

Организационно-экономические основы функционирования сферы гостиничных услуг туристской дестинации: системный подход

А.Г. Семенченко

Роль туризма и рекреации в современной системе народного хозяйства велика, данная сфера затрагивает все аспекты функционирования современного общества. На сегодняшний день туристский бизнес является наиболее прибыльной и перспективной сферой вложения финансовых и инвестиционных ресурсов, при этом сохраняя темпы своего развития даже во время кризисов. Экономически развитые страны мира придают развитию данной отрасли огромное значение. Сфера гостиничных услуг представляет собой динамично развивающуюся отрасль народного хозяйства, играющую при этом большую роль в формировании финансовых ресурсов, развитии платежного баланса, а также обеспечении социально-экономической политики. Неоспоримым фактом является неразрывная связь туристской и гостиничной сфер. Сфера гостиничных услуг перспективна, поскольку ее успешное развитие может внести положительные тенденции в формирование структуры занятости населения, а также способствовать преодолению социально-экономического отставания региона, способна обеспечить подъем экономики при наличии эффективных инструментов экономического регулирования.[10] Особую актуальность гостиничная деятельность принимает в рамках туристской дестинации. В российской науке используется большое количество определений туристского региона (района), но все они имеют общие черты, характеризующие регион, к ним можно отнести - целостность и уникальность территории, его генетическое единство, взаимосвязь и взаимообусловленность образующих его компонентов, наличие процессов функционирования и развития, доминирование и большую устойчивость внутренних связей [1]. Однако туристский регион – это, прежде всего территориальное образование, имеющее определенную специфику, на основе которой складывается его специализация (индустриальный регион, аграрный регион, туристско-рекреационный регион и пр.)[2]. Туристское пространство охватывает три основных элемента: территорию формирования спроса потребителей туристско-рекреационных и гостиничных услуг; территорию предложения услуг («туристская дестинация»),

«туристский регион», «туристская местность», «специализация туристского региона») и связующую территорию между ними. В этой связи можно отметить, что туристская дестинация является частью туристского пространства, его слагаемым элементом. Понятие «туристская дестинация» введено в экономическую науку сравнительно недавно и является заимствованным из английского языка (англ. destination). В зарубежной науке данное понятие имеет широкое применение, в отечественных исследованиях оно находится на стадии разработки, и его интерпретация встречается лишь в диссертационных работах и монографиях [9]. Так как именно на отличительных чертах, или так называемых конкурентных преимуществах строится образ туристского региона, формируется его потребительная ценность.

В этой связи следует подчеркнуть разницу в подходах к характеристике туристских регионов, если при традиционном подходе принято принимать во внимание объективные показатели: площадь, население, размер ВРП (валового регионального продукта, то для туристских регионов в качестве основного фактора выступает его туристская или рекреационная специализация: пляжный туризм, паломнический центр, историко-культурный центр, агро-эко туризм. Туризм не может существовать без средств размещения, но при этом средства размещения составляют основу гостиничной сферы.[11] Ранее понятие «гостиничная сфера» было связано с хозяйственной деятельностью, которая лишь занималась предоставлением платных услуг с целью размещения туристов и гостей в гостиницах и аналогичных средствах размещения. Сегодня сектор гостиничных услуг является важной составной частью третичного сектора экономики, к которому относится «...непроизводственная сфера деятельности, направленная на создание условий для функционирования хозяйства и жизнедеятельности населения» [7]. Следовательно, продуктом данного сектора экономика являются гостиничные услуги. В экономическом отношении гостиничная деятельность, может быть, рассмотрена как:

- часть хозяйственного комплекса определенной страны, либо региона, включающая определенные отраслевые виды экономической и производственной деятельности;
- экономическая наука, главной целью изучения которой гостиничный бизнес, индустрия гостеприимства и сфера гостиничных услуг в целом, как

часть отрасли народного хозяйства на национальном или региональном уровне (экономика гостиничного дела);

– современная теория отрасли экономики, занимающаяся изучением поведенческой системы людей как субъектов хозяйствования на всех уровнях индустрии гостеприимства, в процессах производства, распределения, обмена и потребления гостиничных услуг в целях удовлетворения человеческих потребностей во временном проживании при дефицитности ресурсах отрасли в целом.

