

УДК 338.832 (470.325)

## СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

**Макринова Е.И., Святая Е.О.**

*Белгородский университет кооперации, экономики и права, Белгород,  
e-mail: makrinova@bukep.ru, elen-svyataya@yandex.ru*

В статье проведена оценка состояния регионального рынка гостиничных услуг; рассмотрены факторы, оказывающие влияние на развитие гостиничных услуг; представлена динамика объема услуг гостиниц и аналогичных средств размещения, которые имеют значение в развитии туристской индустрии. Результаты исследования показали соотношение между коллективными средствами размещения гостиничного типа и специализированными средствами размещения. Проведена оценка номерного фонда коллективных средств размещения и количества номеров на одно коллективное средство размещения; рассмотрены причины посещения туристами Белгородской области, а также приведены статистические данные о численности размещенных лиц в гостиницах и других средствах размещения за 2010–2012 годы. Дана характеристика туристским ресурсам и транспортной инфраструктуре, способствующим функционированию регионального рынка гостиничных услуг. Подведен итог о необходимости проведения и использования полученных результатов маркетинговых исследований для разработки концептуальных подходов развития рынка гостиничных услуг в регионе.

**Ключевые слова:** гостиничная услуга, индустрия туризма, маркетинговые исследования

## STATE AND TENDENCIES OF DEVELOPMENT OF THE REGIONAL MARKET OF HOTEL SERVICES

**Makrinova E.I., Svyataya E.O.**

*Belgorod University of Cooperation, Economy and Law, Belgorod,  
e-mail: makrinova@bukep.ru, elen-svyataya@yandex.ru*

The article the assessment of a condition of the regional market of hotel services is carried out; the factors having impact on development of hotel services are considered; dynamics of volume of services of hotels and similar means of placement which play importance in development by the tourist of the industry is presented. Results of research showed a ratio between collective means of placement of hotel type and specialized means of placement. The assessment of a number of rooms of collective means of placement and number of rooms on one collective means of placement is carried out; the reasons of visit by tourists the Belgorod region are considered, and also statistical data on the number of the placed persons are provided in hotels and other means of placement for 2010–2012. The characteristic is given to tourist resources and the transport infrastructure promoting functioning of the regional market of hotel services. The result about need of carrying out and use of the received results of market researches for development of conceptual approaches of development of the market of hotel services in the region is summed up.

**Keywords:** hotel service, tourism industry, market researches

Благодаря социальному, политическому и экономическому прогрессу за последние двадцать лет туризм стал доступен широким слоям населения. Одновременно с ростом общего числа туристов заметное развитие получила инфраструктура туризма и основной ее компонент – гостиничный сектор. Гостиничная индустрия, являющаяся одной из крупнейших отраслей мировой экономики, в настоящее время бурно развивается. В современных условиях гостиницы вынуждены бороться за завоевание лидирующих позиций на рынке, а при наличии возможности – стремиться к расширению своего бизнеса. В последнее время в связи с экономическим спадом в развитых странах мира резко обострилась конкурентная борьба на рынке гостиничных услуг [1,6].

Поскольку въездной и внутренний туризм в Белгородской области слабо развит, для решения указанной проблемы утверждена городская целевая программа

«Содействие развитию въездного и внутреннего туризма в городе Белгороде на 2011–2013 годы», конечные результаты которой заключаются в увеличении объема туристских услуг и услуг средств размещения туристов [5].

В настоящее время субъекты рынка гостиничных услуг Белгородской области стремятся к качественному развитию своих услуг, а следовательно к увеличению туристского потока и повышению туристской привлекательности региона.

Для выработки действенной политики по развитию рынка гостиничных услуг, а также для определения стратегии и тактики действий субъектов индустрии гостеприимства проведен анализ состояния развития сферы гостиничных услуг в Белгородской области.

По данным территориального органа федеральной службы государственной статистики по Белгородской области, в 2010 году численность размещенных лиц в гостиницах

и других средствах размещения составила 83,5 тыс. чел., в 2011 году – 157,1 тыс. чел., в 2012 году – 166,8 тыс. чел [3].

