



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

Теоретическая и аналитическая глава аттестационной работы: Теоретические аспекты государственного регулирования гостиничного бизнеса в России

Глава 1. Теоретические аспекты государственного регулирования гостиничного бизнеса в России

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

1.2. Анализ развития рынка гостиничных услуг в России

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.

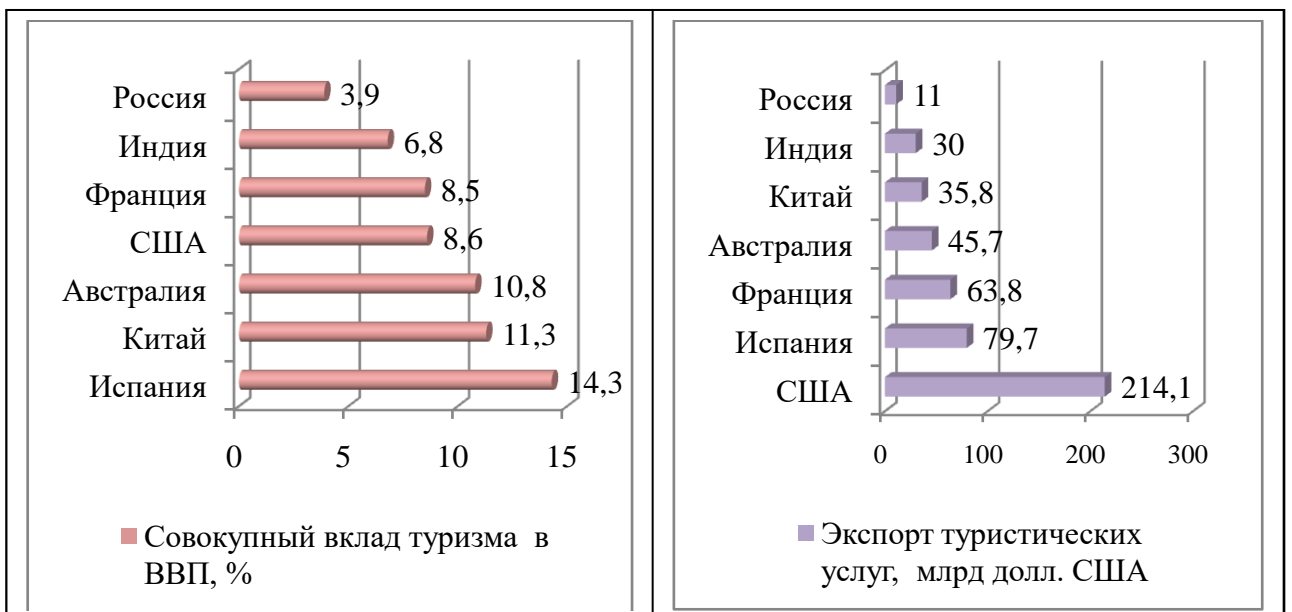


Рисунок 2-Показатели совокупного вклада туризма в ВВП и экспорт туристических услуг по странам в 2019 году [40]

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]

