

## АНАЛИЗ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В РЕГИОНАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ С ПОМОЩЬЮ ИНТЕРНЕТ-ИСТОЧНИКОВ

*В настоящее время традиционные методы анализа покупательского спроса (статистика реальных продаж и анкетирование потребителей) уже не столь точны и достоверны, как всего несколько лет назад, постепенно уступая место методам веб-аналитики. Предлагается применить ряд таких инновационных методик для анализа спроса на гостиничные услуги в регионах Российской Федерации. При этом рассматривается число запросов поисковых систем общего назначения в соотношении с официальной статистикой загрузки номерного фонда гостиниц. В результате выявлен ряд регионов, в которых развитие гостиничной базы и туризма в целом можно считать приоритетным. В дальнейшем автор планирует использовать данный способ изучения спроса для исследований отдельных сегментов туристического рынка с учетом сезонных факторов, специфики целевой аудитории и пр.*

**Ключевые слова:** анализ спроса, рынок гостиничных услуг, аквизиция, загрузка гостиниц, дефицит гостиничных мест, коэффициент информационного давления.

I.E. Kiselev

## ANALYSIS OF DEMAND AND SUPPLY FOR HOTEL SERVICES IN REGIONS OF THE RUSSIAN FEDERATION USING THE INTERNET SOURCES

*Currently, traditional methods of analysis of consumer demand (the statistics of actual sales and surveys of consumers) are not as accurate and reliable, as few years ago, gradually giving way to methods of web analytics. It is proposed to apply a number of innovative techniques for the analysis of demand for hotel services in the regions of the Russian Federation. In this case, we consider the number of queries in search engines in relation to official statistics of the booking load of the hotel rooms. As a result, the number of regions where the development of hotels and tourism as a whole can be considered a priority are identified. Further the author intends to use this method of studying the demand for studies of individual segments of the tourism market, taking into account seasonal factors, the specifics of the target audience, etc.*

**Keywords:** demand analysis, the market of hotel services, acquisitions, hotel loading, shortage of hotel rooms, coefficient of informational pressure.

Современная официальная статистика вполне позволяет производить экспресс-анализ состояния рынка услуг, столь необходимый при принятии управленческих решений различного уровня. В первую очередь речь идет о планировании инвестиций, разработке инфраструктурных проектов, оценке эффективности действующих предприятий. Применительно к туристической отрасли наиболее актуальны исследования перспектив АКВИЗИЦИИ, то есть комплекса мер по привлечению потока туристов в страну в целом и в ее отдельные регионы. Сайт Го-

сударственного комитета по статистике ([www.gks.ru](http://www.gks.ru)) располагает информацией о числе туристов, въехавших и выехавших за пределы субъектов Российской Федерации за 2002–2009 годы. К сожалению, статистика более высокой степени подробности в большинстве регионов недоступна, однако даже имеющаяся информация может служить основой для ряда интересных выводов.

Основой настоящего исследования будем считать разработку универсального показателя состояния рынка туристических услуг региона, расчет которого был бы доступен любому маркетологу без применения сложных формул и математических моделей, на основании открытой статистики. Упомянутый выше сайт Федераль-

<sup>1</sup> Старший преподаватель кафедры управления и инновационных технологий в туризме и гостиничном бизнесе НОУ ВПО «Российский новый университет».

