 кв. м или с номерным фондом от 120 номеров, а также санатории. Кредиты будут предоставляться на срок до 15 лет по ставке 3–5 процентов годовых.

Ростуризм уже утвердил критерии отбора инвестиционных проектов, а также минимальные и максимальные размеры кредитов, и начал прием заявок от банков, которые станут участниками программы. Прошедшие аккредитацию банки будут осуществлять отбор потенциальных заемщиков с точки зрения надежности и финансовой устойчивости, далее предоставлять в Ростуризм список инвестиционных проектов, претендующих на льготное кредитование. Окончательное решение по предоставлению кредитов будет приниматься Ростуризмом совместно с Правительственной комиссией по туризму.

Согласно утвержденным критериям, размер кредита может варьироваться от 100 млн. до 70 млрд. рублей, а сам проект должен быть в высокой степени проработки: получены документы на землю, разработан бизнес-план, а также проект должен пройти кредитный комитет в банке, важно также какой объем средств уже профинансировано будущим собственником, и какую долю собственных средств инвестор готов вложить в проект. Объем выдачи кредитов оценивается примерно в 200 млрд. рублей к 2024 году. На эти средства будет начато строительство более 20 тыс. современных номеров. [35]

По мнению главы Ростуризма, появление большего количества современных отелей и обновление номерного фонда позволит также увеличить конкуренцию на рынке, что комплексно повлияет на соотношение цены и качества отдыха в России. Качественные, современные гостиницы сегодня составляют всего 10,0% от общего объема номерного фонда в стране и сконцентрированы преимущественно в крупных городах. Строить современные отели было не выгодно из-за дорогих кредитов и низкой рентабельности.

Ключевая задача программы – создать условия для инвесторов, чтобы отели строились там, где ощущается их нехватка.

Развитие внутреннего туризма в России является национальным приоритетом. В комплексе все эти меры позволят к 2030 году увеличить количество путешествий внутри страны до 140 млн. поездок в год, увеличить количество новых рабочих мест до 4,7 млн., повысить вклад отрасли в экономику до 8,3 трлн. рублей, показатели экспорта туристических услуг планируется увеличить до 22,3 млн. долл. США, рисунок 4.

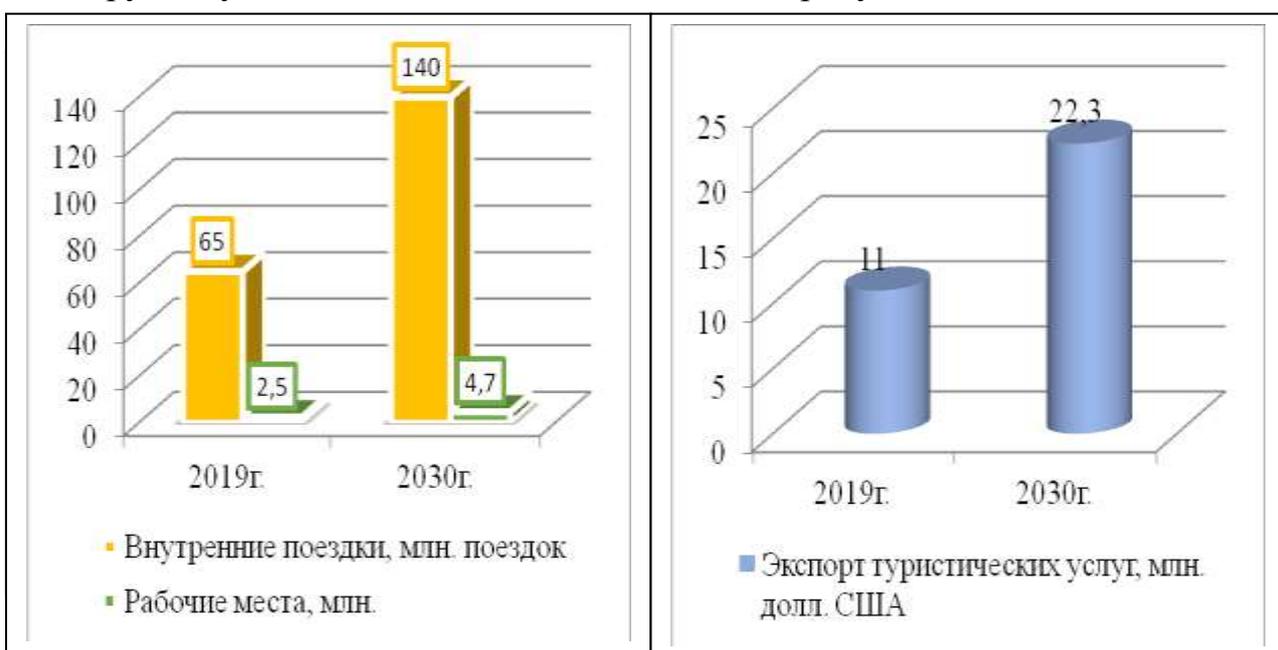


Рисунок 4-Прогнозные показатели развития туристической отрасли в России до 2030г. [37]

В результате реализации госпрограммы «Туризм и индустрия гостеприимства» должны быть достигнуты следующие цели: граждане обеспечены современной туристической инфраструктурой; создана и внедрена система поддержки общественных и предпринимательских инициатив, направленных на развитие внутреннего туризма; созданы условия для обеспечения доступности гражданам поездок по стране в условиях комфортной и безопасной туристической среды; созданы и внедрены цифровые решения, обеспечивающие гражданам доступ к информации о возможностях отдыха внутри страны, а также к туристическим цифровым сервисам; создана сквозная система финан-

совой и нефинансовой поддержки, направленной на развитие экспорта туристских услуг; увеличено число рабочих мест и повышен кадровый потенциал отечественной туристической отрасли; реализованы мероприятия по цифровизации государственного управления в сфере туризма; усовершенствовано государственное управление в сфере туризма.

Итак, выше была рассмотрена краткая характеристика органов государственного управления гостиничным и туристическим бизнесом, нормативно-правовое регулирование, а также принятые меры поддержки туристической отрасли России, в целом и гостиничной сферы, в частности. Для того, чтобы оценить развитие рынка гостиничных услуг в России, перейдем к следующему параграфу.

1.2. Анализ развития рынка гостиничных услуг в России

Проведем анализ динамики показателей рынка гостиничных услуг в России по имеющимся данным с 2017-2021гг. Объем гостиничного рынка РФ за анализируемый период вырос на 15,6%: со 135,9 млн. до 157,2 млн. ночевок, рисунок 5. [24]

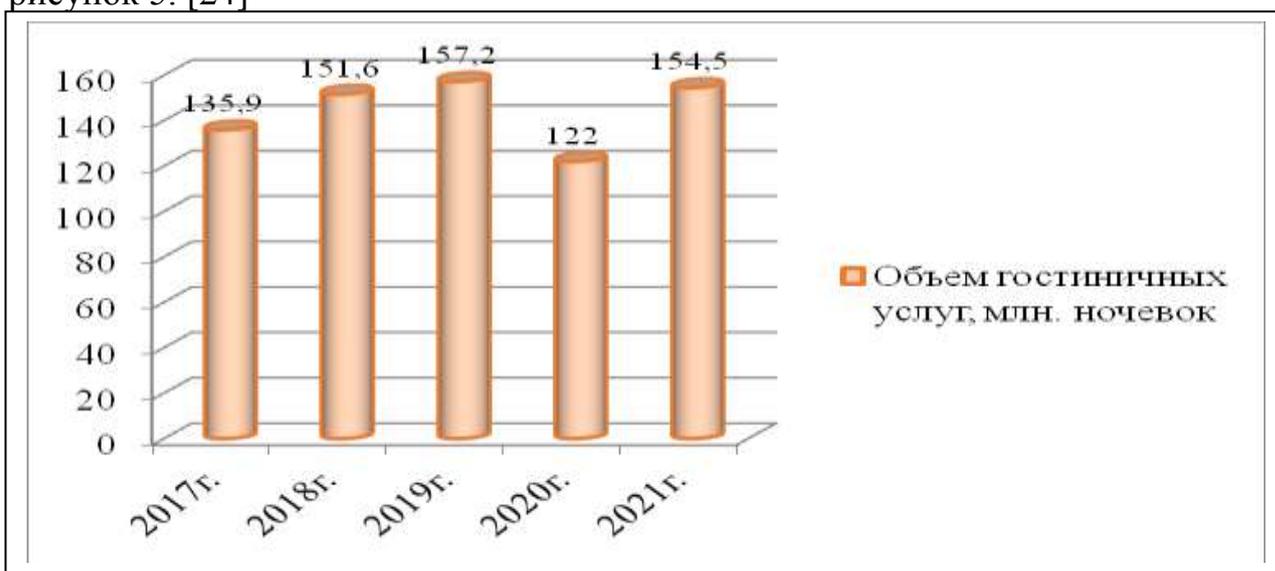


Рисунок 5-Динамика объема гостиничных услуг в России с 2017-2021гг. [24]

Росту отельного рынка в 2017-2019 гг. способствовало проведение ряда международных спортивных мероприятий в стране, а также увеличение внешнего турпотока из Китая, Индии и других восточных стран и стран СНГ. Дополнительными факторами роста стали ослабление национальной валюты, из-за чего часть туристов вынуждены были заменить зарубежный отдых внутренними путешествиями по России, и открытие Крымского моста, вызвавшее рост спроса на отдых в Крыму.

Увеличение объема гостиничного рынка в России сопровождалось перераспределением спроса в более низкий ценовой сегмент – рост популярности хостелов и прочих бюджетных видов гостиничного размещения из-за стагнации доходов потребителей.

В 2020 г. пандемия коронавируса привела к падению объема рынка гостиничных услуг в России на 22,4% до 122,0 млн. ночевок. На время карантина, вводимого в стране для предотвращения распространения эпидемии, деятельность коллективных средств размещения была приостановлена. Постепенное ослабление ограничений во второй половине года и замещение выездного туризма на внутренний позволило рынку избежать большего падения по итогам года. [24]

В 2021 г. объем рынка гостиничных услуг России вырос на 26,6% к уровню 2020 г. до 154,5 млн. ночевок. Из-за закрытия границ трендом 2021 г. стал загородный отдых внутри страны. Гостиницы старались адаптироваться к новым санитарным условиям. Появились дополнительные сервисы, в том числе с использованием современных технологий, минимизирующие контакты между постояльцами и персоналом. Дополнительным стимулом для отдыха в России стала программа туристического кэшбэка от Ростуризма и платежной системы МИР. В 2022 г. из-за геополитического кризиса тренд на отдых внутри страны сохранится. Кроме того, ослабление рубля и закрытие для россиян ряда стран будут способствовать перераспределению спроса с зарубежных направлений на российские курорты. [24]

Гостиничный рынок Москвы является наиболее развитым рынком России с точки зрения спроса и предложения. Всего в столице работает 865 отелей с номерным фондом в 68 тысяч, из них качественное предложение составляет 32000. За 11 месяцев 2021 года средняя стоимость гостиничных номеров в Москве выросла на 22,0% и составила 6315 рублей (на конец ноября), что на 6,2% ниже, чем за тот же период 2019 года. В 2021 году гостиничный рынок Москвы продемонстрировал приближенный к 2019 году показатель среднего тарифа. Прирост в сравнении с 2020 годом составил 13,0%. Средний тариф рос в сегментах люкс и верхнем пределе высокого ценового сегмента, в то время как в остальных сегментах наблюдалось падение от 11,0% до 28,0%. Средняя цена за номер в гостиницах России за 11 месяцев 2021 года увеличилась на 33,21% и составила 6490 руб., рисунок 6. [24]

