

СОЦИАЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА НА ЮГЕ РОССИИ

Д. А. Рубан, А. А. Понедельник

Путем анализа статистических данных изучена роль индустрии гостеприимства в сокращении безработицы, повышении "открытости" общества и стимулировании предпринимательской инициативы на Юге России. Установлено, что перечисленные социальные эффекты неожиданно малы. Сравнительно большие они оказываются в Республике Крым, Краснодарском крае и Севастополе. Рекомендуются активизировать использование проектного подхода в индустрии гостеприимства и при этом не переоценивать ее роль в региональном социально-экономическом развитии.

Ключевые слова: безработица, гостиничный бизнес, курорты, индивидуальное предпринимательство, региональное планирование.

Юг России обладает уникальными природными, историко-культурными и курортно-рекреационными ресурсами, в связи с чем развитие здесь индустрии гостеприимства (гостиничный и ресторанный секторы экономики) выглядит вполне естественным. При этом из мировой практики известно, что эта индустрия выполняет не только экономическую, но и социальную функцию, а именно способствует созданию общественно-значимых ценностей, трансформирует стереотипы, решает или, напротив, создает некоторые социальные проблемы (например, см. [1, 2]).

Основные тренды развития отечественной индустрии гостеприимства охарактеризованы в ряде обзорных работ — в частности, этому посвящены статьи А. В. Гуржий и И. В. Игольниковой [3], В. И. Кружалина и Е. Г. Киякбаевой [4], А. В. Шмытковой [5]. Что касается Юга России, то для этой территории соответствующие вопросы рассматривали в своих работах В. А. Бабич и др. [6], В. В. Гнездилова и Д. А. Рубан [7], Н. А. Латушко и др. [8], А. И. Романенко и др. [9], К. И. Серпова и др. [10]. Большинство исследователей концентрировалось на сугубо отраслевых проблемах, тогда как интерес представляет также изучение социальных эффектов развития индустрии гостеприимства. Настоящая работа призвана частично восполнить этот «пробел». Ее целью стоит проведение анализа отмеченных эффектов для регионов Юга России в свете имеющихся статистических данных.

Социальные эффекты развития индустрии гостеприимства могут быть весьма различными. В данной работе внимание уделяется трем из них, которые напрямую связаны с деловой активностью. Во-первых, это вклад в снижение безработицы (Е1). Вполне очевидно, что создание гостиниц и ресторанов требует большого количества

* Рубан Дмитрий Александрович — доцент, Южный федеральный университет, ruban-d@mail.ru

Понедельник Алёна Александровна — магистрант, Южный федеральный университет

персонала, что, в свою очередь, расширяет возможности для трудоустройства местного населения. Во-вторых, речь идет об «открытости» общества (E2). Чем больше людей приезжает в регион, тем шире оказываются возможности для внешних контактов местного населения. С одной стороны, это расширяет культурный опыт последнего, а, с другой, — способствует продвижению образа региона в стране и мире. Последнее само по себе имеет существенное значение для успешного ведения гостиничного и ресторанного бизнеса. Наконец, в-третьих, важна роль индустрии гостеприимства в стимулировании индивидуальной предпринимательской инициативы (E3). В том случае, когда гостиничный и ресторанный бизнес в регионе "притягивает" индивидуальных предпринимателей, можно говорить о том, что именно этот бизнес способствует развитию соответственной инициативы в обществе. Последнее исключительно важно для отечественной экономики [11–13].