В соответствии с функциональным назначением коллективных средств размеще-

ния услугами гостиниц и других средств размещения посетители пользуются в основном в деловых и профессиональных целях – 73%, досуга, отдыха – 25%, иная причина – 2% (рис. 1).

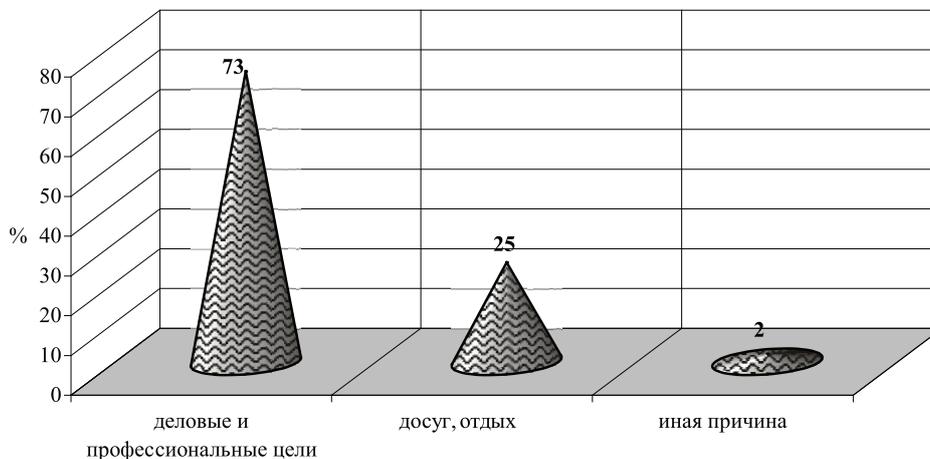


Рис. 1. Причины посещения туристами Белгородской области, %.  
Построено по результатам выборочного исследования

Немаловажное значение в развитии туристской индустрии Белгородской области имеют услуги размещения, которые являются необходимым элементом социальной сферы и играют большую роль в повышении эффективности общественного производства и,

собственно, уровня и качества жизни населения [2].

Следует отметить, что в течение 2008–2012 годов потребление услуг гостиниц и аналогичных средств размещения в Белгородской области увеличилось на 255,1 млн руб., или на 53% (рис. 2).

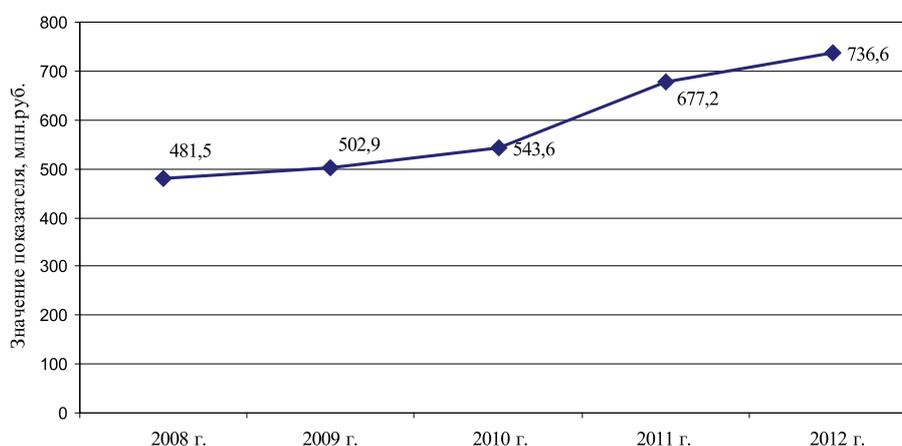


Рис. 2. Динамика объема услуг гостиниц и аналогичных средств размещения в Белгородской области за 2008–2012 годы. Построено по источникам: [3, 4]

Современные гостиничные комплексы оказывают, кроме основной услуги – предоставление номеров для временного проживания граждан – услуги общественного питания, бытовые услуги, физкультурно-спортивные, развлекательные и другие, которые являются составляющими туристического продукта въездного туризма – как международного, так и внутреннего.