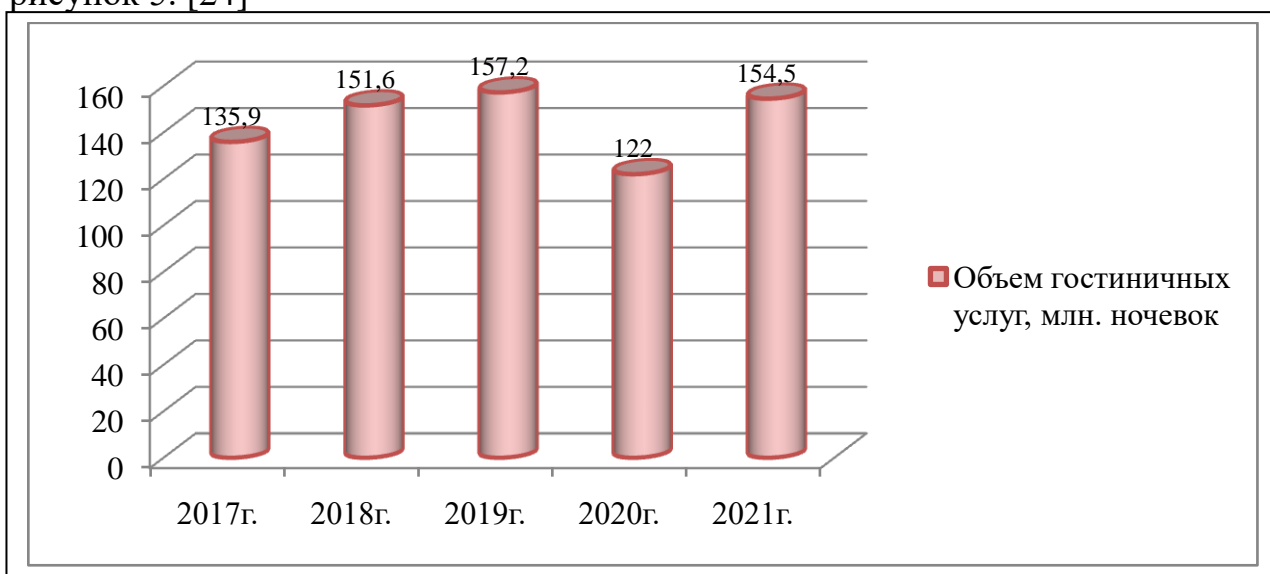


Рисунок 5-Динамика объема гостиничных услуг в России с 2017-2021гг. [24]

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]