В качестве фактического материала для настоящего исследования использована наиболее "свежая" информация Росстата (gks.ru). С ее помощью рассчитываются ключевые показатели, характеризующие три вышеуказанных социальных эффекта развития индустрии гостеприимства на Юге России (приводимые ниже обозначения показателей соответствуют обозначениям эффектов). Показатель E1 определяется как доля занятых в гостиничном и ресторанном секторах региональной экономики в числе занятых в последней в целом. Показатель E2 рассчитывается как отношение лиц, размещенных в коллективных средствах размещения, к населению региона. Показатель E3 характеризует число индивидуальных предпринимателей в гостиничном и ресторанном секторах по отношению к общему числу индивидуальных предпринимателей в регионе. Все показатели рассчитываются в процентах. Наиболее «свежей» для расчета E1, E2 оказывается информация за 2016 г., а для E3 — за 2015 г. Для последующего сопоставления социальных эффектов в пространстве Юга России предлагается также ранжировать регионы по каждому показателю (R(E1), R(E2), R(E3)) от 1 до 4. При этом каждая единица соответствует градации, установленной путем деления интервала значений от минимума до максимума на 4 равные части. Далее можно определить кумулятивное значение R(sum) путем суммирования R(E1), R(E2), R(E3).

Результаты проведенного анализа оказываются следующими. В регионах Юга России вклад индустрии гостеприимства в снижение безработицы оказывается весьма небольшим (табл. 1). Лишь в Севастополе и Республике Крым значения E1 превышают 4%. Более чем в половине регионов они меньше 2%. "Открытость" общества сильно отличается (табл. 1). Наибольшие значения E2 зафиксированы в Краснодарском крае и Республике Крым; повышенными их условно можно также считать для Ставропольского края. Однако в большинстве регионов этот социальный эффект невелик. Наконец, индустрия гостеприимства практически не играет роли в развитии индивидуального предпринимательства (табл. 1). Только в Республике Крым значение показателя E3 оказывается около 5%. Достаточно удивительно, что наименьшее значение зафиксировано в Ростовской области — регионе, отличающемся как сравнительно быстрым развитием гостиничного и ресторанного секторов экономики, так и исторически сложившимся предрасположением населения к занятию малым бизнесом. Если говорить в целом, то представляется, что проанализированные социальные эффекты развития индустрии гостеприимства малы на Юге России. Некоторым исключением

оказывается повышенная "открытость" общества, однако и она фиксируется лишь локально.

Таблица 1.

Ключевые показатели социальных эффектов развития индустрии гостеприимства в регионах Юга России

Регион	E1, %%	E2, %%	E3, %%
Республика Адыгея	1,6	20,3	2,7
Республика Калмыкия	1,9	11,5	3,5
Республика Крым	4,2	88,9	4,6
Краснодарский край	3,7	104,2	3,9
Астраханская область	2,4	25,9	3,0
Волгоградская область	1,5	23,0	2,1
Ростовская область	1,7	21,9	1,9
г. Севастополь	4,8	29,6	3,5
Республика Дагестан	1,7	4,6	2,4
Республика Ингушетия	1,4	0,6	2,0
Кабардино-Балкарская Республика	2,1	12,4	2,8
Карачаево-Черкесская Республика	1,9	24,7	3,1
Республика Северная Осетия — Алания	2,4	6,1	2,3
Чеченская Республика	1,4	2,3	3,1
Ставропольский край	2,4	34,8	2,4

Источник: составлено авторами на основе расчета с использованием данных Росстата (gks.ru).

Ранжирование регионов Юга России выявляет территориально контрастную ситуацию (табл. 2). В Республике Крым и Краснодарском крае кумулятивный социальный эффект развития индустрии гостеприимства оказывается значительным (в первом из них $R(\text{cum})=12$, т.е. это максимально возможное значение). Близка к этому ситуация в Севастополе. Напротив, во всех остальных регионах этот эффект предельно мал. Это касается, прежде всего, республик Дагестан и Ингушетия, а также Волгоградской и Ростовской областей, где $R(\text{cum})=3$ (минимально возможное значение).

Таблица 2.