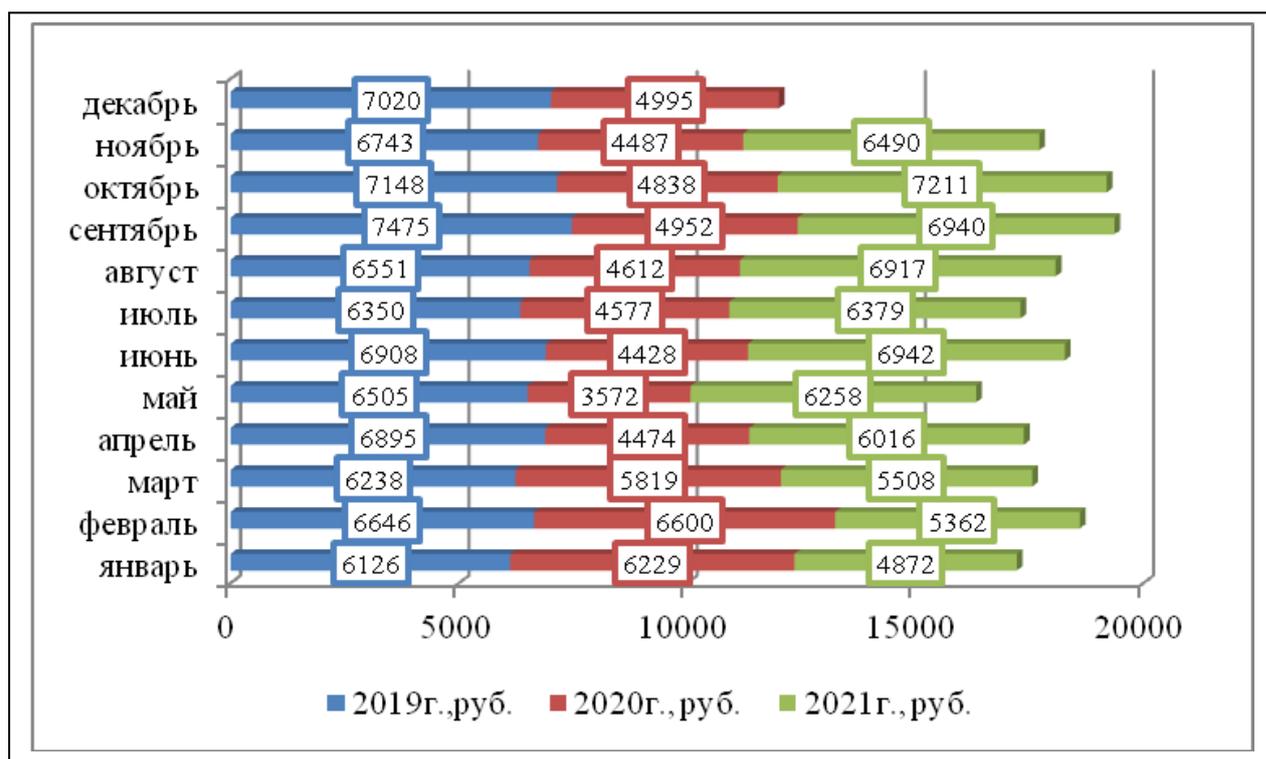


Рисунок 6- Средняя цена за гостиничный номер в России за 11 месяцев 2021 года [24]

В целом, в Москве наблюдался значительный рост заполняемости: в брендируемых отелях средневзвешенная загрузка составила 60,0%, увеличившись на 22 п.п. по отношению к аналогичному показателю 2020 года. Средневз-

вешенный тариф (ADR) вырос на 19,0% - с 5700 руб. (в 2020 г.) до 6 800 руб. Таким образом, средневзвешенный показатель дохода на доступный номер (RevPAR) увеличился на 88,0%, приблизившись к 4100 руб. При этом RevPAR практически на 30,0% отставал от «допандемийного» уровня 2019 года. Несмотря на продолжавшиеся колебания спроса, основные операционные показатели московского рынка стабилизировались, а по средней цене на номер даже приблизились к доковидным уровням. Однако очередная, четвертая волна роста заболеваемости в октябре-ноябре 2021года сдвинула сроки качественного увеличения объемов и восстановления привычной структуры спроса на гостиничные услуги.

В январе 2021года загруженность отелей Москвы составляла 43,2%, по отношению к началу предыдущего года показатель снизился на 17,3%. По другим городам России и мира наблюдается аналогичная ситуация, рисунок 7.

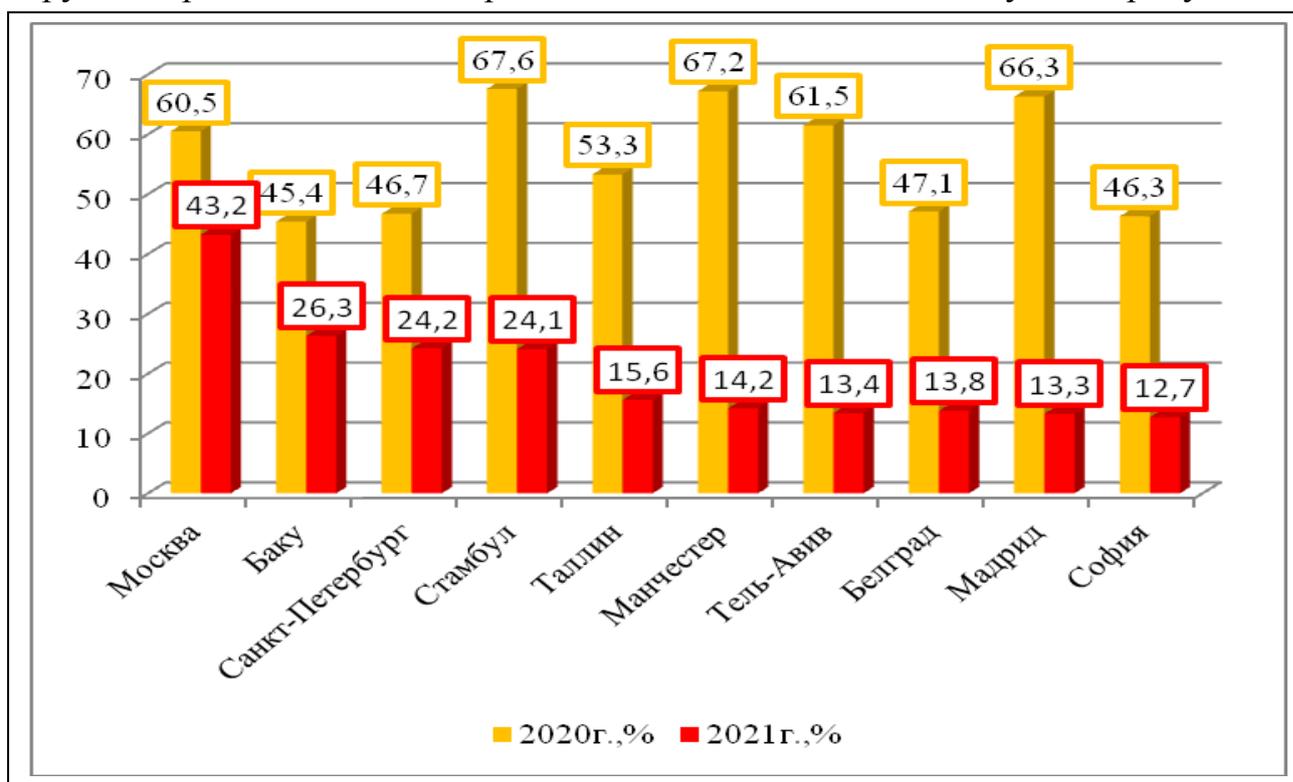


Рисунок 7-Динамика загрузки отелей в России и в мире с 2020-2021гг.(по данным на начало года) [24]

В частности, в Санкт-Петербурге снижение загрузки отелей составило 22,5%, в январе 2021года отели Северной столицы были загружены

всего на 24,2%. Существенное снижение загрузки отелей наблюдается в таких городах как: София, Мадрид, Белград, Тель-Авив, Манчестер, Таллин, Стамбул, рисунок 7.

Упали и доходы отелей, практически в два раза снизились доходы по Москве и Санкт-Петербургу и в январе 2021года средняя выручка за гостиничный номер в этих городах составила 26,47 долл. США и 14,53 долл. США соответственно. Существенно снизилась выручка за номер в гостиницах следующих городов: Париж, Цюрих, Женева, рисунок 8.

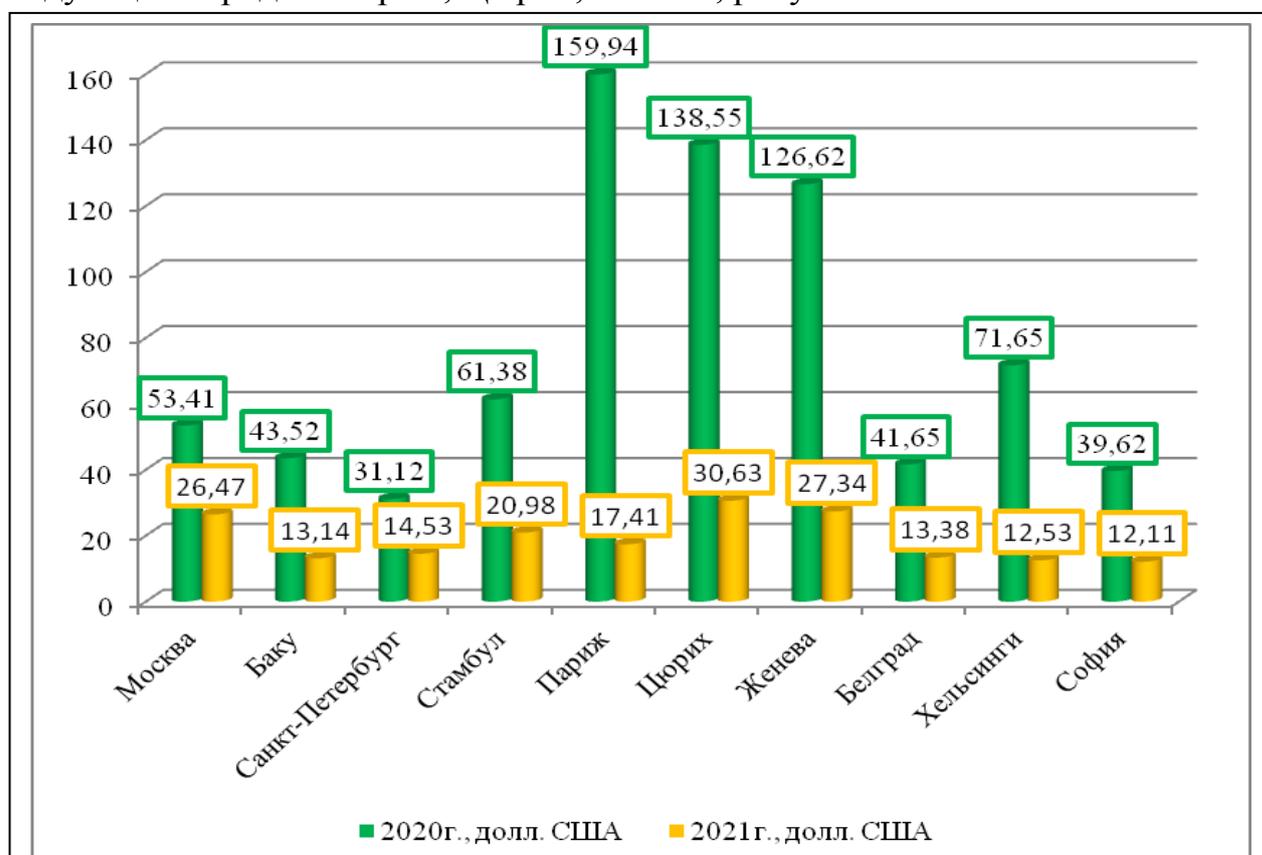


Рисунок 8-Динамика выручки отелей в России и в мире за номер в январе 2020-2021гг. [18]

В продолжении темы развития гостиничного бизнеса не лишним будет описать основные тренды развития этого рынка. Эксперты гостиничной отрасли, считают, что последствия столь глубокого кризиса скажутся и на технологиях гостиничного бизнеса, которые последние годы и без того кардинально менялись. Ранее отельеры делали ставку на миллениалов (людей, рожденных в 80–90-е гг. XX в.), и, по мнению экспертов, они же останутся

основными клиентами после пандемии. Это поколение ценит автономность и передовые технологии, не слишком привязывается к месту и ведет здоровый образ жизни. В то же время миллениалам, проводящим много времени в интернете, свойственна социальная изолированность. Для них путешествия – способ выйти из зоны комфорта, обзавестись новыми знакомствами и полезными связями, погрузиться в местную культуру, оценить локальную кухню, получить уникальные знания и необычные переживания». Но, возможно, путешественники станут осторожнее в исследовании локальной идентичности, учитывая источник COVID-19. [18]

Условно можно разделить основные тенденции в гостиничной сфере на несколько ключевых блоков: технологии, лояльность, экологичность и устойчивое развитие, появление альтернативных форматов. В соответствии с трендами меняется и дизайн. Рассмотрим подробнее эти направления.