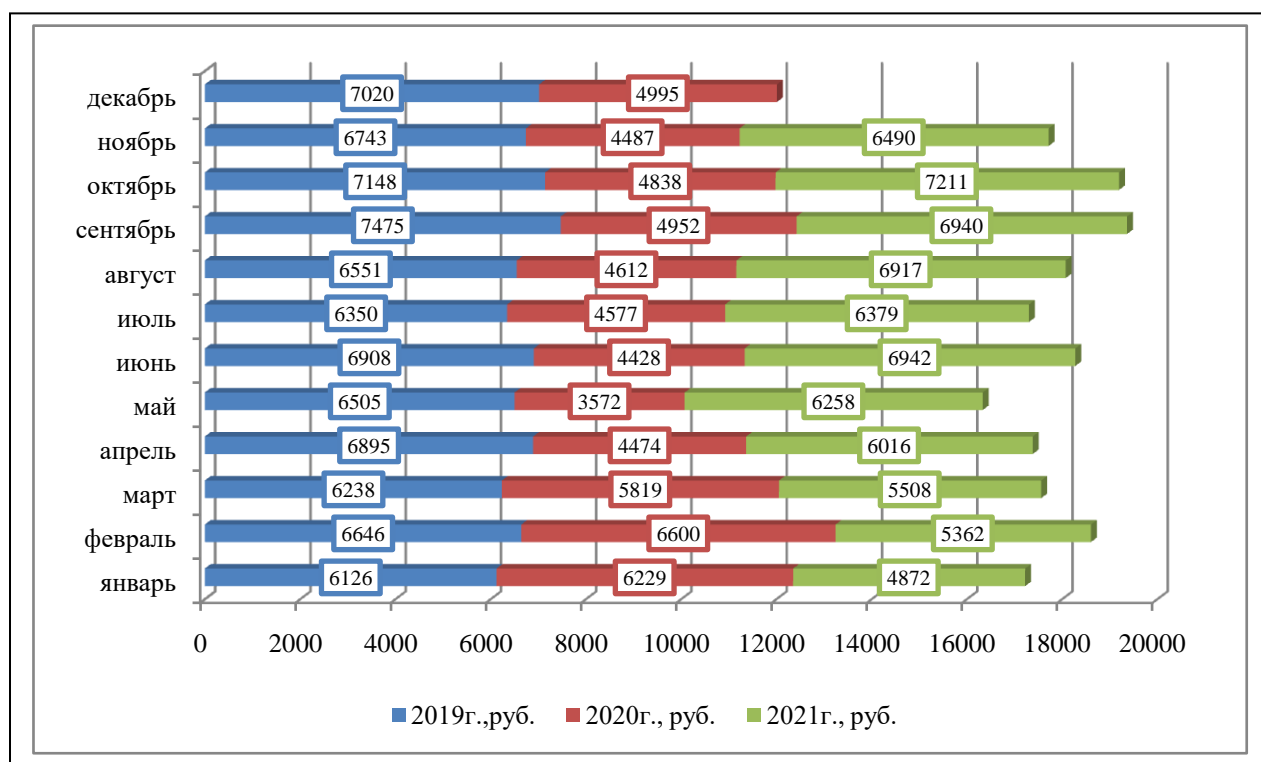


Рисунок 6- Средняя цена за гостиничный номер в России за 11 месяцев 2021 года [24]

В целом, в Москве наблюдался значительный рост заполняемости: в брендованных 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.

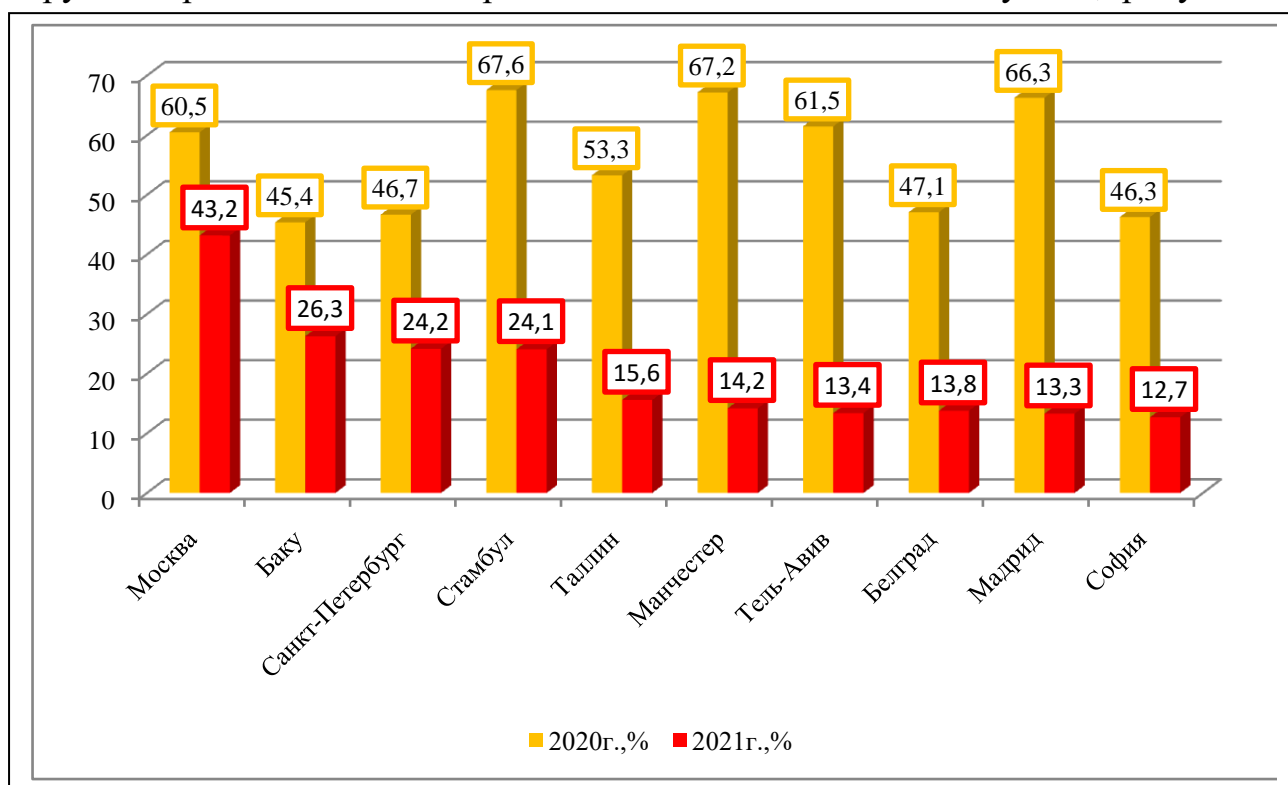


Рисунок 7-Динамика загрузки отелей в России и в мире с 2020-2021гг.(по данным на начало года) [24]

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.