ной службы государственной статистики демонстрирует не только общие туристические потоки, но и статистику загрузки гостиниц и аналогичных средств размещения, что крайне ценно: такая информация представляется более объективной ввиду большей прозрачности гостиничного бизнеса и отсутствия в нем так называемого двойного счета, хорошо известного еще со времен СССР (имеется в виду ситуация, когда один и тот же турист посчитан в качестве постояльца отеля, экскурсанта, пассажира туристского поезда, участника похода и пр.). Выберем временной ряд с 2004 по 2009 год включительно: эти годы характеризовались относительно стабильной ситуацией, тем не менее, закончившейся довольно четко выраженным спадом загрузки гостиниц в 2009 году, что большинство исследователей трактует как последствия всемирного экономического кризиса, хотя данный вопрос достоин широкомасштабной научной дискуссии. Приведенная ниже таблица наглядно показывает неравномерность загрузки номерного фонда гостиниц по годам в подавляющем большинстве регионов, поэтому для исследования макроуровня есть смысл применить усредненный показатель. С одной стороны, нам в данном случае важнее оценить максимальные возможности регионального хозяйства по приему туристов, с другой – не будем забывать и о специфической политике властей некоторых субъектов Федерации по отношению к отельной базе: классический пример – варварский снос самых популярных гостиниц Москвы (пик которого пришелся именно на 2004–2006 годы), результатом которого стало не только сокращение интегральной емкости гостиниц, но и рост цен, связанный с вытеснением малобюджетного сегмента рынка услуг.

Анализ официальной таблицы не вызывает удивления: всем хорошо известно, что наиболее популярными в нашей стране объектами туризма являются Москва и Санкт-Петербург, а также курорты Краснодарского края. Однако уже на данном этапе становится наглядным отставание некоторых регионов в развитии материальной базы туризма – и Северный Кавказ, и Дальний Восток достойны гораздо большего внимания к туристической инфраструктуре, а в первом случае это еще и способ привести к значительному снижению уровня безработицы, ликвидации записей криминальных сообществ и т.п.

Тем не менее, простая констатация параметров приема туристов средствами размещения – показатель одноплановый, не учитывающий в полной мере уровня спроса на туристиче-

ческие услуги в целом. Для комплексной оценки ситуации на туристическом рынке региона целесообразно использовать данные поисковых интернет-ресурсов общего назначения, например наиболее популярных GOOGLE, YANDEX и других. Для этого в настройках расширенного поиска установим максимально гибкие параметры и путем подбора потенциальных запросов туристов определим их интегральный годовой объем. Принятое ранее решение об использовании статистических данных по гостиничной базе поможет нам и в данном случае – число вариантов запросов, формулируемых туристами при поисках гостиниц, относительно невелико (ГОСТИНИЦЫ МОСКВЫ, ОТЕЛИ МОСКВЫ, РАЗМЕЩЕНИЕ В МОСКВЕ и т.п.). При этом в рамках одного региона используем несколько возможных топонимов, например не только ЯРОСЛАВСКАЯ ОБЛАСТЬ, но и города области – ЯРОСЛАВЛЬ, РОСТОВ ВЕЛИКИЙ, РЫБИНСК и пр. Полученные данные занесем в имеющуюся таблицу в виде отдельного столбца. Надо сказать, что выбор топонимов для поиска дает весьма любопытные результаты. В частности, вроде бы давно несуществующие наименования СТАЛИНГРАД, СВЕРДЛОВСК, ВЯТКА и некоторые другие употребляются в количествах, сопоставимых с официальными современными названиями городов. В ряде случаев полное название региона в массовом порядке заменяется сокращенным термином: ПОДМОСКОВЬЕ, ПРИМОРЬЕ. Иногда официальные названия регионов почти не употребляются в запросах: САХА, ЮГРА, АЛАНИЯ (в последнем случае также благодаря созвучию с известным турецким топонимом).

Полученные данные скомбинируем по мере снижения числа запросов, в результате каждый из субъектов Федерации будет представлен от 1 до 4-5 показателей, реально отражающих спрос на гостиничные (и косвенно – на туристические в целом) услуги. Конечно, следует иметь в виду, что не только пользователи Интернета формируют спрос, но, во-первых, их доля в этом процессе неуклонно растет, а во-вторых, имеют ценность не показатели одного отдельно взятого региона, а их ряды, позволяющие провести сравнение между регионами. Не стоит забывать также и многоступенчатый, многоэтапный характер процесса продаж в туризме, когда потенциальный турист воспользуется поисковой системой несколько раз, запрашивая сначала первичную статическую информацию о курорте и гостиницах, а затем прибегая к услугам форм поиска и

бронирования туров и т.д. Таким образом, интегральное число запросов по гостиницам региона или города должно быть вполне сопоставимо с числом реальных туристов, принимаемых этими

гостиницами ежегодно, или аналогичными плановыми показателями. Попробуем убедиться в этом на материалах предлагаемой таблицы.