1) Мир больших данных. Глобальная цифровизация легла в основу новой политики гостеприимства. Эксперты гостиничного бизнеса считают, гостиничные номера становятся более технологичными и функциональными. Например, «умные зеркала» сочетают функции зеркала, телевизора и сенсорного монитора: гости могут краситься или бриться и проверять почту, смотреть новости на большом экране. Мобильный телефон подключается к системам номера, и гость может слушать свою музыку, смотреть фильмы и так далее. Простота и удобство технологий также имеют значение: одним нажатием кнопки можно отключить весь свет в номере, не приходится искать выключатель настольной лампы. Чтобы настроить нужную температуру или включить режим «не беспокоить», не нужно даже вставать с кровати.

Цифровизация меняет также организацию продаж, а big data позволяет персонализировать предложение вплоть «до цвета зубной щетки». «Выбор гостиниц также в подавляющем большинстве случаев происходит онлайн. Как можно более полную информацию об объекте могут дать не только отзывы постояльцев, но и виртуальные туры с использованием VR- и AR-технологий»,

для гостей все более важными становятся все-таки отзывы и фотографии в social media. [17]

Сбор данных отелями и агрегаторами позволяет персонифицировать предложение, основываясь на предыдущем опыте гостя (его интересы, температура в комнате и проч.). А тот, кто получил индивидуальное предложение, более лоялен к отелю и скорее остановится в нем еще раз, нежели будет искать другой. Операторы проводят большую работу по созданию функциональных программ лояльности; и тогда бизнес-путешественники копят баллы в командировках, а тратят их в период отпуска. Создавая базу лояльных клиентов, операторы увеличивают объем прямых продаж через собственные сайты, приложения и т. д., что позволяет гостиницам наращивать выручку не только по департаменту номерного фонда, но и по другим департаментам. Лояльные гости тратят больше на дополнительные сервисы, еду и иные услуги. Этот подход работает и в высоком ценовом сегменте. Состоятельные люди ищут в отелях класса de luxe прежде всего индивидуальное отношение и личный сервис. Их трудно удивить шелковыми простынями, изысканными блюдами или современным спа-центром, но они точно оценят гипоаллергенное постельное белье или меню, составленное с учетом их личных вкусовых предпочтений или индивидуальной диеты. У каждого человека есть «райдер», это касается предпочтений в еде, любимой музыки и даже службы такси. Задача первоклассного гостиничного оператора – узнать о привычках гостя еще до его прибытия, чтобы предупредить и предугадать максимум его пожеланий. [17]

2) Экологичность как комфорт. Гостиничная индустрия вступила в борьбу по защите природы много лет назад с программой по многократному использованию полотенец. Сети постепенно заменяют пластиковые трубочки для коктейлей на сделанные из биоразлагаемых материалов (из бумаги и бамбука) или вместо бутылок с водой в номере предлагают гостям воду из кулера на этаже. «В Калифорнии (США) планируют полностью отказаться от

использования индивидуальных одноразовых пластиковых емкостей для косметики. Вместо них в ванных комнатах будут использовать многоразовые объемные дозаторы. Больше внимания операторы и собственники уделяют рациональному водопользованию, используя специальные насадки для душа и современные модели стиральных машин, и энергосбережению – в новых отелях внедряют датчики движения, которые отслеживают активность и самостоятельно отключают счет в случае отсутствия признаков движения».

3) Дизайн в цифровую эру. Важным для «цифрового мира» оказался дизайн помещений, который обеспечивает WOW-эффект, транслируемый в соцсети. Это нужно для продаж. «Необычное и интересное место для селфи и Instagram-поста – критически важный элемент современного дизайна общественных пространств в целом (отелей, ресторанов, музеев и т. п.), где еще на этапе проектирования закладываются «точки трансляции впечатлений. Лобби перестает быть просто лобби, теперь это многофункциональное пространство для работы и отдыха. До начала пандемии гости меньше времени проводили в номерах, поэтому важно было создать в общих зонах отеля правильную атмосферу, сделать их максимально гибкими, чтобы подстраиваться под конкретные задачи аудитории в зависимости от времени суток. Из-за вынужденной изоляции сформируется острый запрос на живое общение и люди как никогда будут нуждаться в местах социализации, однако, формируются новые требования безопасности к таким пространствам. Вероятнее всего, навсегда будут ужесточены правила уборки и дезинфекции помещений, появятся жесткие нормы по обработке вентиляционных систем и прочее. [17]

До пандемии ресторанные концепции гостиниц становились все более замысловатыми, чтобы привлекать больше гостей извне (walk-in demand). Когда мир снова начнет двигаться, планируется, что тенденция сохранится. Например, вечером в лобби устанавливается диджейский пульта, и гостиница превращается в ночной клуб и точку притяжения. Зона ресепшн может стать барной стойкой – и наоборот.

Влияет на дизайн отелей и то, что все больше людей работает удаленно и после снятия карантинных ограничений число таких сотрудников различных фирм увеличится. Эксперты прогнозируют, что через 3–5 лет общая численность глобальной мобильной рабочей силы может вырасти до 1,7–1,8 млрд. человек, это около 35,0–40,0% от совокупного объема рынка труда. Отельный бизнес понимает это и реформирует часть объектов. Один из главных принципов функционирования отелей, которые рассчитаны на «цифровых кочевников», заключается в формировании временных рабочих мест с большим количеством вариаций компоновок. Пространство номеров и общественных зон оборудовано в таком ключе, что создать и настроить рабочее место можно практически везде внутри отеля и на его территории. В гостиничных номерах, дизайн в большей степени отражает уникальные особенности региона, в котором расположен отель.

4) Тренды гостиничного бизнеса в России. Большинство захвативших мир перемен проникает на гостиничный рынок России, в первую очередь в Москве и Санкт-Петербурге, но порой в измененном виде. Есть сложности с киосками саморегистрации в европейском исполнении или с уменьшением площади номеров в пользу пространства для социализации. Самыми консервативными остаются отели класса люкс, поскольку клиенты высокого достатка и статуса привыкли к определенному образу жизни. [17]

В последнее время в технических заданиях по строительству отелей в России, можно заметить, что в интерьерах гостиничных номеров отсутствует письменный стол. Заказчики строительства отелей считают, что современные гаджеты дают постояльцу возможность работать в кровати или в кресле со специальными подлокотниками, на которых можно разместить телефон или ноутбук. Однако, опыт показал, что бизнесменам старой закалки стол по-прежнему необходим для работы. А что касается саморегистрации при помощи планшетов, как это уже происходит в отелях Франции, Швейцарии или Голландии, то в России так не получится – здесь при заселении в отель

сотрудник должен удостоверить личность постояльца и сделать при нем копию паспорта.

До недавнего времени больше всего проблем российским отельерам доставляла классификация, которая поэтапно станет обязательной. Требования для получения звезд очень серьезные. К примеру, для получения пяти звезд, нужно сделать в отеле сауну, строго регламентировано количество парковочных мест. Гостиничному бизнесу порой приходится покупать дополнительные объекты рядом с основным зданием, чтобы оборудовать там помещения, формально необходимые для получения более высокой звездности. Но сейчас для гостиничного бизнеса важнее выжить, а не повысить звездность.

В России, одним из первых, отельный бизнес пострадал на Дальнем Востоке, который зависимым от потока приезжих из Китая, Южной Кореи, Японии. Москва и Санкт-Петербург ощутили спад загрузки позднее. Еще одна особенность российского сценария, что официально были закрыты не отели, власти закрыли санатории, базы отдыха, курорты и объекты массового отдыха, относительно городских отелей подобного распоряжения не было, закрытие и консервация части зданий – решение собственника и управляющей компании.

В завершении данного исследования, не лишним будет описать прогнозы экспертов по развитию гостиничного бизнеса в России. Какое-то время после кризисов, потребители будут с опаской относиться к путешествиям, и, про прогнозам, сначала оживет интерес к внутренним направлениям, только затем уже будут набирать обороты международные перевозки (в случае возобновления авиасообщения). Для российских туристов первый этап может затянуться помимо прочего из-за экономической ситуации и слабого рубля. С другой стороны, когда границы для международного туризма будут открыты, ослабленный рубль может сыграть на пользу. Однако, эксперты уверены в том, что без мер господдержки процесс выхода отрасли из этого кризиса затянется минимум на несколько лет.

Таким образом, выше были рассмотрены основные меры поддержки гостиничного бизнеса на федеральном уровне в России, представлен анализ динамики развития гостиничной отрасли в РФ и в мире, который показал, что события последних лет отрицательно сказываются на отельном секторе экономики. Государство делает все необходимое для поддержки гостиничной и туристической отрасли, в частности, гостиничному бизнесу были предложены: беспроцентные кредиты на выплату зарплат (кредиты предоставляются по ставке 0% первые 6 месяцев и 4,0% – в последующие полгода); гранты на зарплату, неотложные нужды, коммунальные платежи; отсрочка по арендным платежам; моратории на банкротство, различные санкции и проверки бизнеса; налоговые каникулы, снижение страховых взносов; гранты на создание модульных некапитальных средств размещения – кемпингов и автокемпингов; иные виды грантов, а также льготное кредитование строительства отелей, нулевая ставка НДС и другие. Согласно структуре работы и тематики исследования, необходимо подробнее вывить слабые места в системе государственного управления гостиничной отраслью и предложить пути совершенствования данной ситуации. Для этого, перейдем к следующей главе исследования.