Ранжирование регионов Юга России по ключевым показателям социальных эффектов развития индустрии гостеприимства

Регион	R(E1)	R(E2)	R(E3)	R(cum)
Республика Адыгея	1	1	2	4
Республика Калмыкия	1	1	3	5
Республика Крым	4	4	4	12
Краснодарский край	3	4	3	10
Астраханская область	2	1	2	5
Волгоградская область	1	1	1	3
Ростовская область	1	1	1	3

г. Севастополь	4	2	3	9
Республика Дагестан	1	1	1	3
Республика Ингушетия	1	1	1	3
Кабардино-Балкарская Республика	1	1	2	4
Карачаево-Черкесская Республика	1	1	2	4
Республика Северная Осетия — Алания	2	1	1	4
Чеченская Республика	1	1	2	4
Ставропольский край	2	2	1	5

Источник: составлено авторами на основе ранжирования значений показателей из таблицы 1.

Сделанные по результатам проведенного анализа заключения оказываются неожиданными. Во-первых, с учетом значимости индустрии гостеприимства в экономике многих регионов Юга России и трендов ее развития в последние годы можно было бы ожидать значительно больших социальных эффектов. Это касается как регионов, ориентированных на курортно-рекреационную и туристическую деятельность (например, республики Адыгея и Калмыкия, Ставропольский край, Астраханская и Волгоградская области), так и регионов с высокой деловой активностью (характерный пример — Ростовская область). Во-вторых, выявленная пространственная дифференциация кумулятивного эффекта лишь отчасти отражает специализацию регионов в плане гостеприимства. С одной стороны, Республика Крым, Краснодарский край и Севастополь — сложившиеся курортно-рекреационные дестинации, а потому вполне логично ожидать в них сравнительно больших социальных эффектов, которые и действительно фиксируются (табл. 2). С другой стороны, Ставропольский край — также исторически сложившаяся курортная дестинация, а развитие туризма в Адыгее активно происходит еще с середины 2000-х г.г.; республики Дагестан, Калмыкия, Северная Осетия — Алания и ряд других регионов набрали популярность у туристов в последние годы. Однако социальный эффект развития индустрии гостеприимства в них низкий. Туристическая транзитность Ростовской области ожидаемо должна компенсироваться деловой активностью, также требующей развития гостиничного и ресторанного секторов экономики. Однако и в этом случае установлен низкий социальный эффект.

Представляется, что сделанные выводы фиксируют недостаточный уровень развития индустрии гостеприимства на Юге России, выявляя при этом и еще одну проблему. Отсутствие больших социальных эффектов снижает интерес к развитию этой индустрии со стороны местного населения и, возможно, административных органов. Безусловно, решение этих проблем возможно за счет повышения качества соответствующих услуг [14], внедрения инноваций [15]. Однако наиболее принципиальным видится «депримитивизация» гостиничного и ресторанного бизнеса, использование проектного подхода, прочная увязка отраслевого бизнеса с решением в регионе масштабных социально-экономических задач. Полученные результаты имеют и еще одно практическое следствие. При стратегическом планировании регионального развития необходимо четкое понимание того, что индустрия гостеприимства вовсе не обязательно сможет оправдать возлагаемые на нее социальные ожидания. Иными

словами, ее роль даже в курортном регионе не должна преувеличиваться. Вполне возможно, что ситуация, зафиксированная на Юге России, отражает не какие-либо проблемы, а «естественные» тенденции развития региональной социально-экономической сферы, в которой индустрия гостеприимства по определению не может играть однозначно ведущей роли. В таком случае достаточно понимания, что для создания на конкретной территории благоприятной социальной обстановки (по крайней мере, в плане анализируемых в настоящей работе эффектов) гостиничного и ресторанного бизнеса недостаточно — требуется сбалансированное развитие нескольких отраслей экономики.

В целом, могут быть сделаны три основных вывода. Во-первых, изученные социальные эффекты развития индустрии гостеприимства на Юге России невелики. Во-вторых, сравнительно большие эффекты достигаются лишь в отдельных регионах. В-третьих, при стратегическом планировании регионального социально-экономического развития необходимо как использование новых подходов к ведению бизнеса в индустрии гостеприимства, так и понимание ее ограниченных возможностей в плане генерации социальных благ.