Рынок гостиничных услуг в Белгородской области представлен коллективными и специализированными средствами размещения. Коллективные средства размещения – гостиницы и аналогичные средства, которые имеют, безусловно, немаловажное значение в развитии туристских услуг в области.

К коллективным средствам размещения относятся гостиницы и другие средства размеще-

ния, такие как мотели, отели, общежития для приезжих. К специализированным средствам размещения относятся санаторно-курортные организации, организации отдыха и т.п.

Общее количество коллективных средств размещения в Белгородской об-

ласти в 2012 году составило 61 единицу, что на 10 единиц меньше, чем в 2010 году и на 2 единицы больше 2011 года, т.е. произошло снижение количества коллективных средств размещения в 2012 году и составило 14,1% к 2010 году (рис. 3).



Рис. 3. Динамика количества средств размещения в Белгородской области за 2010–2012 годы. Построено по источникам: [3, 4]

Необходимо отметить, что в 2012 году в области работала 31 гостиница на 2030 койко-мест, 8 санаториев (1788 койко-мест), 3 санатория-профилактория (215 койко-мест), 12 баз отдыха (1257 койко-мест), 3 общежития для приезжих (245 койко-мест), 3 меблированных комнаты (16 койко-мест).

В 2012 году соотношение между коллективными средствами размещения гостиничного типа и специализированными по числу мест в них распределялось как 42% против 58%.

Коллективные средства размещения располагают 107 объектами инфраструктуры, такими как рестораны, кафе, бары, бассейны, бани, сауны, тренажерные залы, теннисные корты, аквапарки, автостоянки, парикмахерские и др.

Результаты анализа номерного фонда коллективных средств размещения позволили сделать вывод, что, несмотря на уменьшение средств размещения в Белгородской области в 2012 году по сравнению с 2010 годом, число номеров (комнат) увеличилось на 78 единиц или на 6,5% (рис. 4).

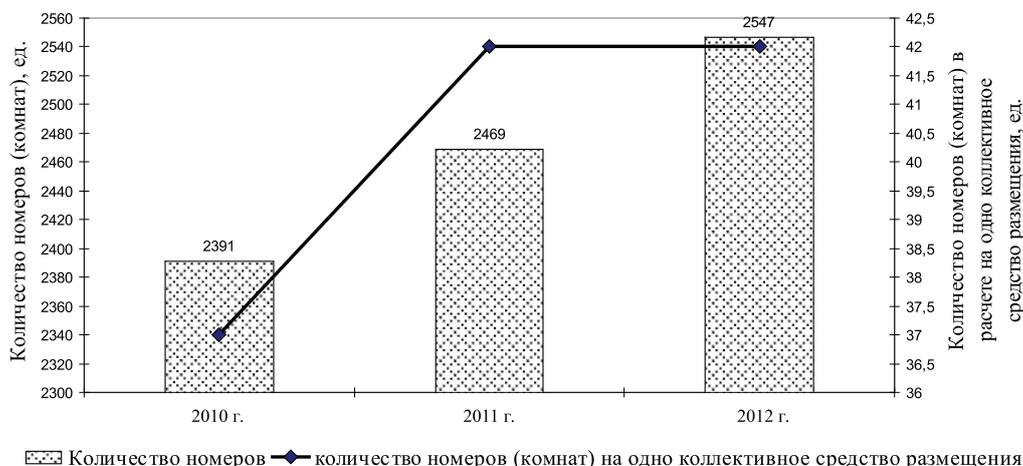


Рис. 4. Динамика номерного фонда коллективных средств размещения и количества номеров (комнат) на одно коллективное средство размещения в Белгородской области за 2010–2012 годы. Построено по источникам: [3, 4]

Бесспорно, тот факт, что с увеличением числа номеров (комнат) в коллективных средствах размещения соответственно увеличилось число номеров (комнат) на одно коллективное средство размещения и составило в 2012 году 42 единицы, что на 5 единиц больше чем в 2010 году.