Глава 2. Совершенствование системы государственного управления гостиничным бизнесом в России

2.1. Зарубежный опыт развития и государственной поддержки гостиничного бизнеса в условиях масочного режима и после него

Масочный режим ввел свои правила на рынке гостиничного бизнеса в мире, в большинстве стран Европы (Испании, Италии и др.) правительством были отданы прямые распоряжения о закрытии отелей на время самоизоляции. В Германии подобных директив не было, но, согласно отчету European Hotel Performance Update от компании STR, загрузка упала до минимальных 4,0–5,0% естественным путем: отменились командировки, мероприятия, закрылось авиасообщение. Люди перестали путешествовать, и в гостиничный бизнес пришел кризис. После открытия европейских границ ситуация начала исправляться, но очень медленно. В целом, гостиничная отрасль в Европе (загрузка на текущий момент -около 40,0%) восстанавливается медленнее, чем в США или Китае (загрузка под 50,0%). По данным McKinsey, в США заполненность люкс-отелей на начало мая 2021г. составляла 15,0%, гостиниц экономкласса – 40,0%. Цены на акции в сфере гостиничного бизнеса с 1 января снизились на 60,0%, тысячи гостиниц и отелей закрылись - эксперты считают, что рынок восстановится не раньше, чем к 2023 году. [10]

Лучше всего себя чувствуют региональные и курортные гостиницы. В среднем в крупных городах Европы загрузка отелей составляет 20,0–30,0%, а в регионах– 40,0–60,0%. Причиной этого стал рост внутреннего туризма - жителей страны больше интересуют курорты и региональные достопримечательности, чем столицы, где обычно сосредоточена деловая жизнь. Также выросла потребность в необычных гостиницах и альтернативных продуктах: глэмпинге, экоотелях, домиках на деревьях или юртах. Рассмотрим кратко необычные гостиницы и альтернативные продукты. [10]

Слово «глэмпинг» впервые появилось в Великобритании в 2000 году. Оно образовалось в результате слияния двух английских слов *glamour* и *camping* – что означает гламурный кемпинг. Глэмпинг относится к направлениям эко-туризма и включает в себя организованный и комфортный отдых на лоне дикой природы с элементами «роскоши» отеля: двуспальная кровать, мебель, кухонные принадлежности, душ и туалет. Глэмпинги предоставляют возможность просыпаться в уютном тепле на кровати с белоснежным бельём под пение птиц, наслаждаться неспешными завтраками. Их владельцы стараются создавать максимально комфортные условия для гостей. Предназначен такой отдых для тех, кто не прочь пожить в уединении с природой, но при этом не хочет идти в поход и может позволить себе отдых по высшему разряду вдали от высокого ритма большого города. [13]

Еще одно востребованное направление гостиничного бизнеса-эко-отели. Эко-отели появились вследствие повышенного спроса на природный отдых, который сформировался в гостиничном бизнесе за последние 20 лет. Число путешественников, выбирающих для себя экологичные варианты путешествий, растёт с каждым годом и это требует от владельцев гостиниц принятия новых решений. Туристы готовы платить больше, чтобы оказаться в отеле, персонал которого заботится об экологии. Главная идея эко-отелей состоит в том, чтобы привить гостям ответственность за влияние на окружающую среду и минимизировать негативное воздействие. Главное отличие от обычных отелей -они находятся в природных зонах, способствуют единению с природой и обеспечивают гостям условия, схожие с жизнью на свежем воздухе: натуральные продукты, чистая вода, природные материалы, используемые для отделки номеров. Однако, не всегда эти отели находятся в лесу, многие из них строят в природных парках в мегаполисах. В некоторых из отелей отсутствует сотовая связь, электричество и другие блага цивилизации. Например, вода в душе нагревается солнцем, вместо лампочек используют свечи. Постояльцы могут воспользоваться услугами по переработке мусора, попробовать продукты

местного производства, которые выращиваются на огороде при гостинице. Эко-отели также предоставляют путешественникам органическое постельное бельё, нетоксичные моющие средства, экологически чистые туалетные принадлежности и другое. [34]

Многие эко-отели представляют собой домики или хижины, спроектированные по типу жилищ коренных племён, проживающих в данной заповедной зоне. В таких отелях отсутствуют роскошные и богатые отделанные номера, во многих отелях есть только кровать или гамак, стол и пара кресел. Мебель тоже сделана из природных материалов: древесины или камня. Особенности эко-отелей является то, что в числе дополнительных услуг таких отелей - просвещение в области экологии. Посетителям рассказывают о флоре и фауне местных экосистем, учат способам снижения вредного воздействия на окружающую среду. [34]

Не менее значимыми в развитии отельного бизнеса являются- домики на деревьях. Все больше людей в последнее время приходит к решению освободиться от жизненных стрессов и воссоединиться с природой, потому отели на деревьях становятся все более популярными. Путешественники во всем мире все чаще решают провести время в удобном доме на дереве где они могут отдохнуть, перезарядиться и возвратиться к природе. За последние несколько лет появилось множество специальных предложений по всему миру, от Азии и Австралии до Северной Америки, Европы и Африки. Наиболее интересными и известными отелями на деревьях являются следующие: Treehouse Point(США), Aqua Wellness в Никарагуа, Daintree EcoLodge & Spa(Австралия), отель Meisters Irma (Италия), Шато Лес Арбес(Франция), Tsala Treetop Lodge(ЮАР), Хапуку(Новая Зеландия), дом на дереве в Тонгабези (Замбия), Chewton Glen (Англия) и другие, рисунок 9. [36]

Итак, выше были кратко рассмотрены наиболее популярные направления гостиничного бизнеса в мире. Крайне сложно отельерам сейчас спасти бизнес,

однако, они не теряют бдительности и придерживаются мер, которые позволят им выйти из пандемии с минимальными потерями.

Отели -домики на деревьях в различных странах		
Treehouse Point	Aqua Wellness	Daintree EcoLodge & Spa
		
Meisters Irma	Шаро Лес Арбес	Tsala Treetop Lodge
		
Хапуку	Дом на дереве в Тонгабези	Chewton Glen
		
Treehotel, Харадс, Лапландия, Швеция	Chateaux Dans Les Arbres, Дордонь, Франция	
Manali Tree House Cottages, долина Кулу, Индия	Tree House Lodge, Пуэрто-Вьехо-де-Таламанка, Коста-Рика	

Рисунок 9- Наиболее популярные отели -домики на деревьях в различных странах[36]

Как правило, меры у всех отельеров более-менее одинаковые: максимальное сокращение расходов, предоставление скидок, расширение клиентской базы при помощи нетипичных услуг, акцент на чистоте и безопасности, запланированная модернизация, рассмотрим кратко эти направления.

1) Максимальное сокращение расходов. Около 52,0% участников опроса, проведенного компанией Cendyn, сократили свои расходы в целом. 47,0% закрыли рестораны и прекратили маркетинговые активности, 41,0% закрыли часть площадей отеля и сократили персонал. [39]

2) Предоставление скидок. Критически важно сделать свое предложение привлекательным для клиентов, но опыт финансовых кризисов прошлых лет показывает, что отмена скидок в будущем будет воспринята аудиторией лояльнее, чем рост стоимости номеров, поэтому многие отельеры выбирают именно такой формат уменьшения цен. Некоторые отельеры ввели также дневные тарифы. [39]

3) Расширение клиентской базы при помощи нетипичных услуг. Некоторые отели серьезно усиливают работу с корпоративными клиентами, вводят новые программы лояльности и опции, также подготавливают предложения для проведения свадеб и других мероприятий. Среди опрошенных компанией Cendyn, 41,0% респондентов -придумали альтернативные способы использования ресторанов, 12,0%- стали сдавать свои площади как рабочее пространство.

3) Акцент на чистоте и безопасности. Обязательный элемент для снятия опасений клиентов. Люди беспокоятся о своем здоровье, поэтому гостиничный бизнес уделяет санитарной обработке всех помещений максимум внимания и афиширует это. [39]

4) Запланированная модернизация. На первый взгляд внедрение новых бизнес-процессов - это дополнительные затраты. Однако практика показывает, что использование сервисов автоматизации (удаленное заселение, бронь со смартфона, сенсоры для энергосбережения) быстро окупаются и начинают приносить прибыль. 48,0% отельеров, опрошенных Cendyn, пустили свои

ресурсы на разработку решений, улучшающих клиентский опыт, 41,0% занялся специальными проектами, а 59,0% освободившееся время потратили на обучение персонала. [39]

5) Оптимизация работы с F&B. Некоторая часть гостиниц сокращает ассортимент завтраков и заключили договоры с сервисами доставки еды, что снизило расходы отеля без значимого уменьшения качества обслуживания. [39]

И так, гостиничный бизнес Европы не мало пострадал от кризиса, однако, отельеры не теряют бдительности и разрабатывают различные антикризисные мероприятия, способствующие снизить затраты и причинить меньший вред бизнесу. Тем не менее, без государственной поддержки и страховки гостиничному бизнесу будет не просто преодолеть существующую ситуацию. В связи с этим, Правительства разных стран отреагировали на ситуацию по-разному. Большинство выдает предприятиям малого и среднего бизнеса субсидии или заверенные государством кредиты. Но есть и другие меры, рассмотрим кратко.

Так, еще в 2020 году Германия анонсировала отмену социальных взносов по зарплатам сотрудников на пять месяцев, но на практике сделала только отсрочку платежа на два месяца. В Италии правительство приостановило сбор налогов и прочих выплат для наиболее пострадавших отраслей бизнеса, также предприятиям возвращена часть аренды. Правительство Франции также приостановило сбор налогов и социальных взносов, кроме того, создало «фонд солидарности», в который могут вкладываться частные компании для предоставления помощи самозанятым и малому бизнесу.

В Голландии в настоящее время есть только два вида компенсации. Правительство компенсирует до 90,0% затрат на ЗП с апреля по сентябрь, при условии что падение выручки относительно прошлого года составило –80,0%. Если падение выручки ниже, то и компенсация меньше. В среднем, по подсчетам UFG Wealth Management, получилось до 50–60% компенсации. Пока не известно, будет ли продление этой меры в дальнейшем. Кроме того, правительство Голландии предоставило отсрочку выплат налога на три месяца.

Однако, на предпринятые меры правительства зарубежных стран, полностью восстановиться гостиничная отрасль сможет в лучшем случае в 2024 году. Восстановление займет такое длительное время в особенности из-за того, что заметно более низкая заполняемость отелей повлияет на средние цены на размещение. В разных европейских странах восстановление отрасли будет отличаться из-за разницы в темпах экономического роста и структурных особенностей местных рынков краткосрочной аренды жилья. [38]

Страны, города или конкретные отели, которые в большей степени полагаются на прием иностранных туристов и/или лиц, путешествующих с деловыми целями, будут восстанавливаться более медленными темпами по сравнению с регионами или отелями, которые ориентируются главным образом на внутренний туризм. Кроме того, гостиничные компании, которые отличаются высокой капиталоемкостью, то есть те, на которых бремя задолженности по кредитам на приобретение недвижимости (погашение основного долга и процентов), подвергаются более высокому риску, чем компании, которые перешли на бизнес-модель облегченных активов (*asset-light model*), сосредоточившись на гостиничном франчайзинге или управлении отелями. Гостиничные компании, бизнес-модель которых подразумевает владение большим количеством активов (*asset-heavy business model*), могут рассматривать возможность избавления от своих активов в недвижимости, чтобы улучшить балансовые отчеты и снизить затраты.

Европейский гостиничный бизнес, в котором основной статьей расходов являются затраты на рабочую силу, продолжит получать поддержку за счет введенных в действие в период «коронакризиса» программ сохранения занятости. Эти программы позволяют работодателям гибко сокращать рабочее время своих сотрудников, и при этом потерянный из-за этого доход компенсируется работникам за счет страхования по безработице (*partial unemployment schemes*). Вместе с тем, эксперты Euler Hermes ожидают продолжения упорной борьбы между владельцами и управляющими отелями по

поводу прошлых арендных платежей и за пересмотр текущих условий аренды. Ухудшение условий оплаты и перспектив развития отрасли уже привело к значительным списаниям активов по объектам гостиничной недвижимости.

Эксперты Euler Hermes[38] ожидают, что слабый спрос будет заставлять гостиничные компании внедрять инновационные решения, чтобы найти новые источники доходов, удовлетворяя спрос со стороны новых категорий клиентов, ранее не пользовавшихся их услугами, или предоставляя новые услуги (например, предоставляя офисное пространство людям, работающим в «удаленном режиме»). Хотя на самом деле инновационных решений в отельном бизнесе куда больше, по прогнозам до 2060 года отели изменятся до не узнаваемости. В перспективе в гостиничном бизнесе появятся робоБутлеры, 3D-печать, нейро-сновидения, краудсорсинговые всплывающие окна, научно-фантастический трансфер из аэропорта; мобильные платежи ДНК; умные номера и другое, рисунок 10. [29]

Рассмотрим кратко инновации отельного бизнеса в будущем.