Таблица

**АНАЛИЗ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ  
В РЕГИОНАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ в 2004–2009 гг.**

Значение коэффициента информационного давления	Субъект Российской Федерации	Численность размещенных лиц в гостиницах и аналогичных средствах размещения, человек в год						Средняя численность размещенных лиц в гостиницах и аналогичных средствах размещения за 2004–2009 годы	Число запросов поисковым системам, единиц в год	Топонимы, наиболее часто встречающиеся в запросах
		2004	2005	2006	2007	2008	2009			
0,66	Ленинградская область	135368	177094	160694	190439	280731	200272	190766	126000	Ленинградская область
									90300	Царское Село
0,70	Московская область	463367	475630	509314	561259	562127	593732	527572	3720000	Подмосковье
									192000	Дмитров
									105000	Звенигород
									97400	Сергиев Посад
									87300	Коломна
									57000	Серпухов
0,74	Тюменская область	578800	590331	591631	741246	691862	573656	627921	462000	Тюмень
									45600	Тобольск
0,77	Ханты-Мансийский авт. округ – Югра	249909	277978	289270	330396	329377	289523	294409	225000	Сургут
									159000	Югра
									138000	Ханты-Мансийск
0,93	Санкт-Петербург	1189288	1560488	1745224	2177668	2415168	1641062	1788150	1670000	Петербург
1,06	Амурская область	115331	146067	113725	181763	191227	157012	150854	159000	Благовещенск
1,12	Хабаровский край	241719	262928	303229	283152	395330	273937	293383	329000	Хабаровск
1,19	Москва	2709633	3542372	3704327	3866186	3771451	3344268	3489706	4140000	Москва
									199000	Столица
1,20	Свердловская область	447732	467244	615274	667389	1217083	457455	645363	776000	Екатеринбург
									137000	Свердловск
1,37	Республика Карелия	151560	146509	161804	212813	243475	96183	168724	231000	Карелия
									221000	Петрозаводск

1,39	Краснодарский край	505883	796682	763121	791762	840454	683228	730188	1020000	Сочи
									560000	Краснодар
									543000	Краснодарский край
									299000	Анапа
									215000	Геленджик
									147000	Туапсе
									87700	Ейск
									69900	Кабардинка
1,41	Республика Татарстан	325289	361192	453125	538071	427231	601021	450988	638000	Казань
									428000	Татарстан
									207000	Набережные Челны
									66700	Нижнекамск
1,44	Ставропольский край	171650	194909	244706	277521	234327	202587	220950	318000	Ставрополь
									245000	Минеральные Воды
									203000	Ставропольский край
									146000	Пятигорск
									117000	Кисловодск
1,47	Оренбургская область	166062	160453	177018	199685	271739	154602	188260	277000	Оренбург
1,51	Архангельская область	155696	172121	208038	215092	307162	185100	207202	314000	Архангельск
									40700	Соловецкие острова
1,52	Вологодская область	188000	202112	197371	189996	257176	153597	198042	301000	Вологда
									154000	Череповец
1,55	Иркутская область	180200	272422	262697	307778	405043	217919	274343	425000	Иркутск
1,56	Забайкальский край	123991	119247	108432	101992	103368	97051	109014	170000	Чита
1,65	Ростовская область	259688	361734	371807	441958	413156	364443	368798	612000	Ростов-на-Дону
									58800	Батайск
1,69	Приморский край	333654	343726	377075	360525	358192	411405	364096	617000	Владивосток
									228000	Приморье
									74100	Уссурийск
1,78	Новгородская область	113355	168458	198420	197902	215944	207795	183646	327000	Новгород Великий
1,84	Красноярский край	248678	298579	314295	334722	315970	235975	291370	537000	Красноярск
									137000	Норильск
1,88	Сахалинская область	66193	80028	124795	145244	166292	160135	123781	233000	Сахалин
									141000	Южно-Сахалинск
									129000	Курилы
1,90	Республика Бурятия	71942	87114	76899	130809	162623	113348	107123	204000	Бурятия
									164000	Улан-Удэ
1,95	Ярославская область	132574	187437	217336	272630	294614	205748	218390	427000	Ярославль
									259000	Ростов Великий
									91600	Переславль
									77400	Рыбинск
1,97	Кемеровская область	150580	141327	173689	186684	182723	141492	162749	320000	Кемерово
									184000	Новокузнецк