Литература

1. Batle J., Orfila-Sintes F., Moon C. J. Environmental management best practices: Towards social innovation // *International Journal of Hospitality Management*. — 2018. — V. 69. — P. 14–20.
2. Narangajavana Y., Gonzalez-Cruz T., Garrigos-Simon F. J., Cruz-Ros S. Measuring social entrepreneurship and social value with leakage. Definition, analysis and policies for the hospitality industry // *International Entrepreneurship and Management Journal*. — 2016. — V. 12. — P. 911–934.
3. Гуржий А. В., Игольникова И. В. Тенденции развития рынка гостиничных услуг // *Экономика. Социология. Право*. — 2018. — № 1. — С. 9–12.
4. Кружалин В. И., Киякбаева Е. Г. Современные проблемы и тенденции в российском туризме // *Географический вестник*. — 2017. — № 4. — С. 146–153.
5. Шмыткова А. В. Основные тенденции развития средств размещения в России // *Вестник Национальной академии туризма*. — 2017. — № 1. — С. 24–27.
6. Бабич В. А., Молчанова Т. К., Рубан Д. А. Соотношение цены и качества гостиничных услуг в малых городах Юга России // *Экономика и предпринимательство*. — 2018. — № 5. — С. 675–679.
7. Гнездилова В. В., Рубан Д. А. Стоимость и качество размещения в гостиницах лакшери-сегмента крупных городов России // *Новые технологии*. — 2017. — № 4. — С. 139–144.
8. Латушко Н. А., Гнездилова В. В., Рубан Д. А. Ценовая политика хостелов в крупных городах (на примере Юга России) // *Вестник УрФУ. Серия экономика и управление*. — 2016. — № 4. — С. 462–485.
9. Романенко А. И., Челидзе А. Д., Шамкова Н. Т. К анализу современного состояния рынка гостиничных услуг в Краснодарском крае // *Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы*. — 2017. — № 2. — С. 139–148.

10. Серпова К. И., Бобрышева О. Р., Рубан Д. А. Маркетинговая функциональность качественных интернет-образов индустрии гостеприимства крупных городов Юга России // Экономика и предпринимательство. — 2018. — № 5. — С. 470–473.

11. Александров П. А. Индивидуальное предпринимательство в России // Вестник Института экономики Российской академии наук. — 2016. — № 1. — С. 205–212.

12. Луганская А. В., Чеджемов Г. А. Предпринимательство как основной инструмент борьбы против безработицы // Известия Института систем управления СГЭУ. — 2017. — № 1. — С. 71–75.

13. Хутова Э. Р., Пархоменко Н. А. Проблемы развития малого и среднего бизнеса в России // Современное общество и власть. — 2016. — № 3. — С. 359–362.

14. Бобрышева О. Р., Серпова К. И. Предоставление информации о безопасности отеля: "миф" или реальность? // Современная индустрия гостеприимства. — Ростов-на-Дону, 2018. — С. 4–14.

15. Молчанова Т. К., Бабич В. А. Smart-отели в современном гостиничном бизнесе: систематизация представлений // Современная индустрия гостеприимства. — Ростов-на-Дону, 2018. — С. 15–24.

SOCIAL EFFECTS OF HOSPITALITY INDUSTRY DEVELOPMENT IN THE RUSSIAN SOUTH

Ruban D.A.

Philosophiae Doctor, Southern Federal University, Rostov-on-Don

Ponedelnik A.A.

master student, Southern Federal University, Rostov-on-Don

The analysis of statistical data has permitted to investigate the role of hospitality industry in unemployment decrease, rise of society "openness", and stimulation of an enterprise initiatives in the Russian South. It is established that the noted social effects are unexpectedly small. Relatively bigger these are in the Republic of Crimea, the Krasnodar Region, and Sevastopol. It is recommended to facilitate implementation of project approach in hospitality industry, as well as not to over-evaluate the role of this industry in regional socio-economic development.

Keywords: *unemployment, hotel business, resorts, individual entrepreneurship, regional planning.*