1) РобоБутлеры. Эти автономные роботы могут быть запрограммированы с особыми талантами, навыками, языками и информацией, чтобы помочь сделать пребывание в отеле исключительным. Они будут делать все: от приветствия гостей в аэропорту до доставки изысканной еды, макияжа номеров, общения, образования, развлечений, деловых консультаций и услуг консьержа. [29]

2) Морфинг отелей на заказ. Следующее поколение «сделано на заказ» видит отели, которые самостоятельно собираются и переходят от одного дизайна к другому на основе отзывов потребителей. Эти краудсорсинговые отели будут использовать нанотехнологии и машины, которые могут самостоятельно собирать среду, здания или даже целые физические миры.

3) 3D-печать. Взятие багажа на отдых уйдет в прошлое. 3D-принтеры изменят впечатление от номеров. 3D – производители будут генерировать-в режиме реального времени – предметы, которые гости желают, такие как новая

Отели будущего		
		
РобоБутлеры	Морфинг отелей на заказ	3D-печать
		
Нейро-сновидения	Краудсорсинговые всплывающие окна	Научно-фантастический трансфер из аэропорта
		
Мобильные платежи ДНК	Захватывающие миры	
Виртуальные аватары	Умные номера	
Дополненная реальность	Геномика гурманов	
Оздоровительные и долголетние курорты	Эко следующего уровня	

Рисунок 10- Отели будущего на период до 2060 года[29]

пара обуви, одежда, фармацевтические препараты, даже компьютеры или носимые телефоны. Будут доступны 3D-покупки, где потребители загружают из Облака розничные товары, которые они хотят спроектировать по требованию. Это станет стандартом в каждом гостиничном номере.

4) Нейро-сновидения. Определение хорошего ночного сна будет меняться в будущем. Гостиничная кровать больше не будет просто местом для комфортного ночного сна, поскольку будущие путешественники смогут выбирать свои собственные мечты, прежде чем уснуть. Отели предоставят гостям доступ к «нейротехнологиям», чтобы запрограммировать свои мечты. Они могут выбрать тему мечты, чтобы расслабиться, учиться или наслаждаться.

5) Краудсорсинговые всплывающие окна. Следующее поколение pop-up отелей будет основано на мобильном краудсорсинге, где тема и местоположение определяются голосованием. Всплывающие гостиничные проекты, набравшие наибольшее количество голосов, будут запрограммированы на сборку с помощью 3D-принтеров, использовать непрерывно генерирующие био-солнечные элементы и использовать нанотехнологии. Эти отели будут существовать в течение ограниченного времени, и HotelCoin, цифровая валюта Blockchain, будет использоваться потребителями для оплаты с помощью своего носимого мобильного приложения.

6) Оздоровительные и долголетние курорты. Прошли времена простого ухода за лицом или массажа. Спа-отель будущего будет основан на анализе ДНК и долголетию. Потребитель получит генетическое тестирование, персонализированные методы профилактики заболеваний, прогностические программы укрепления здоровья и стимулирующую мозг терапию.

7) Научно-фантастический трансфер из аэропорта. Будущим трансферов из аэропорта станут беспилотные капсулы, автономные летающие автомобили и Hyperloop, в результате чего вагоны в стиле поездов будут перемещаться по трубам со сверхвысокой скоростью.

8) Мобильные платежи ДНК. ДНК потребителя является конечной в личной идентификации и будет использоваться для подтверждения бронирования путешествий и платежей онлайн. Когда клиент регистрируется в своем отеле, все, что ему понадобится, - это отпечаток ДНК, чтобы подтвердить, кто он.

9) Виртуальные аватары. Бронирование отелей будет осуществляться собственным аватаром путешествия – как цифровой программный агент. Аватар путешествия поможет выполнить все потребности клиента и пожелания в путешествии. Он будет управлять бронированиями, как персональная версия Siri от Apple или Alexa от Amazon, общаться, вести переговоры и проектировать весь опыт путешествий. Это будет непревзойденное обслуживание клиентов.

10) Эко следующего уровня. Многие отели уже ориентированы на экологичность, но в будущем каждый отель будет полностью устойчивым. Они будут преуспевать в энергоэффективности, покупать и продавать энергию из возобновляемых источников энергии, использовать только безопасные, чистые продукты, использовать новейшие солнечные и геотермальные технологии и иметь углеродно-нейтральный след. Эко-отели также будут социально ориентированы, а продукты и работники окажут положительное социальное влияние на сообщество. [29]

11) Дополненная реальность. Путешественники смогут останавливаться в отелях, которые являются частично физическими, частично виртуальными. В то время как виртуальная реальность – это просто воссоздание реальной обстановки, опыт дополненной реальности фактически сочетает физический реальный мир с искусственным. Возможны миллионы инновационных сценариев – экскурсия в Африку или поездка на Мачу-Пикчу в Перу. Отели дополненной реальности создадут окончательное приключение. Потребители не будут ограничены реальными местными экскурсиями – они также могут наслаждаться фантастическими побегами.

12) Геномика гурманов. Гостиничные рестораны начнут предлагать еду, предназначенную для человека, опять же на основе анализа ДНК. Еще до того, как клиент приедет в отель, его диета и потребности в питании будут оценены, а меню оптимизировано для его генетического потенциала. Это будет дизайнерская еда, приготовленная лучшими шеф-поварами.

13) Захватывающие миры. Отели будущего будут иметь темы, основанные на иммерсивных мирах. Отели станут развлекательными центрами, где путешественники смогут испытать их как полностью интерактивные места проведения мероприятий. Будут соревнования по боевым играм между сетевыми гостиничными сообществами, римские миры с гонками на колесницах и ренессансные темы в комплекте с костюмами и индивидуальными андроидами.

14) Умные номера. К 2060 году гостиничный номер сегодняшнего дня будет почти неузнаваем. В номере будущего будут системы ввода распознавания лиц, несколько датчиков, настроенных на клиента, talk-back TV, сенсорные поверхности, умные туалеты и зеркала, нейро-усиленные ароматы, полотенца с нанопокровтиями для очистки загрязнений, беспроводные регуляторы температуры, самосборные и персонализированные кровати и подушки на основе нейро-обратной связи и голографические развлечения. [29]

Итак, инноваций в отельном бизнесе не мало, но это в далеком будущем, и пока рано говорить о том, увенчаются ли успехом подобные инициативы. Сложная обстановка на рынке может привести к еще более широкому проникновению гостиничных сетей в Европу, где на долю независимых владельцев и управляющих все еще приходится большинство гостиничных номеров. Как владельцы, так и управляющие отелей могут рассмотреть возможность обращения за поддержкой к гостиничным сетям, обладающим значительной мощностью в сфере рекламы, маркетинга и информационных технологий, чтобы противостоять растущему влиянию онлайн-туристических агентств и площадок по аренде жилья на время отпуска.

Выживание предприятий во всей туристической экосистеме находится под угрозой без постоянной государственной поддержки, и хотя правительства предприняли впечатляющие действия, чтобы смягчить удар по туризму в целом и гостиничному бизнесу, в частности, минимизировать потери рабочих мест и обеспечить восстановление в 2022 году и в последующий период, необходимо сделать больше и более скоординированным образом. Ключевыми приоритетами государственной политики в гостиничном и туристическом бизнесе являются: разработка ответных мер для поддержания потенциала в секторе и устранения пробелов в поддержке; поддержка туристического и гостиничного бизнеса в адаптации и выживании; укрепление сотрудничества внутри стран и между ними; и другие, рисунок 11. Необходимы скоординированные действия правительств на всех уровнях. Кризис-это возможность переосмыслить туризм на будущее, который находится на перепутье, и меры, принятые сегодня, сформируют туризм завтрашнего дня. Правительствам необходимо учитывать долгосрочные последствия кризиса, одновременно извлекая выгоду из цифровизации, поддерживая переход к низкоуглеродистому переходу и способствуя структурным преобразованиям, необходимым для создания более сильной, устойчивой экономики туризма и гостиничного бизнеса.

Туризм вносит существенный вклад в ВВП страны. Многие страны нашли инновационные способы заработать иностранную валюту, продавая свои туристические направления за рубежом. Чтобы увеличить туризм, страна должна инвестировать в инфраструктуру и создавать благоприятные условия для туристов. Эти усилия требуют времени, но выигрыш того стоит. Основными мерами правительств различных стран, для поддержания гостиничного и туристического бизнеса должны стать: обеспечение безопасности, инвестиции в инфраструктуру, сохранение заповедников и морских парков, маркетинговые усилия, расширение охвата авиакомпаний и другое. Рассмотрим подробнее.



Рисунок 11- Ключевые приоритеты государственной политики в гостиничном и туристическом бизнесе в мире[16]

1) Обеспечение безопасности. Угроза терроризма заставляет людей отменять планы поездок. Многие правительства часто публикуют туристические рекомендации, предупреждающие своих граждан о странах, которые они считают угрозой безопасности. Правительство, которое хочет продвигать

гостиничный и туристический бизнес, должно принять меры по борьбе с угрозой терроризма. Это будет включать в себя такие меры, как обмен конфиденциальной информацией о безопасности с другими странами, проверка подозрительных людей, въезжающих в их страну, и пограничный контроль, чтобы снизить риск проникновения повстанцев в страну. [16]

2) Инвестиции в инфраструктуру. Страна, которая не инвестирует в инфраструктуру, в перспективе столкнется со снижением числа туристов. Правительства стран должны способствовать развитию государственно-частного партнерства, чтобы увеличить заполняемость гостиничных номеров по всей стране. Туристам нужны отели мирового класса для сна, и эта потребность может быть удовлетворена только в том случае, если страна открывает свои границы для иностранных инвестиций. Инфраструктура распространяется на дорожные сети, соединяющие несколько туристических достопримечательностей и инвестиции в социальные удобства, такие как музеи и художественные комнаты. [16]

3) Сохранение заповедников и морских парков. Браконьерство и посягательство человека привели к снижению численности диких животных во всем мире, и страны должны участвовать в различных усилиях по сохранению. В настоящее время в природе, есть много животных (таких как белый носорог и панды), которые вымирают из-за браконьерства. Продажа слоновой кости по всему миру привела к тому, что число слонов упало на колени. Если эти страны не инвестируют в усилия по сохранению, они увидят потерю в туризме. Страны, владеющие заповедниками, могут вступать в партнерские отношения с местным сообществом, в целях сокращения конфликта между человеком и дикой природой. Другой вариант-сотрудничать с различными природоохранными группами для защиты заповедников в мире. Загрязнение и сброс токсичных отходов в океаны оказывают прямое влияние на морскую жизнь. Необходимо сделать больше для сокращения загрязнения; запрет на пластмассы оказывает прямое влияние на морскую жизнь. [16]

4)Маркетинг и реклама. Есть много туристических достопримечательностей, которые не получают никакого освещения в средствах массовой информации, и это означает, что многие туристы не знают об их существовании. Страна должна инвестировать значительные суммы денег в маркетинговые усилия. Такая страна, как Кения, может продвигать свои охотничьи заповедники на международных телеканалах, таких как CNN. Видимость бренда открывает туристические сайты стран для остального мира.

5)Расширение охвата авиакомпаний. Авиакомпании сделали многие страны по всему миру доступными. Больше авиакомпаний, работающих в стране, означают, что больше людей посещают определенную страну. Партнерские отношения между авиакомпаниями помогают им обмениваться пассажирами. Туризм не ограничивается только авиакомпаниями, но распространяется на круизные лайнеры, которые перевозят большое количество пассажиров и путешествуют по всему миру через море.