С точки зрения макроэкономики услуги гостиниц, представляют собой экономические отношения, результат которых в большей степени зависит от мирохозяйственных и национальных процессов, отношений, чем внутренних причин. В данном контексте важно отметить, что развитие туристской сферы на мировом, страновом и региональных уровнях связано с уровнем материальной и технической инфраструктуры предприятий сферы гостиничных услуг. [13] Без тесного взаимодействия инфраструктуры туристской дестинации и сферы гостиничных услуг, дальнейшее формирование и реализация туристского продукта представляется невозможным. Развитие туристского региона и туристской дестинации оказывает на гостиничную сферу своеобразный мультипликативный эффект, поскольку рост числа туристов способствует стимуляции гостиничного хозяйства, строительству гостиничных комплексов и аналогичных средств размещения, и тем самым способствует развитию всей территории [5]

В условиях современной экономической ситуации туризм следует рассматривать самостоятельный межотраслевой комплекс национальной экономики, поскольку сфера туризма, объединяя различные отрасли народного хозяйства, охватывает некое горизонтальное пространство, включая хозяйствующие субъекты разной отраслевой принадлежности. В основе выделения сферы гостиничных услуг туристской дестинации как самостоятельного, отдельного сектора хозяйства, по нашему мнению, лежат следующие обстоятельства:

– совокупность учреждений включенных в гостиничный сектор, выполняющих взаимосвязанные интегрированные функции;

- предприятия, относящиеся к гостиничной индустрии обладают общим ресурсным потенциалом;
- совокупность предприятий данной сферы носит сходный характер и одновременно воздействует на другие отрасли народного хозяйства;
- вся совокупность предприятий гостиничного сектора подчиняется единым Правилам и имеет общую локализованную систему управления.

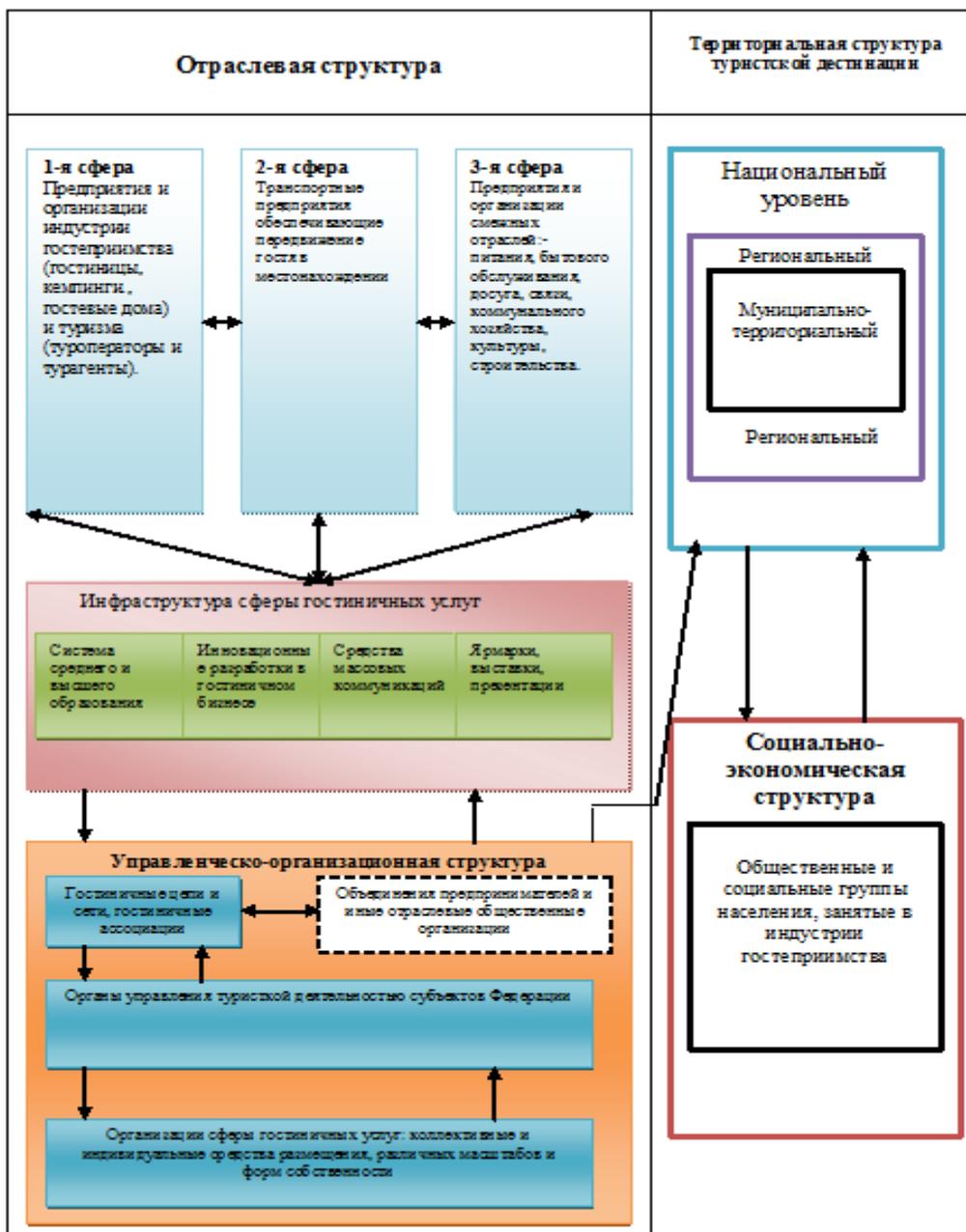
Исходя из этого, в нашем понятии сфера гостиничных услуг туристской дестинации представляет собой систему интегрированных предприятий различной хозяйственной направленности, целью функционирования которой является удовлетворение потребности населения в гостиничных услугах при рационально-эффективном использовании имеющихся ресурсов.