С увеличением числа номеров (комнат) в коллективных средствах размещения соответственно увеличилось как общее количество коек, так и количество коек в расчете на одно коллективное средство размещения. Так, в 2012 году общее количество коек составило 5620 единиц, что на 201 (3,7%) единицу больше, чем в 2011 году, и меньше на 424 (7%) единицы, чем в 2010 году. Количество коек в расчете на одно коллективное средство размещения в 2012 году составило

92 единицы, что на 2 (2,2%) единицы больше, чем в 2010 году.

В 2012 году на развитие гостиниц и прочих мест для проживания было использовано 18,4 млн рублей инвестиций в основной капитал, в том числе на деятельность гостиниц – 14,4 млн рублей. Действующие гостиничные предприятия области сегодня располагают достаточным для принятия туристов количеством мест. Коэффициент использования наличных мест в гостиницах составил 0,4.

Привлекательность Белгородской области для посещения ее туристами определяется наличием туристских ресурсов, объектов туристского показа, а также иных объектов, способных удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил (рис. 5).

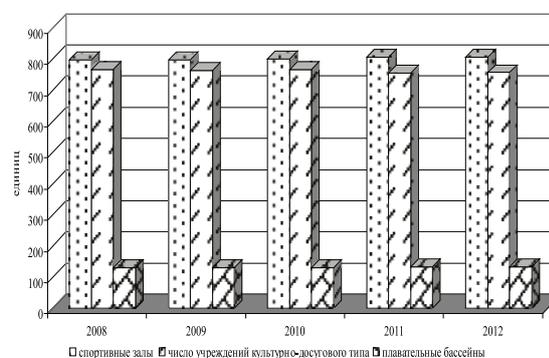
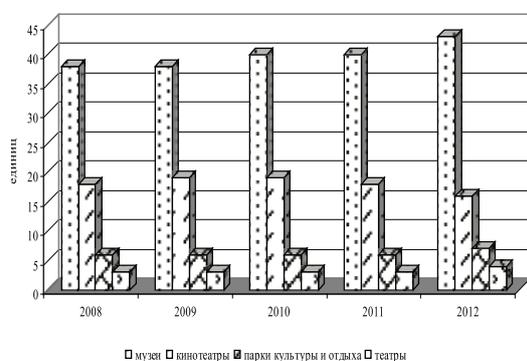


Рис. 5. Динамика основных туристских ресурсов Белгородской области за 2008–2012 годы, ед. Построено по источникам: [3, 4]

Функционирование индустрии гостеприимства невозможно без развитой транспортной инфра-

структуры, обеспечивающей проезд туриста к средству размещения и обратно (таблица) [3, 4].

#### Протяженность путей сообщения Белгородской области общего пользования на конец года, километров

	2008	2009	2010	2011	2012
Железнодорожные пути общего пользования	700	700	700	700	700
Автомобильные дороги общего пользования	7281	7271	7241	7300	17472 <sup>1)</sup>
в том числе с твердым покрытием	6734	6725	6706	6789	16263 <sup>1)</sup>

Примечание. <sup>1)</sup> Включена протяжённость улиц.

По результатам выборочного исследования было выявлено, что потребители гостиничных услуг предпочитают использовать следующие виды транспорта: самолет – 5%; поезд – 26%; автобус – 13%; автомобиль – 56%. (рис. 6).

По результатам исследования регионального рынка гостиничных услуг установлено, что инфраструктура гостиничной отрасли в Белгородской области находится

в стадии развития и становления, для которой характерно: увеличение объема услуг гостиниц и аналогичных средств размещения, рост количества коллективных средств размещения, в том числе и средств размещения гостиничного типа, на фоне сокращения количества санаторно-курортных организаций, услуги которых являются одним из способов привлечения в регион туристов в целях их оздоровления; наличие

автомобильных дорог общего пользования с усовершенствованным покрытием, железнодорожных путей сообщения общего

пользования и двух аэропортов; достаточного количества учреждений культурно-досугового типа и спортивных сооружений.

