Федеральное агентство по образованию

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования

“Вятский государственный гуманитарный университет”

Социально-гуманитарный факультет

Кафедра социальной работы, сервиса и туризма

Курсовая работа

**Гостиничное хозяйство как основа индустрии туризма в регионах РФ**

Выполнила:

Студентка 2 курса группы СКС-22

Шубина Ксения Вячеславовна

Научный руководитель:

к.г.н., старший преподаватель

Ситников Сергей Владимирович

Киров

2007

**Содержание**

Введение 3-4

Глава 1. Теоретические вопросы изучения гостиничного хозяйства 5-17

1.1. История развития гостиничного хозяйства 5-8

1.2. Основные понятия и классификация в области гостиничного хозяйства 9-17

Глава 2. Анализ развития гостиничного хозяйства в Российской Федерации 18-36

2.1. Специфика гостиничного рынка Калининградской области 18-19

2.2. Анализ гостиничного рынка Московской области 19-25

2.3. Возможности гостиничного рынка Кабардино-Балкарской республики 25-27

2.4. Развитие гостиничного рынка республики Татарстан 27-28

2.5. Гостиничный потенциал Свердловской области 29-30

2.6. Особенности гостиничного рынка Алтайского края 30-32

2.7. Специфика гостиничного рынка Приморского края 32-34

2.8. Сравнительный анализ гостиничного хозяйства в регионах РФ 34-36

Заключение 37-38

Библиографический список 39-40

Приложение 41

**Введение**

**Актуальность темы**. Значение и роль туризма в наше время для развития экономики государств, удовлетворения запросов личности, взаимообогащения социальных связей между странами переоценить невозможно. Индустрия туризма занимает важное место в экономике большинства стран. Ее развитие представляет обширный рынок рабочих мест.

Гостиничное хозяйство занимает основное место в международном туризме. Туристские потоки непосредственно зависят от размера этого сектора индустрии туризма и качества предлагаемых помещений.

В сфере въездного и внутреннего туризма гостиничный сервис включает в себя целый комплекс услуг для туристов и является ключевым фактором, определяющим перспективы развития туризма в России, конкурентоспособного в мировой системе туристского бизнеса.

Туристские услуги, в том числе и в рамках гостиничного обслуживания, отнесены к социально-культурным услугам. Они строятся на принципах современного гостеприимства, что повышает их роль в развитии отечественного туризма, а также ставит определенные задачи в системе подготовки кадров для туристско-гостиничного сервиса.

Россия, несмотря на богатейшие туристские ресурсы, занимает незначительную долю в мировом туристском потоке. По оценкам ВТО, потенциальные возможности России позволяют принимать до 40 млн. иностранных туристов в год, что в 4 раза больше, чем на сегодняшний день. Одна из причин этого: не достаточное количество средств размещения и невысокий уровень сервиса в них.

Таким образом, возникает **противоречие** между объективно возрастающими потребностями, предъявляемыми обществом к индустрии гостеприимства, и практической готовностью средств размещения туристов для удовлетворения этих потребностей.

**Цель работы** заключается в анализе гостиничного хозяйства РФ. В ходе исследования необходимо было решить следующие **задачи**:

* Определить изменения гостиничного хозяйства на протяжении всей истории его существования;
* Рассмотреть рынок гостиничных услуг РФ;
* Провести сравнительный анализ гостиничной индустрии по регионам РФ.

Объект исследования – гостиничное хозяйство, как основа индустрии туризма.

Предмет исследования – развитие гостиничного хозяйства в регионах РФ.

Методы исследования: анализ, сравнение.

Структура работы. Работа содержит (41) машинописную страницу. Она состоит из введения, (2) глав, заключения. Список литературы представлен (17) наименованиями.

**Глава 1. Теоретические вопросы изучения гостиничного хозяйства**

В 1 главе описывается история гостиничного бизнеса, его развитие и совершенствование. Так же в этой главе даются основные понятия, определения и классификации, которые используются в гостиничной индустрии.

* 1. **История развития гостиничного хозяйства**

В данном параграфе дан краткий исторический очерк развития мирового гостиничного дела.

Понятие «гостеприимство» старо, как сама человеческая цивилизация.

Английское слово «hospitality» (гостеприимство) происходит от старофранцузского «хоспис», что означает «странноприимный дом». Появление первых прообразов гостиниц, как и самой профессии по обслуживанию людей, останавливающихся на ночлег, уходит своими корнями в далекое прошлое.