6)Популяризация туризма. Если население не понимает преимущества туризма в своей стране, они, вероятно, будут менее поддерживать любые усилия правительства по увеличению числа туристов. Правительствам стран необходимо осуществлять продвижение внутреннего туризма в стране. Это можно сделать в межсезонье, когда отели и туристические достопримечательности менее перегружены. Как только граждане попробуют, что может предложить их страна, они будут готовы распространить это гостеприимство на посетителей. Одним из способов продвижения внутреннего туризма является предложение более дешевых тарифов в национальных заповедниках, чем те, которые предлагаются иностранцам. [16]

7)Обеспечение чистоты городов. В некоторых странах наблюдается снижение числа туристов на пляжах из - за нечистоты. В связи с этим, чтобы привлечь туристов, необходимо убедиться, что страна чистая. Это не относится только к гостиничным номерам, но распространяется на различные социальные удобства, распространенные по всей стране. Правительство может привлекать

граждан к уборке – это также воспитывает чувство ответственности среди граждан. Запретить использование пластиковых пакетов и предоставить мусорные баки в парках для утилизации мусора и др. [16]

Кризис-это призыв к правительствам на всех уровнях принять решительные и скоординированные политические меры для смягчения последствий и поддержки восстановления. Это также дает возможность воспользоваться преимуществами новых технологий, реализовать стратегии зеленого восстановления и перейти к политике и деловой практике, которые лучше сбалансируют экологические, социальные и экономические последствия туризма и гостиничного бизнеса. Политики должны использовать возможность перезагрузить экономику отельного бизнеса и туризма на более сильной, справедливой и устойчивой основе. Кризис и разрабатываемые планы восстановления- это единственная возможность перейти к более устойчивым моделям развития туризма.

Таким образом, выше была рассмотрена текущая ситуация развития гостиничного бизнеса в мире, основные наиболее востребованные и инновационные направления отельного бизнеса на перспективу, изучены приоритетные направления государственной политики в гостиничном и туристическом бизнесе, которые необходимо придерживаться Правительствам различных стран. В целом, гостиничный бизнес в перспективе достаточно интересный, в настоящее время кризисы, которые возникают в мировой экономике один за другим, мешают развиваться всем отраслям без исключения. Однако, эффективные меры поддержки на государственном уровне в отрасли отельного бизнеса, помогут гостиницам не только выйти на до пандемийный уровень, но и в разы увеличить показатели отрасли. При этом, важно своевременно выявлять слабые места в системе государственного регулирования и принимать наиболее сильные управленческие решения, способствующие выходу отрасли на соответствующий уровень. Для того, чтобы на примере России рассмотреть слабые места

государственного регулирования отельным бизнесом и предложить пути совершенствования, перейдем к следующему параграфу исследования.

2.2. Слабые места в системе государственного управления гостиничным бизнесом в России и пути совершенствования

На фоне введения санкций против России и закрытия границ, страна активно готовится к росту спроса туризма на внутреннем рынке. Однако, несмотря на то, что на государственном уровне принято не мало мер по поддержке гостиничного бизнеса в РФ, тем не менее отельный бизнес недоволен, так как в настоящее время имеется не мало проблем в системе государственного регулирования отрасли, в частности: санкции приостановили реализацию крупных инвестпроектов в гостиничном бизнесе, которые прошли этап согласования с банком; в связи с ожидаемым ростом внутреннего туристического потока, возникнет недостаточность номерного фонда в стране; недостаточность налоговых послаблений; не эффективные условия выдачи грантов; не эффективные правила распределения грантов, рисунок 12. Рассмотрим подробнее слабые места в системе государственного регулирования и меры, направленные на совершенствование данной системы. [40]

1) Совершенствовать систему реализации крупных инвестпроектов в гостиничном бизнесе России. Сегодня санкции приостановили реализацию крупных инвестпроектов, которые прошли этап согласования с банком. Дело в том, что все проекты резко выросли в цене из-за падения рубля и дефицита оборудования и сырья. При этом в постановлении о льготном кредитовании есть запрет на увеличение бюджета в большую сторону, а значит все новые расходы –станут проблемой инвесторов. Если этот запрет не снять, такие проекты могут стать экономически не эффективными.



Рисунок 12- Слабые места в системе государственного регулирования гостиничного бизнеса и пути совершенствования в России[40]

2) Развивать инфраструктуру гостиничного бизнеса в России. В летнем сезоне - 2022 года ожидается высокий спрос на отдых в России - по мнению экспертов, открытая Турция не особенно сможет взять весь туристический поток, учитывая рекордное падение курса рубля. А по опыту пандемии, номерного фонда в России и так не хватало на всех желающих. Выходом в этой ситуации могут стать легковозводимые объекты - это кемпинги, глэмпинги, модульные и каркасные отели, которые, по задумке властей, быстро восполнят нехватку средств размещения. При монтаже на винтовые сваи, дорожные плиты или бетонные блоки они будут иметь статус некапитальных построек, у которых гораздо меньше ограничений по типу земельного участка.

Задача по разработке и запуску грантовой программы на постройку таких объектов стоит перед Ростуризмом, «Туризм.рф» может помочь с поиском инвесторов и льготными кредитами. Однако, даже если грантовую программу запустить прямо сейчас, скорее всего, не все инвесторы успеют построить объекты к лету. На возведение комплексов из отдельно стоящих юнитов, по словам экспертов, уйдет от 2 месяцев до полугода, а корпусов из 2-3 этажей, соединенных общей инфраструктурой - 7-8 месяцев. Еще около двух месяцев понадобится на юридические и организационные вопросы - даже с учетом упрощенного согласования, а еще необходимо выделить время на строительство административного корпуса и подсобных помещений.

3) Совершенствование системы налоговых послаблений для гостиничного бизнеса. Правительство РФ обнулило НДС не только для новых объектов, но и для действующих, но только тех, которые открылись или запустились после реконструкции в 2022 году. Действовать льготы будут до 30 июня 2027 года, либо на 20 налоговых периодов (кварталов). На гостиничном рынке это считают важным решением, но недостаточным для минимизации последствий даже пандемии, не говоря уже о сегодняшнем кризисе. [40]

Гостиничному бизнесу необходимо обнуление не только НДС, но и налога на имущество, и ставки рефинансирования. А также уменьшение страхо-

вых взносов для всех предприятий, а не только субъектов МСП, как планируется на сегодняшний день. Все выше перечисленное поможет восстановить и удержать платежеспособный спрос - только в этом случае в туристической индустрии смогут перестать думать о выживании и начнут думать - о развитии.

По словам экспертов, необходимо учитывать, что сейчас на рынок влияют разнонаправленные тенденции: с одной стороны, очевидно, что в условиях, когда турпоездки в страны ЕС и множество других направлений невозможны, спрос на внутренний туризм продолжит расти, с другой, отсутствие иностранного турпотока и санкции увеличат сроки окупаемости новых объектов. А ограниченный импорт, дорожающие стройматериалы и растущая ставка ЦБ - кредит под 30,0% годовых - ставят прибыль под большой вопрос. [40]

Поэтому в нынешней ситуации господдержка должна быть комплексной и гораздо более масштабной: грантами и обнулением НДС для инвесторов явно не обойтись. Даже длинные кредиты под госгарантии, субсидирование 70,0% процентной ставки и ее фиксацию на рынке уже считают не актуальными. Слишком велики риски и стоимость объектов. В том числе и легковозводимых, на которые делают ставку власти. Так, если на начало февраля 2022 года номер палаточного типа без участка и коммуникаций стоил 300 тыс. рублей, версия с туалетом - от 1,5 млн. руб., каркасный дом - 800-900 тыс. рублей, то сейчас эти цифры нужно умножать минимум на два.

4) Пересмотр условий и правил распределения грантов.

Поддержка нужна не только отельерам, но и самим производителям жилых модулей. Эксперты считают, что необходимо озаботиться их наличием в том регионе, где они будут установлены, потому что любая доставка готовых домиков в разы увеличивает их себестоимость. При этом гранты должны либо покрывать полную стоимость покупки модулей, либо сопровождаться выгодными для бизнеса механизмами государственно-частного партнерства, которые гарантируют инвестору туристический поток. Например, субсиди-

рованием чартеров, целевой поддержкой отдыха детей внутри регионов и других локальных направлений туризма.

Кроме того, важно доводить деньги до получателей сразу же, а не через полгода, как это было в первом грантовом конкурсе. Условия поддержки эффективнее будет направить в первую очередь не на глэмпинги и кемпинги, которые оправданы по большому счету только в южных регионах, а на круглогодичные эко-отели. С учетом сезонности в России у таких объектов больше шансов выйти на окупаемость. Суммы прошлых грантов позволяли построить лишь «несколько шатров из ПВХ и туалет с гирляндами на деревянных настилах. Этот материал рассчитан на 2-3 года эксплуатации, после чего его нужно менять.

Турбизнес уверен, что правила распределения грантов тоже нуждаются в пересмотре, иначе деньги уйдут в никуда. На господдержку часто претендуют случайные люди, которые не заинтересованы в результате. Это легко проверить, посчитав, сколько из проектов-победителей предыдущего конкурса до сих пор работают. В качестве одного из решений этой проблемы эксперты предлагают поддерживать уже работающие компании, которые стремятся нарастить номерной фонд. Эти компании более устойчивы, не несут такие большие риски, как новый бизнес, да и затрат на строительство, персонал и согласование им нужно гораздо меньше. В результате для отелей в южных регионах сроки окупаемости можно снизить с 8 до 3 лет. [40]

5) Внедрение точечных решений в регионах. Чтобы не пустовали новые объекты размещения, расположенные не на побережье, их нужно размещать в радиусе 200 км от мегаполисов, считают эксперты гостиничного бизнеса. С учетом того, что длительность и бюджеты поездок и дальше будут сокращаться, именно там сосредоточится основной спрос. При этом желательно чтобы рядом был водоем или какие-то популярные туробъекты, а к участкам были подведены основные коммуникации.

Целесообразно строиться на территории особых экономических зон, где проблема отсутствия коммуникаций и дорог обычно уже решена. Это позволит повысить экономическую отдачу и снизит сроки окупаемости, так как ОЭЗ - это готовый туркластер, который в будущем обеспечит стабильный турпоток.

В некоторых субъектах РФ, где остро чувствуется нехватка отельной инфраструктуры, некапитальные постройки - это единственный способ быстро расширить номерной фонд. Поэтому привлекать инвесторов там планируют за счет дополнительных мер поддержки - налоговых льгот, техники в лизинг и земельных участков без торгов. Такие решения приняты, в частности, для Курильских островов.

На Камчатке также собираются внедрить меры поддержки строительства небольших отелей (от 50 до 100 номеров), т.к. льготное кредитование работает лишь для проектов от 120 номеров. Для этой цели рассматривается механизм капгранта - когда инвестор после ввода объекта в эксплуатацию возвращает определенную сумму от общего объема затрат. Эксперты считают, что такие точечные решения должны быть в каждом регионе. Ведь очевидно, что использовать одни и те же меры в Краснодарском крае и на Камчатке будет неэффективно.