1,98	Мурманская область	122996	172924	143032	145843	168510	130077	147230	292000	Мурманск
2,10	Кировская область	100511	116423	144908	155730	126914	121260	127624	268000	Киров
									204000	Вятка
2,14	Нижегородская область	266550	285635	348590	357037	462487	279423	333287	714000	Нижний Новгород
2,23	Республика Коми	127102	132542	143169	148843	154847	127183	138948	310000	Коми
									190000	Сыктывкар
2,26	Республика Хакасия	44350	73716	70609	74636	101622	56560	70249	159000	Хакасия
									119000	Абакан
2,34	Псковская область	125705	141068	168642	183859	190422	156166	160977	378000	Псков
2,35	Челябинская область	180979	252322	267024	298832	314929	225077	256527	603000	Челябинск
2,37	Курская область	62261	81204	85433	100282	158785	83467	95239	226000	Курск
2,38	Республика Башкортостан	217161	281810	298538	311673	463083	149776	287007	683000	Уфа
									238000	Башкортостан
									159000	Стерлитамак
2,57	Самарская область	219820	265321	253501	284540	452231	184287	276617	711000	Самара
									328000	Тольятти
									112000	Жигули
2,58	Смоленская область	65725	110673	113181	108235	156681	116365	111810	289000	Смоленск
2,59	Тверская область	143297	170124	201348	232929	305603	192908	207702	538000	Тверь
									109000	Селигер
									59500	Валдай
2,61	Чувашская Республика	86841	86298	97920	99178	169488	80399	103354	270000	Чебоксары
									141000	Чувашия
2,62	Волгоградская область	163995	222007	244960	225265	209616	176408	207042	544000	Волгоград
									393000	Сталинград
									276000	Волжский
2,75	Пермский край	125857	216924	215732	270971	234050	218155	213615	588000	Пермь
									232000	Пермский край
2,86	Томская область	94347	117982	128162	123721	177520	110416	125358	358000	Томск
2,87	Ульяновская область	106940	103539	107867	113105	110027	86738	104703	301000	Ульяновск
2,92	Брянская область	66968	69106	72506	63419	99528	75910	74573	218000	Брянск
3,06	Калининградская область	99483	117319	132874	131300	212352	77349	128446	394000	Калининград
									120000	Кенигсберг
									67500	Светлогорск
									46900	Куршская коса
3,06	Калужская область	50990	86627	103362	107647	86180	73500	84718	259000	Калуга
									185000	Обнинск
3,10	Новосибирская область	293920	285425	290048	274316	236321	189552	261597	812000	Новосибирск
3,13	Алтайский край	198669	209269	235337	283305	264781	236828	238032	745000	Барнаул
									73900	Белокуриха