Гостиные дома располагались в городах и на дорогах, ведущих из одних стран в другие. Помимо путешественников услугами этих гостиных домов пользовались гонцы, курьеры, правительственные служащие. В гостиных домах людям предоставляли ночлег, убежище, пищу, там же кормили и меняли лошадей.[10], с.5.

Упоминания о первых предприятиях индустрии гостеприимства – *тавернах –* можно найти в манускриптах, относимых учеными к эпохе античной Греции и античного Рима. Из этих упоминаний явствует, что таверны пользовались сомнительной репутацией, выполняя порой функции домов терпимости.

Со временем развитие торговли и связанных с ней разъездов, привели к тому, что необходимость организации для путешествующих нормального ночлега стала более острой. Поскольку передвижение по стране было медленным, а само путешествие – долгим и трудным, путникам приходилось уповать на гостеприимство, прежде всего в частных домах.

Во времена Греческой Римской империй повсеместно стали появляться постоялые дворы и таверны. Постоялые дворы, особенно на всех главных дорогах, строились римлянами со знанием дела и для своего времени были вполне удобными. Располагались они примерно в 25 милях друг от друга, чтобы правительственные чиновники и гонцы не слишком утомлялись в дороге, отдыхая в каждом из них. Пользоваться ими можно было, лишь показав специальный правительственный документ, который свидетельствовал об особом статусе их предъявителей, и поэтому такие официальные бумаги часто воровались и подделывались.[14], с.13.

В Древней Персии путешествовали на верблюдах, большими караванами. Ночевали обычно в шатрах, которые разбивали рядом с караванным путем. Но иногда останавливались в так называемых караван-сараях - своего рода комплексных заведениях, включающих загон для верблюдов и помещения для ночлега людей, окруженных крепостной стеной.[16], с.8

На европейском континенте Карл Великий еще в VIII в. для отдыха пилигримов создал специальные дома.

В Средние века люди стали путешествовать больше и, соответственно, увеличилось число придорожных постоялых дворов. Конечно, по современным стандартам, они все еще оставались примитивными. Постояльцы часто спали вповалку на матрацах, разложенных на полу одной большой комнаты. Каждый ел то, что у него было с собой, либо покупал что-нибудь съестное у хозяина постоялого двора.

По мере того как качество обслуживания на постоялых дворах повышалось, путешествовать стало все больше и больше людей. Многие из них были состоятельными, привыкшими жить в комфорте. Именно они требовали от постоялых дворов все больше услуг, и это приводило к тому, что качество обслуживания в целом повышалось.

Одна из первых гостиниц в Европе «Отель Генриха IV», была построена в г. Нанте в 1788 г. Ее строительство обошлось в $ 17500 – сумму по тем временам весьма значительную. В гостинице было 60 койко-мест, и она считалась в Европе.

По всей Европе, рост популярности путешествия на дилижансе революционизировал индустрию гостеприимства на дорогах. В сельской местности один постоялый двор обслуживал всех приезжих, хотя состоятельные люди, путешествовавшие в собственном экипаже или верхом, туда заходили редко, а бедняков, которые путешествовали пешком, туда старались не пускать вообще.

Постоялые дворы в континентальной Европе далеко уступали английским по всем показателям. Даже в те времена, когда путешественники были весьма непритязательными по части комфорта, большинство британцев, бывая в Европе, приходили в ужас от условий проживания на постоялых дворах, казавшихся им особенно убогими по сравнению с английскими.[17], с.12-14.

Развитие предприятий гостеприимства XIX в. связано с развитием туризма. На морских побережьях, возле источников с минеральной водой, в живописных местах развертывается строительство крупных и мелких гостиниц. Постепенно совершенствуется их техническое оборудование, создаются комфортабельные условия для гостей, меняются формы и методы обслуживания.

В крупных европейских городах гостиницы начинают использовать и для других целей. В них устраивают казино, проводят пресс-конференции, приемы.

Бурное развитие гостиничного хозяйства продолжалось в XX в. Этому способствовало резкое качественное и количественное увеличение автомобильного, авиационного и железнодорожного транспорта, оживление торговых, культурных, научно-технических и спортивных контактов между государствами.[15], с.14.

Туризм и возрастающая с каждым годом гостиничная база превратились в «индустрию услуг», которая в сочетании с «индустрией развлечений» стала источником крупных доходов, получения прибыли. Современная «индустрия гостеприимства» включает в себя отели, рестораны, бары, курорты, игорные дома, казино, оздоровительные комплексы.[10], с.6.