Характеризуя сферу гостиничных услуг туристской дестинации как отдельный сектор, необходимо определить ее структуру, выявить совокупность элементов, учреждений, предприятий, организаций, их функции объединенные между собой системой управления, планирования. Услуги гостиничной сферы напрямую связаны с туризмом и иными смежными отраслями народного хозяйства, поэтому носят комплексный характер, и тем самым вызывают спрос на целый ряд других товаров и услуг. В российской статистике отсутствуют критерии выделения сферы гостиничных услуг туристской дестинации. Очень сложно выделить сферу гостиничных услуг туристского региона как отдельную отрасль и рассматривать ее вне связи с другими отраслями народного хозяйства и всей индустрии туризма.[12] Исходя из чего, мы считаем возможным в состав сферы гостиничных услуг включить следующие отрасли: розничная торговля, обслуживание гостей; общественное питание; транспорт и связь; туристские организации; страхование гостей и иные услуги финансово-экономического характера; иные, связанные с гостиничным сектором виды деятельности (обеспечение безопасности, сопровождение, консультирование, бизнес-услуги). Для наиболее полной характеристики сферы гостиничных услуг туристской дестинации считаем целесообразным представить ее в разрезе совокупности функциональных структур:

- отраслевая структура, представляющая собой совокупность отраслей и определенных видов экономической деятельности, интегрированную для

- достижения конечной цели – удовлетворения потребности во временном проживании (в гостиничных услугах);
- социально-экономическая структура, являющая собой объединение определенной доли экономически активного населения, занятого в гостиничной сфере и смежных с нею отраслях, а также взаимосвязь различных видов предприятий и организаций гостиничной индустрии;
 - управленческо-организационная структура, представляющая собой совокупность форм, методов и органов управления, упорядоченных в системе иерархии, обеспечивающих при этом равномерное функционирование всех звеньев сферы гостиничных услуг;
 - территориальная структура включает в себя сферы гостиничных услуг на различных уровнях. В зависимости от территориальной локализации можно выделить сферу гостиничных услуг страны, округа, региона, района, отдельного города или населенного пункта.

К первой сфере отнести непосредственно предприятия индустрии гостеприимства, осуществляющие обслуживание гостей. Ко второй сфере следует относить транспортные предприятия, осуществляющие перевоз гостей в туристском регионе. К третьей сфере следует относить предприятия смежные и взаимодействующие с гостиничным бизнесом.



← - связь прямая

Рис. 1- Укрупненная структура сферы гостиничных услуг туристской дестинации

Сфера гостиничных услуг туристской дестинации направлена прежде всего, на обслуживание гостей самого туристского региона и других регионов одной страны, а также гостей из других стран. Каждый из этих видов услуг (услуги размещения, питания, развлечений, досуга, культурные, оздоровительные.) требуют специфических подходов к исследованию трендов спроса и предложения на них, причем степень их