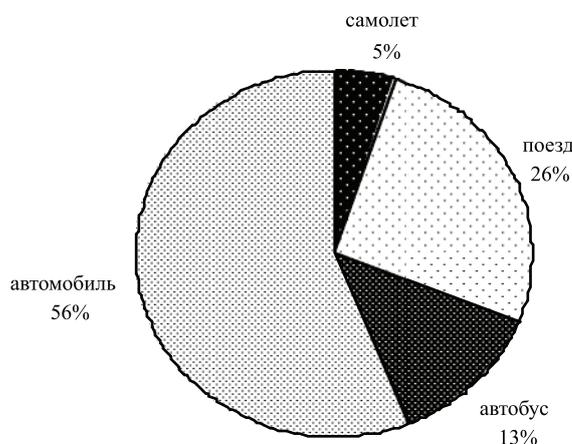


Рис. 6. Предпочтения потребителей гостиничных услуг при выборе транспортных средств, %

Таким образом, результаты маркетинговых исследований рынка гостиничных услуг Белгородской области указывают на необходимость разработки концептуальных подходов развития гостиничных услуг в регионе.

**Список литературы**

1. Макринова Е.И., Лысенко В.В. Тенденции и факторы развития потребления туристских услуг на региональном рынке // Теоретические и прикладные вопросы экономики и сферы услуг. – 2013. – № 11. – С. 67–76.
2. Макринова Е.И., Трунова С.Е. Стратегия аутсорсинга в системе маркетинга // Terra Economicus. – 2007. – Т. 5. – № 3–3. – С. 171–173.
3. О развитии сферы туризма в Белгородской области в 2012 году // Аналитический материал; отв. за выпуск. Г.П. Диденко. – 2013. – 40 с.
4. О развитии туризма в Белгородской области в 2008 году // Аналитический материал; отв. за выпуск Л.Д. Новикова. – 2009. – 43 с.
5. Постановление Администрации г. Белгорода от 4 февраля 2011 г. № 10 «Об утверждении городской целевой программы «Содействие развитию въездного и внутреннего туризма в городе Белгороде на 2011–2013 годы».
6. Роздольская И.В., Беседина Ю.А. Сервисная концепция маркетинга: специфика проявления и практика использования // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2009. – № 4–2. – С. 28–32.

**References**

1. Makrinova E.I. Lysenko V. V. Tendencies and factors of development of consumption of tourist services in the regional

market // Theoretical and applied questions of economy and a services sector. 2013. no. 11. pp. 67–76.

2. Makrinova E.I. Trunova of Page E. Outsourcing strategy in marketing system // Terra Economicus. 2007. T. 5. no. 3–3. pp. 171–173.

3. About development of the sphere of tourism in the Belgorod region in 2012 // the Analytical material; for release. G.P. Didenko 2013. 40 p.

4. About tourism development in the Belgorod region in 2008 // the Analytical material; for L.D. Novikov’s 2009. 43 p.

5. The resolution of Administration of Belgorod of February 4, 2011 no.10 «About the approval of the city target program» «Assistance to Development of Entrance and Internal Tourism in the City of Belgorod on 2011–2013».

6. Rozdolskaya I.V. Besedina Y.A. Service concept of marketing: specifics of manifestation and practician of use // Messenger of the Belgorod university of cooperation, economy and right. 2009. no. 4–2. pp. 28–32.

**Рецензенты:**

Роздольская И.В., д.э.н., профессор, зав. кафедрой маркетинга и менеджмента Белгородского университета кооперации, экономики и права, г. Белгород;

Палаткин И.В., д.э.н., профессор, зав. кафедрой прикладной экономики Пензенского государственного технологического университета, г. Пенза.

Работа поступила в редакцию 18.03.2014.