Комплекс мер по развитию туристической отрасли после пандемии COVID-19 предложили и общественники, разработав и опубликовав на портале Российских общественных инициатив программу развития отрасли с конкретными предложениями по следующим направлениям:

1) визовая политика (ключевой идеей здесь является отмена виз для граждан развитых стран и исключение «принципа взаимности», при этом составлен перечень государств, для граждан которых целесообразно отменить визы в одностороннем порядке, – например, Австралия, Австрия, Бельгия, Болгария, Германия, Дания, Испания, Канада, Норвегия, Польша, Словакия, США, Франция, Швеция и т. д.);

2)гостиничный бизнес (предлагается повысить качество сервиса гостиничных услуг, усилить конкуренцию и максимально дерегулировать отрасль, а также ввести трехлетние налоговые каникулы для вновь открываемых предприятий гостиничного бизнеса со штатом менее 20 человек, ИП и физлиц, получающих доходы от краткосрочной сдачи жилых помещений в аренду, а предприятия гостиничного бизнеса и ИП, ведущих деятельность по краткосрочной аренде жилых помещений с оборотом менее 1 млн. руб. в год – освободить от всех налогов, кроме НДС и страховых взносов);

3)транспортная инфраструктура (авторы инициативы считают необходимым ввести режим «открытого неба» для всех региональных аэропортов с пассажиропотоком менее 5 млн. человек в год, а в последствии – для всех аэропортов страны, а также обеспечить транспортную доступность природных туристических объектов);

4)национальная идентичность (программа предусматривает введение моратория на снос жилых зданий ранее 1940 года постройки вне зависимости от наличия у него статуса объекта архитектурного наследия, установление дизайн-кодов в крупных населенных пунктах, минимизацию барьеров по благоустройству придомовых территорий местными жителями и арендаторами);

5)общественное питание (предполагается незамедлительно активировать механизм «регуляторной гильотины», дублирование меню на английском языке и предоставление персоналу возможности прохождения базовых курсов владения английским языком на безвозмездной основе).

Авторы общественной инициативы уверены, что указанные меры позволят увеличить вклад туристической отрасли в экономику России с 3,0% до 11,0% ВВП в течение пяти лет. Доля России на международном рынке туризма в случае принятия данной программы вырастет с менее чем 1,0% до 3,0%, рисунок 13. Таким образом, представленный выше анализ позволил выявить слабые места и предложить пути совершенствования государственного управления гостиничным бизнесом в России. [22]

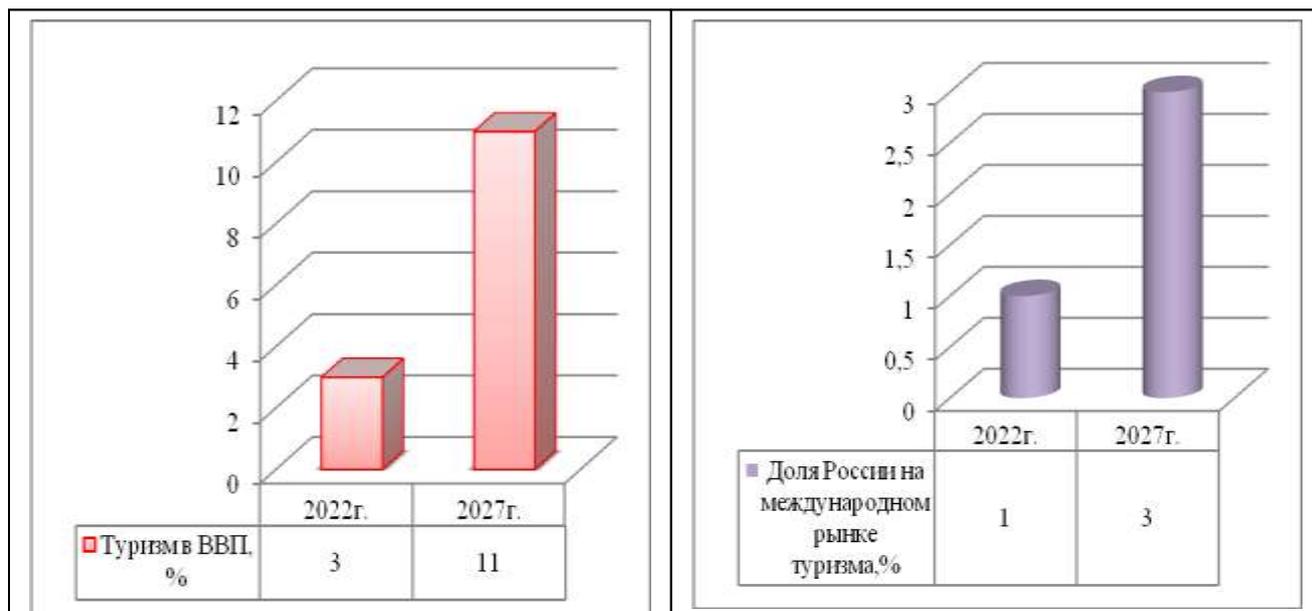


Рисунок 13-Прогнозные значения показателей туристической отрасли в России до 2027г. [22]

Несмотря на то, что на федеральном уровне не мало осуществляется различных мероприятий по улучшению регулирования туризма и гостиничного бизнеса, тем не менее, гостиничный бизнес недоволен и видит слабые места в системе государственного регулирования. В связи с этим, основными путями совершенствования механизма государственного регулирования отельного бизнеса в России должны стать: совершенствование системы реализации крупных инвестпроектов; развитие инфраструктуры гостиничного бизнеса; совершенствование системы налоговых послаблений; пересмотр условий и правил распределения грантов; внедрение точечных решений в регионах.

На портале Российских общественных инициатив программу развития гостиничной отрасли предлагается совершенствовать за счет повышения качества сервиса гостиничных услуг, усиления конкуренции, введение трехлетних налоговых каникул для вновь открываемых предприятий гостиничного бизнеса со штатом менее 20 человек, ИП и физических лиц, получающих доходы от краткосрочной сдачи жилых помещений в аренду, а предприятий гостиничного бизнеса и ИП, ведущих деятельность по краткосрочной аренде жилых помещений с оборотом менее 1 млн. руб. в год –

освободить от всех налогов, кроме НДФЛ и страховых взносов. Кроме этого, предлагается введение моратория на снос жилых зданий ранее 1940 года постройки; введения режима «открытого неба» для всех региональных аэропортов с пассажиропотоком менее 5 млн. человек в год; совершенствование визовой политики и др. Авторы общественной инициативы считают, что указанные меры позволят увеличить долю туризма в ВВП до 11,0%, а доля России на международном рынке туризма возрастет до 3,0%. Следовательно, предложенные рекомендации, позволят повысить конкурентоспособность туристического и гостиничного бизнеса России.

Заключение

Туризм имеет колоссальное значение для качества жизни населения и экономики. Для граждан туризм дает здоровье, способствует гармоничному развитию личности, обеспечивает удовлетворение жизнью. Для экономики туризм обеспечивает развитие несырьевого экспорта, диверсификацию доходов регионов, обеспечивает приток инвестиций, в том числе и иностранных. Для государства туризм обеспечивает социально-экономическое и инфраструктурное развитие, способствует улучшению имиджа страны.

В России сравнительно низкий вклад туризма в ВВП страны, по данным на 2019 год показатель составил 3,9%, для сравнения в Испании -14,3%, Китай - 11,3%, Австралия-10,8%, США-8,6%, Франция-8,5%, Индия-6,8%. Анализ динамики показателей рынка гостиничных услуг в России с 2017-2021 гг. показал, что объем гостиничного рынка РФ за анализируемый период вырос на 15,6% по отношению к началу анализируемого периода; и на 26,6% по сравнению с данными на 2020 г. В 2021 г. объем рынка гостиничных услуг России составил 154,5 млн. ночевков.

Из-за закрытия границ трендом 2021 г. стал загородный отдых внутри страны. Гостиницы старались адаптироваться к новым санитарным условиям. Появились дополнительные сервисы, в том числе с использованием современных технологий, минимизирующие контакты между постояльцами и персоналом. Дополнительным стимулом для отдыха в России стала программа туристического кэшбэка от Ростуризма и платежной системы МИР. Планируется, что в 2022 г. из-за геополитического кризиса тренд на отдых внутри страны сохранится. Кроме того, ослабление рубля и закрытие для россиян ряда стран будут способствовать перераспределению спроса с зарубежных направлений на российские курорты.

Государственными органами РФ, в функции которых входит осуществление государственного регулирования и контроля в сфере гостиничного и

туристского бизнеса, являются: Правительство РФ, Федеральное агентство по туризму (Ростуризм), Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор), а также другие государственные органы в силу своей компетенции. Роль Правительства РФ в сфере гостиничного и туристского бизнеса заключается прежде всего в издании подзаконных нормативных актов.

Оказание гостиничных услуг в России осуществляется на основании федеральных законов, государственных программ по развитию туризма, ГК РФ, НК РФ, Правилами предоставления гостиничных услуг в РФ и иных нормативно-правовых актов. Согласно Постановлению от 24 декабря 2021 года №2439 в России запускается госпрограмма «Развитие туризма» до 2030 года. Общий объём финансового обеспечения государственной программы до 2024 года составляет 724 млрд. руб.. Из них 168,4 млрд. – средства федерального бюджета, 75,8 млрд. руб. – средства консолидированных бюджетов регионов, 542,1 млрд. руб. – внебюджетные источники.

Структура государственной программы включает в себя три федеральных проекта – «Развитие туристической инфраструктуры», «Повышение доступности туристических продуктов» и «Совершенствование управления в сфере туризма», входящих в национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», а также комплекс мероприятий «Обеспечение системы управления в сфере туризма».

Государство делает все необходимое для поддержки гостиничной и туристической отрасли, в частности, российскому гостиничному бизнесу были предложены: беспроцентные кредиты на выплату зарплат (кредиты предоставляются по ставке 0% первые 6 месяцев и 4,0% – в последующие полгода); гранты на зарплату, неотложные нужды, коммунальные платежи; отсрочка по арендным платежам; моратории на банкротство, различные санкции и проверки бизнеса; налоговые каникулы, снижение страховых взносов; гранты на создание модульных некапитальных средств размещения – кемпингов и автокемпин-

гов; иные виды грантов, а также льготное кредитование строительства отелей, и другие. С июля 2022 г. и по второй квартал 2027 г. гостиницы и иные места отдыха могут применять по своим услугам ставку НДС 0%. В ближайшие три года гранты получают не менее 2,5 тыс. предпринимательских инициатив, направленных на развитие внутреннего туризма. В 2021 году аналогичную меру поддержки получило 452 проекта.

Федеральным агентством по туризму (Ростуризм) в 2022 году был дан старт 3 новым грантовым программам поддержки гостиничного и туристического бизнеса. Первый тип грантов предусматривает создание модульных некапитальных средств размещения – кемпингов и автокемпингов. В 2022 году на данный тип грантов выделено 700 млн. рублей средств федерального бюджета.

Второй тип грантов предусматривает реализацию общественных инициатив, направленных на развитие туристической инфраструктуры – обустройство пляжей и национальных туристических маршрутов. В 2022 году на данный тип грантов выделено более 1,25 млрд. рублей средств федерального бюджета.

Третий тип грантов предусматривает поддержку предпринимателей, которые развивают туристическую инфраструктуру в своих регионах. Акцент будет сделан на создание безбарьерной туристической среды, приобретение туристического оборудования, создание и развитие активных турмаршрутов, аудиогидов, а также на реализацию проектов по обустройству круглогодичных подогреваемых бассейнов. В 2022 году на данный тип грантов выделено 1,55 млрд. рублей средств федерального бюджета.

Кроме этого, Ростуризм впервые запустил программу по льготному кредитованию инвесторов на строительство отелей. Впервые в России инвесторы смогут до 2024 года получать льготные кредиты по ставке 3,0-5,0% на строительство и реконструкцию отелей. На это правительство выделило 18,8 млрд. рублей. Инвесторы в 2021 году получили льготные кредиты на строительство отелей общей вместимостью почти 14 тыс. номеров.

Развитие внутреннего туризма в России является национальным приоритетом. В комплексе планируется, что все эти меры позволят к 2030 году увеличить количество путешествий внутри страны до 140 млн. поездок в год, увеличить количество новых рабочих мест до 4,7 млн., повысить вклад отрасли в экономику до 8,3 трлн. рублей, показатели экспорта туристических услуг планируется увеличить до 22,3 млн. долл. США.