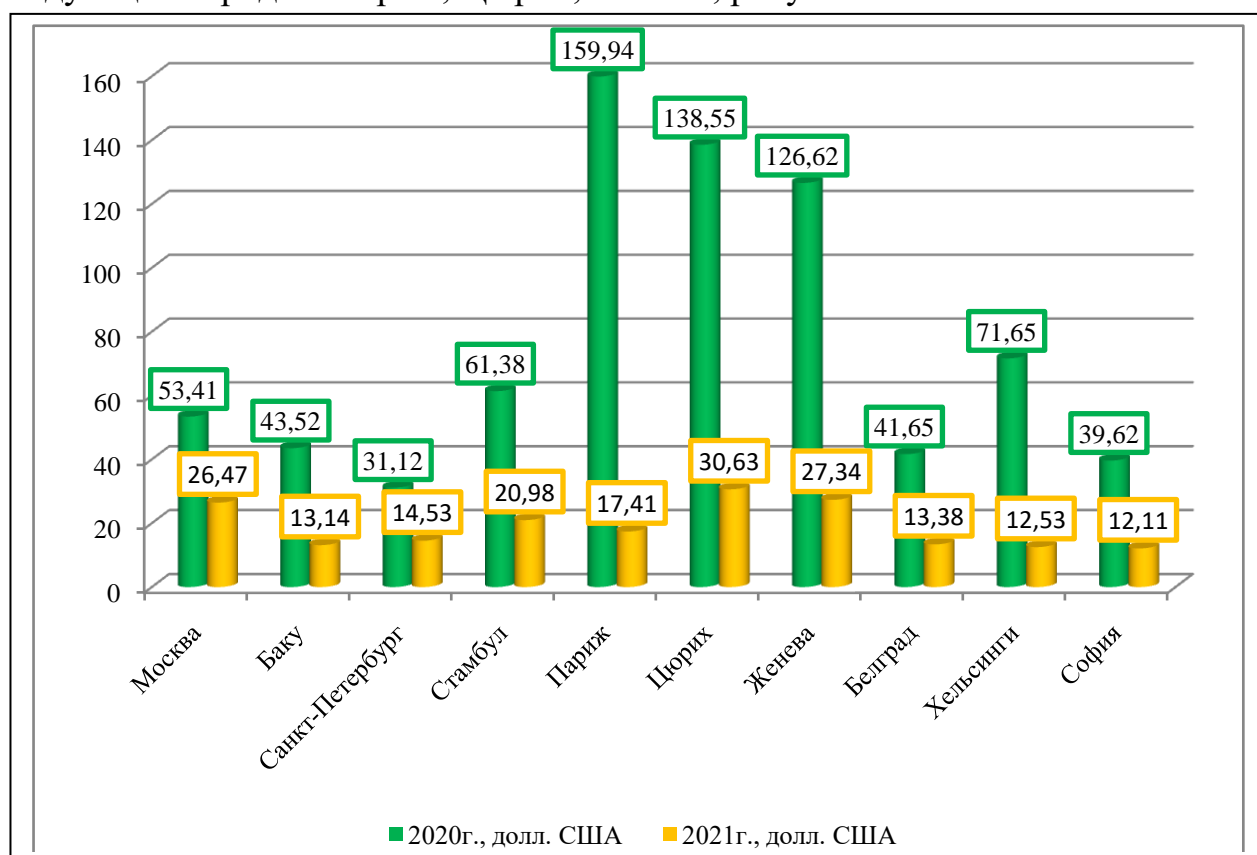


Рисунок 8-Динамика выручки отелей в России и в мире за номер в январе 2020-2021гг. [18]

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 персонафицировать 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 многодозовые 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 пулт, 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.

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