3,15	Владимирская область	104223	237354	345544	372091	488335	305774	308887	973000	Владимир
									125000	Суздаль
3,25	Ивановская область	69319	88945	93496	104479	132300	74905	93907	306000	Иваново
									279000	Плещ
3,31	Саратовская область	100401	129145	170107	174343	174871	132975	146974	486000	Саратов
									207000	Энгельс
3,42	Республика Саха (Якутия)	80015	94550	87784	87655	96736	93765	90084	308000	Якутия
									136000	Якутск
3,57	Костромская область	46711	90324	116881	135928	174928	81572	107724	385000	Кострома
3,61	Белгородская область	87087	100420	114433	124151	121561	99213	107811	389000	Белгород
3,62	Рязанская область	61471	57055	86819	105894	148460	104674	94062	341000	Рязань
3,73	Воронежская область	101083	121548	180626	148806	160968	117364	138399	517000	Воронеж
3,79	Республика Мордовия	44299	34534	37008	49478	74021	52287	48605	184000	Мордовия
									178000	Саранск
3,80	Республика Северная Осетия – Алания	37538	43282	51623	29160	39906	27170	38113	145000	Северная Осетия
									123000	Владикавказ
3,84	Ямало-Ненецкий авт. округ	112914	106131	100184	112181	119295	77907	104769	403000	Ямал
									81600	Салехард
4,15	Липецкая область	63836	61985	66911	65008	85401	52191	65889	274000	Липецк
4,24	Магаданская область	25383	26340	27539	36221	28818	27006	28551	121000	Магаданская область
									95000	Магадан
									40200	Колыма
4,26	Тульская область	114601	92940	107175	144119	176961	104333	123355	526000	Тула
									55600	Ясная Поляна
4,29	Республика Тыва	21320	21292	26146	31302	65779	27160	32167	138000	Кызыл
									122000	Тыва
4,48	Республика Марий Эл	19941	39463	38675	49712	52522	44953	40878	183000	Марий Эл
									138000	Йошкар-Ола
4,49	Кабардино-Балкарская Республика	32054	34121	32293	49927	24971	25510	33146	149000	Кабардино-Балкария
									124000	Нальчик
									81600	Приэльбрусье
4,51	Астраханская область	92641	74768	70418	84940	114527	109571	91144	411000	Астрахань
4,52	Тамбовская область	48654	50334	49611	47104	66725	34696	49521	224000	Тамбов
4,61	Удмуртская Республика	50754	79486	94639	100056	95173	76583	82782	382000	Ижевск
									143000	Удмуртия
4,81	Республика Алтай	35339	30848	37304	45309	120527	28559	49648	239000	Алтай
									103000	Горноалтайск
4,97	Омская область	73436	131085	120982	153417	124754	111456	119188	592000	Омск
5,27	Карачаево-Черкесская Республика	17718	28007	34652	29694	58380	27551	32667	172000	Черкесск
									90300	Домбай
									33600	Архыз

5,36	Курганская область	31228	35192	37436	45305	49084	38103	39391	211000	Курган
6,19	Пензенская область	25374	57648	48196	56144	60914	53094	50228	311000	Пенза
6,61	Чукотский авт. округ	25143	26582	16652	29307	26057	24150	24649	163000	Чукотка
									153000	Анадырь
7,53	Ненецкий авт. округ	4871	6314	18955	25744	33722	25056	19110	144000	Ненецкий округ
8,17	Орловская область	43776	92414	101453	78776	115292	79645	85226	594000	Орёл
8,77	Камчатский край	28857	40836	48870	49963	81365	36634	47754	419000	Камчатка
									358000	Петропавловск
9,50	Республика Дагестан	29237	20845	33102	38533	54547	45377	36940	351000	Дагестан
									132000	Махачкала
13,18	Республика Калмыкия	7450	6938	8018	9247	41028	13815	14416	190000	Элиста
									151000	Калмыкия
15,52	Еврейская автономная область	18744	22928	17940	15193	18061	15760	18104	281000	Еврейская АО
									125000	Биробиджан
17,35	Республика Адыгея	10887	10249	8190	8248	12511	10426	10085	175000	Адыгея
									155000	Майкоп
97,63	Республика Ингушетия	285	317	832	1200	4793	1977	1567	153000	Ингушетия
510,66	Чеченская Республика			211	307	1126	1544	797	407000	Чечня
									238000	Грозный

В данном случае также наблюдается вполне знакомая картина: максимум запросов сосредоточено в Москве, Санкт-Петербурге и Краснодарском крае, однако некоторые показатели значительно дополняют общую схему. Так, явно прослеживаются пики запросов по городам Золотого кольца, а также по традиционным регионам массового отдыха (Карелия, Кавказские Минеральные Воды и др.). Выделяются также крупные города, в особенности имеющие значительное число достопримечательностей (Екатеринбург, Нижний Новгород, Волгоград, Казань, Новосибирск).