Масочный режим ввел свои правила на рынке гостиничного бизнеса в мире, в большинстве стран Европы правительством были отданы прямые распоряжения о закрытии отелей на время самоизоляции. Люди перестали путешествовать, и в гостиничный бизнес пришел кризис. В среднем в крупных городах Европы загрузка отелей составляет 20,0–30,0%, а в регионах – 40,0–60,0%. Однако, в период пандемии на мировом гостиничном рынке выросла потребность в необычных гостиницах и альтернативных продуктах: глэмпинге, экоотелях, домиках на деревьях или юртах.

Эксперты ожидают, что слабый спрос будет заставлять гостиничные компании внедрять инновационные решения, чтобы найти новые источники доходов. На самом деле инновационных решений в отельном бизнесе не мало, по прогнозам до 2060 года отели изменятся до не узнаваемости. В перспективе в гостиничном бизнесе появятся робоБутлеры, 3D-печать, нейро-сновидения, краудсорсинговые всплывающие окна, научно-фантастический трансфер из аэропорта; мобильные платежи ДНК; умные номера и другое.

Гостиничный бизнес достаточно интересная отрасль и вносит существенный вклад в ВВП страны, поэтому поддержка со стороны государства является необходимостью. Несмотря на то, что на государственном уровне в России принято не мало мер по поддержке гостиничного бизнеса, тем не менее отельный бизнес недоволен, так как в настоящее время имеется не мало проблем в системе государственного регулирования отрасли, в частности: санкции приостановили реализацию крупных инвестпроектов в гостиничном бизнесе, которые прошли этап согласования с банком; в связи с ожидаемым

ростом внутреннего туристического потока, возникнет недостаточность номерного фонда в стране; недостаточность налоговых послаблений; не эффективные условия выдачи грантов; не эффективные правила распределения грантов и другие.

В связи с выявленными проблемами, на государственном уровне необходимо проведение следующих мероприятий, направленных на совершенствование государственного регулирования отельного бизнеса: совершенствовать систему реализации крупных инвестпроектов; развивать инфраструктуру гостиничного бизнеса; совершенствование системы налоговых послаблений; пересмотр условий и правил распределения грантов; внедрение точечных решений в регионах, так как использовать одни и те же меры в одном крае, будет неэффективно в другом.

На портале Российских общественных инициатив программу развития гостиничной отрасли предлагается совершенствовать за счет повышения качества сервиса гостиничных услуг, совершенствование визовой политики, национальной идентичности, транспортной инфраструктуры(введения режима «открытого неба»). Предложенные рекомендации, направленные на совершенствование системы государственного управления гостиничным бизнесом в России, позволят отрасли не только выйти на допандемийные показатели, но и увеличить объем этого рынка, тем самым обеспечив конкурентоспособность гостиничного бизнеса России.

Список использованных источников

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ (с изм.от 02.07.2021);
2. Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 г. №1860 «Об утверждении Положения о классификации гостиниц»;
3. Постановление Правительства РФ от 18.11.2020 №1853 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации» (редакция 01.04.2021);
4. Приказ Ростуризма от 27 ноября 2020 г. № 443-Пр-20 «Об утверждении порядка уведомления аккредитованными организациями о планируемом ими осуществлении классификации гостиниц, классификации горнолыжных трасс, классификации пляжей уполномоченных органов государственной власти субъектов Российской Федерации, на территориях которых планируется осуществлять соответствующую классификацию, а также формы такого уведомления»;
5. Приказ Ростуризма от 22.10.2021 N 476-Пр-21 «О внесении изменений в приказ Федерального агентства по туризму от 27 ноября 2020 г. N 443-Пр-20 «Об утверждении порядка уведомления аккредитованными организациями о планируемом ими осуществлении классификации гостиниц, классификации горнолыжных трасс, классификации пляжей уполномоченных органов государственной власти субъектов Российской Федерации, на территориях которых планируется осуществлять соответствующую классификацию, а также формы такого уведомления»;
6. Бабун, Р.В. Государственное и муниципальное управление. введение в специальность (для бакалавров) / Р.В. Бабун. - М.: КноРус, 2019. - 128 с.
7. Бондарева, Л.В. Государственное управление: английский для академических целей: Учебное пособие / Л.В. Бондарева, Т.В. Валентей, С.В. Зими́на и др. - М.: Инфра-М, 2018. - 336 с.

8.Василевич, С.Г. Государственное управление. Проблемы и пути повышения эффективности. Монография / С.Г. Василевич. - М.: Юнити, 2019. - 544 с.

9.В докладе ООН подчеркивается важность туризма для восстановления экономики в 2022году (дата публикации 13.01.2022г)[Электронная версия] [Ресурс:<https://www.unwto.org/news/un-report-underscores-importance-of-tourism-for-economic-recovery-in-2022>];

10.Восстановление гостиничной отрасли в Европе в 2021 году будет фрагментарным и неполным(дата публикации 01.04.2021)[Электронная версия][Ресурс:https://www.eulerhermes.com/ru_RU/latest-news/ehru_gostinnichniy_biznes_v_europe.html];

11.Восстановление туризма для будущего: COVID-19 политические меры и восстановление(дата публикации 14.12.2020[Электронная версия][Ресурс:<https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/rebuilding-tourism-for-the-future-covid-19-policy-responses-and-recovery-bced9859/>];

12.В 2021 г объем рынка гостиничных услуг в России вырос на 26,6% и достиг 154,5 млн ночевок. (дата публикации 19.04.2022г) [Электронная версия] [Ресурс:<https://marketing.rbc.ru/articles/13425/>];

13.Голова Е. Майкопова О.Что такое глэмпинг? Привычный уют внутри и дикая реальность снаружи (дата публикации 14.08.2021г)[Электронная версия][Ресурс:<https://www.championat.com/lifestyle/article-4429293-chto-takoe-glemping-prostymi-slovami-chem-otlichaetsya-ot-kempinga-chto-brat-s-soboj-kak-otkryt-glemping.html>];

14.Иванов, В.В. Государственное и муниципальное управление с использованием информационных технологий / В.В. Иванов, А.Н. Коробова. - М.: Инфра-М, 2018. - 222 с.

15.Коронавирус и гостиничный бизнес (Дата публикации: 02.06.2020г) [Электронная версия] [Ресурс: <https://bbooster.online/stati/koronavirus-i-gostinichnyj-biznes.html>];

16.Как правительства могут продвигать туризм[Электронная версия] [Ресурc:<https://www.ways2gogreenblog.com/2018/10/10/how-governments-can-promote-tourism/>];

17.Ключевская Н. Туризм-2020 и COVID-19: туристическая отрасль в условиях пандемии и после нее(дата публикации 27.05.2020г.) [Электронная версия][Ресурc:<https://www.garant.ru/article/1376805/>];

18.Как выживают отели во время пандемии(дата публикации 16.04.2020г) [Электронная версия][Ресурc:<https://kachestvo.pro/kachestvo-upravleniya/svoyp-ut/kak-vyzhivayut-oteli-vo-vremya-pandemii/>];

19.Липски, С.А. Государственное (муниципальное) управление и государственная служба / С.А. Липски. - М.: Русайнс, 2018. - 112 с.

20.Михаил Мишустин утвердил госпрограмму «Развитие туризма» (дата публикации 31.12.2021г.) [Электронная версия] [Ресурc: <http://government.ru/docs/44285/>];

21.Мельков, С.А. Государственное и муниципальное управление. Введение в специальность. Конспект лекций: Учебное пособие / С.А. Мельков, А.Н. Перенджиев, О.Н. Забузов. - М.: КноРус, 2018. - 294 с.

22.Меры поддержки гостиниц [Электронная версия][Ресурc:<https://fond-msp.ru/podderzhka-gostinici>];

23.Наумов, С.Ю. Государственное и муниципальное управление: Учебное пособие / С.Ю. Наумов, Н.С. Гегедюш, М.М. Мокеев и др. - М.: Дашков и К, 2019. - 556 с.

24.Обзор гостиничного рынка 2021 и прогнозы 2022 (дата публикации 14.02.2022) [Электронная версия][Ресурc: <https://corp.wtcmoscow.ru/services/international-partnership/analytics/obzor-gostinichnogo-rynka-2021-i-prognozy-2022/>];

25.Органы государственного регулирования гостиничного и туристского бизнеса [Электронная версия]

[Ресурс:https://bstudy.net/704368/turizm/organy_gosudarstvennogo_regulirovaniya_gostinichnogo_turistskogo_biznesa];

26.Поддержка бизнеса в 2022 году[Электронная версия][Ресурс:<https://kassa.mts.ru/blog/law/podderzhka-biznesa-v-2022-godu/>];

27.Правовое регулирование гостиничной деятельности в Российской Федерации [Электронная версия]
[Ресурс:https://zakon.ru/blog/2015/12/17/pravovoe_regulirovanie_gostinichnoj_deyatelnosti_v_rossijskoj_federacii];

28.Принятые меры поддержки для предприятий туристской отрасли (дата публикации 05.07.2021) [Электронная версия]
[Ресурс:<https://tourism.gov.ru/contents/deyatelnost/mery-podderzhki-turistskoj-otrasli/realizovannye-mery-podderzhki/prinyatye-mery-podderzhki-dlya-predpriyatij-turistskoj-otrasli-malogo-i-srednego-biznesa-ip/>];

29.Прогноз на 2060г.: 14 инноваций для отеля будущего [Электронная версия][Ресурс: <https://globetrender.com/2016/12/14/hotel-of-the-future/>];

30.Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. № 1085;

31.Попов, Л.Л. Государственное управление и исполнительная власть: содержание и соотношение / Л.Л. Попов, Ю.И. Мигачев. - М.: Норма, 2018. - 96 с.

32.Попов, Л.Л. Государственное управление в России и зарубежных странах: административно-правовые аспекты: Монография / Л.Л. Попов. - М.: Норма, 2019. - 432 с.

33.Ростуризм запустил 3 новые грантовые программы в туризме(дата публикации 28.03.2022г.) [Электронная версия] [Ресурс: <https://мойбизнес.рф/novosti/news/rosturizm-zapustil-3-novye-grantovye-programmy-v-turizme>];

34.Расторгуева М.Что такое эко-отели и почему они набирают популярность (дата публикации 04.09.2019) [Электронная версия][Ресурс: <https://www.biletik.aero/handbook/blog/oteli/chto-takoe-eko-oteli-i-pochemu-oni-nabirayut-populyarnost/>];

35.Ростуризм впервые запустил программу по льготному кредитованию инвесторов на строительство отелей [Электронная версия] [Ресурс:<https://tourism.gov.ru/news/17549/>];

36.Уникальные отели на деревьях [Электронная версия][Ресурс :<https://alexkolos.livejournal.com/1574828.html>];

37.Ростуризм сообщил о мерах поддержки бизнеса гостеприимства(Дата публикации 22 октября 2021) [Электронная версия] [Ресурс: <https://finance.rambler.ru/realty/47439346-rosturizm-soobschil-o-merah-podderzhki-biznesa-gostepriimstva/>]

38.Самборская О. Как меняются отели(дата публикации 15.04.2020г.) [Электронная версия] [Ресурс: <https://www.vedomosti.ru/realty/articles/2020/04/13/827926-kak-menyayutsya-oteli>];

39.Челноков Н. Антикризисный план: как спасти гостиницу[Электронная версия][Ресурс:<https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/398239-antikrizisnyy-plan-kak-spasat-gostinicu>]

40.Юлин Д.Как спасти отельный бизнес: ответ властей на санкции(дата публикации 10.03.2022г.) [Электронная версия] [Ресурс: <https://profi.travel/articles/54688/details>]

41.Яновский, В.В. Государственное и муниципальное управление. введение в специальность (для бакалавров) / В.В. Яновский, С.А. Кирсанов. - М.: КноРус, 2018. - 352 с.

42. 10 самых удивительных отелей на деревьях[Электронная версия] [Ресурс <https://bigpicture.ru/10-samyx-udivitelnyx-otelej-na-derevyax/>];

Приложения