разнообразия во многом зависит от вида средства размещения. [11] Сферу туризма и гостиничную нельзя рассматривать как противоположные понятия, поскольку туристы, это прежде всего, гости, имеющие различные потребности, в том числе и особенные, зависящие от целей и специфики путешествия. Следовательно, сферу гостиничных услуг туристкой дестинации и индустрию туризма следует рассматривать как совокупность по причине их неразрывной общности, и тем не менее с учетом специфики гостиничной сферы, с точки зрения отраслевой, структурной, управленческой и инфраструктурной составляющей. Важно отметить, что сфера гостиничных услуг исторически сформировалась из сектора средств размещения, представленного различными типами гостиничных хозяйствующих субъектов.[6] Комплексность обслуживания гостей и туристов дестинации предполагает необходимость развития и предоставления в одном месте достаточно полного и разнообразного ассортимента услуг, реализация чего возможна посредством комплексной группировки гостиничных хозяйствующих субъектов. В зависимости от того, как они оформлены и скомбинированы в единый комплекс, складывается определенный тип предприятия, такие, как отель-люкс, гостиница среднего класса, гостиница-апартамент, гостиница экономического класса, отель-курорт, мотель, частная гостиница типа «ночлег и завтрак», отель-гарни, пансион, гостиный двор, ротель, ботель, флотель, флайтель, в совокупности представляющие собой сектор размещения сферы гостиничных услуг. [10]

В современных рыночных условиях гостиница представляет собой предприятие, предназначенное для временного обслуживания гостей, а также туристов и организованных туристских групп, следовательно роль сферы гостиничных услуг в функционировании и деятельности туристской дестинации существенна. Эта значимость обусловлена, прежде всего тем, что сфера гостиничных услуг туристской дестинации предоставляет гостям не только услуги временного размещения и питания, а также широкий спектр услуг транспорта, связи, развлечений, экскурсионного обслуживания, спортивные, медицинские услуги, услуги спа-салонов. Фактически, сфера гостиничных услуг на территории туристской дестинации выполняет ключевые функции, поскольку формирует и предлагает гостям, в том числе и туристам, гостиничный продукт, в формировании и продвижении которого принимают участие

все секторы и элементы обширной сферы туризма. Исходя из чего, считаем правомерным сферу гостиничных услуг туристской дестинации рассматривать как самостоятельный сектор, но при этом ее функционирование в большей мере отождествлять с единой отраслью туризма.

Литература:

1. Арбузова Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг [Текст]: Учебное пособие 2-е издание/Н.Ю. Арбузова – М.:Академия,2011.- 224с.

2. Азар В.И. Вспомнить о стандартизации услуг гостиниц [Текст]/ ОТЕЛЬ. – 2008. - №3. – С. 36 - 42.

3. Елисеева Т.П., СущенкоД.И. Формирование и развитие инфраструктуры системы поддержки развития малого и среднего бизнеса в сфере услуг. [Электронный ресурс] // «Инженерный вестник Дона», 2012, №4. – Режим доступа: <http://ivdon.ru/magazine/archive/n1y2012> (доступ свободный) – Загл. с экрана. – Яз. рус.

4. Войткевич Н.И., Рябова Е.Н. Конкурентные стратегии на рынке гостиничных услуг [Текст]// Вестник Самарского государственного экономического университета. 2009. № 59. С. 15-21.

5. Косолапов, А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие для вузов [Текст] / А.Б. Косолапов — М.: Кнорус, 2008.- с.88

6. Захаренко Г.Н. [Текст] Туристский потенциал региональной дестинации и эффективность его использования в индустрии туризма (на примере Пермского края): Автореферат дис. ... кандидата экономических наук: Санкт-Петербург – 2011. - с.26

7. Нетребко А.В.Формирование системы управления качеством гостиничных услуг. [Текст]/ А.А. Нетребко.- Диссертация кандидата экономических наук : 08.00.05. - Сочи, 2004. - 214 с.

8. Ляпина И. Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания [Текст]/ Учебник под ред. канд. пед. наук А. Ю. Лапина 3-е изд., стер. М. Академия 2005.- 208 с.

9. Рябцев А.А. [Текст] Туристские услуги как системообразующий фактор развития дестинаций. Автореф. дис ... кандидата экономических наук : 08.00.05. - Сочи, 2012. - 25 с.

10. Савчишкина Е.П. Информационное обеспечение управления развития организаций сферы гостеприимства [Электронный ресурс] // «Инженерный вестник Дона», 2011, №1. – Режим доступа: <http://ivdon.ru/magazine/archive/n1y2011> (доступ свободный) – Загл. с экрана. – Яз. рус.

10. Hill T. On goods and services//RW of income and welthW/1977 ser.23 № 4 -p. 315-338

11. D. Parker and R. Stacey: Chaos, Management and Economics (IEA Hobart Paper 125): 1994, London: Institute of Economic Affairs/ Organization Studies January 1996: - p.150-153