Однако нас в конечном счете интересует не уровень спроса как таковой, а его соотношение с уровнем предложения, то есть показатель балансового характера. В настоящее время в гостиничном бизнесе такого общепринятого макропоказателя нет, во многом потому, что количественные характеристики спроса стали доступны всего несколько лет назад. Попробуем предложить в качестве варианта расчета использовать частное от деления полученного нами годового числа запросов поисковых систем (характеризующего спрос) на среднегодовое число человек, размещенных в гостиницах региона (характеризующее реальное предложение).

Сформировав окончательную таблицу, расположим субъекты Федерации по мере возрастания полученного коэффициента (в большинстве

случаев величина коэффициента колеблется от 0,5 до 10 единиц).

Данный коэффициент предлагается назвать **КОЭФФИЦИЕНТОМ ИНФОРМАЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ** регионального рынка гостиничных услуг (КИД). КИД равен 1 в том случае, когда число интернет-запросов на размещение в гостиницах региона (курорта) равно числу туристов, обслуживаемых этими гостиницами, то есть когда спрос на гостиничные услуги равен их предложению. Под **ИНФОРМАЦИОННЫМ ДАВЛЕНИЕМ** на рынок в данном случае понимается воздействие на информационную среду рынка с целью получения маркетинговой информации и дальнейшего бронирования услуг.

Рассмотрение полученных величин коэффициента информационного давления позволяет сделать целый ряд интересных выводов:

- во-первых, становится наглядным дефицит (или, в редких случаях, избыточность) гостиничных мест в регионе – если КИД превышает 4-5 единиц, то региональным властям стоит задуматься над проектом срочного расширения отельной базы: спрос есть, а предложение отсутствует;
- во-вторых, можно выделить относительно благополучные регионы, где отельная база достаточна или близка к этому. В российских условиях это означает возможность повышения комфорта гостиниц и других средств размещения, развития дополнительных услуг, экскурси-

онного обслуживания и т.п. Неслучайно Московская и Ленинградская области занимают лидирующие места в данном списке с коэффициентами менее 1;

- в-третьих, КИД менее 1 могут иметь и регионы с относительно низким уровнем поездок с целью отдыха и высоким уровнем бизнес-туризма (например, Югра и Тюменская область). В данном случае акцент на повышение комфортности можно считать состоявшимся ввиду ориентации бизнес-туризма на средства размещения высоких категорий;

- в-четвертых, стоит констатировать, что подавляющее число регионов являются крепкими середнячками с коэффициентами от 1,5 до 3,5 единиц. Но даже в этих рамках можно наблюдать и сравнивать, например, соседние регионы, а в практике государственного управления – устанавливать соответствующие приоритеты развития;

- в-пятых, весьма интересным было бы рассмотрение изменений КИД с течением времени (хотя бы за 5-6 лет), что позволило бы прогнозировать туристические потоки;

- в-шестых, в случае получения достоверной статистики загрузки гостиничной базы по более мелким административным единицам (уровня курорта или города) появится возможность детальных исследований баланса спроса и предложения с созданием соответствующих картографических материалов;

- в-седьмых, при наличии квартальной или месячной статистики по загрузке материальной базы, КИД может быть использован при анализе факторов сезонности и основанного на нем эффективного планирования.

Таким образом, интернет-источники дают нам довольно эффективный инструмент сравнительного анализа спроса и предложения на гостиничные услуги. В настоящее время использование методов WEB-АНАЛИТИКИ представляется одним из основных направлений маркетинговых исследований. Многие вопросы ждут своих исследователей, например было бы интересно проанализировать коэффициенты информационного давления в зарубежных странах и сравнить их с российскими показателями, оценить параметры предложения не на основании официальной статистики, а на основе сайтов гостиниц и гостиничных сетей, уточнить значения коэффициентов с учетом местной специфики и т.п.

#### **Использованные интернет-источники**

1. [www.gks.ru](http://www.gks.ru) – Федеральная служба государственной статистики
2. [www.google.com](http://www.google.com)
3. [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru)
4. [www.mail.ru](http://www.mail.ru)