На Руси постоялые дворы появляются в XII-XIII вв. В них гонцы отдыхали и меняли лошадей. Эти постоялые дворы – «ямы», как их называли, располагались один от другого на расстоянии конного перехода. В XV в. создаются многочисленные почтовые станции. Ими ведает Ямской приказ. По велению Ямского приказа открывались новые станции, ему же подчинялись и ямщики. В это же время строятся многочисленные гостиные и постоялые дворы. В гостиных дворах не только торговали, в них жили и совершали коммерческие операции.

В связи с ростом промышленного производства и расширением торговых связей в XVIII-XIX вв. растет население городов, открываются новые гостиницы. В 1818 г. в Москве функционирует 7 гостиниц. В Петербурге в 1910 г. насчитывалось уже 325 гостиниц. После Октябрьской революции декретом Советского правительства все гостиницы были национализированы, гостиничное хозяйство подверглось коренной перестройке. К 1940 г. гостиницы были построены в 669 городах.

В 1980 г., в канун московской Олимпиады, гостиничное хозяйство СССР насчитывало 7000 гостиниц общей вместимостью 700 тыс. мест. Было построено много крупных, комфортабельных гостиниц. Одной из самых больших гостиниц России является гостиничный комплекс «Измайлово», рассчитанный на 10 тыс. мест.[2], с.12-13.

* 1. Основные понятия и классификация в области гостиничного хозяйства

В данном параграфе показаны системы классификации гостиниц: по месту расположения, по уровню и ассортименту услуг, в зависимости от назначения.

Гостиничная индустрия как вид экономической деятельности включает предоставление услуг и организацию краткосрочного проживания в гостиницах, мотелях, кемпингах, пансионатах и в других средствах размещения за вознаграждение. [10], с.9-8.

Главная функция гостиничного предприятия – предоставление временного жилья за денежное вознаграждение.

Основные понятия и определения в области гостиничного хозяйства даны в нормативных документах и стандартных требованиях.

В соответствии с ГОСТ Р 50645 – 94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц» под *гостиницей* понимается предприятие, предназначенное для временного проживания. Допустимое минимальное число номеров в гостиницах – не менее 10.

В другом нормативном документе – “Правила предоставления гостиничных услуг в РФ”, утвержденных постановлением Правительства РФ №490 от 25.04.97, даются следующие определения:

*гостиница* – имущественный комплекс (здание, часть здания, оборудование и иное имущество), предназначенный для предоставления услуг;

*Номер* – помещение, состоящее из одного или нескольких мест, оборудованное в соответствии с требованиями, предъявляемыми к гостинице данной категории;

*Койко-место* – площадь с кроватью, предназначенная для пользования одним человеком;

*потребитель* – гражданин, имеющий намерение заказать либо заказывающий и использующий услуги исключительно для личных (бытовых) нужд;

*исполнитель* – организациянезависимо от формы собственности, а также индивидуальный предприниматель, оказывающие услуги потребителям по возмездному договору.

В нормативном документе в соответствии с ГОСТ Р 51185 – 98 “Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования” (введен в действие с 1 января 1999г.) применены следующие термины с соответствующими определениями:

*Средства размещения туристов* – любой объект, предназначенный для временного проживания туристов (гостиница, турбаза, площадка для кемпинга и др.).

*Турист* – гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях (без занятия оплачиваемой деятельностью) в период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной ночевки. [3], с.10-14.

Гостиницы характеризуются следующими признаками:

состоят из номеров, число которых превышает определенный минимум, имеют единое руководство;

предоставляют разнообразные гостиничные услуги;

сгруппированы в категории и классы в соответствии с предоставляемыми услугами, имеющимся оборудованием и стандартом страны.

Гостиничные предприятия различаются по вместимости, числу мест для проживания и числу номеров.

Гостиничные предприятия классифицируются в зависимости от расположения, набора предоставляемых услуг и уровня предлагаемого обслуживания.

Центральные гостиницы

Все центральные гостиницы, благодаря своему местоположению в центре города, удобны для приезжающих, как по делам, так и для развлечения. Они могут быть фешенебельными, средними, экономичными, апартаментными и использоваться как для кратковременного, так и для долговременного проживания. Центральные гостинцы предлагают самые разнообразные условия проживания и услуги. Фешенебельные гостиницы отличаются не только шикарным интерьером, но и прекрасным обслуживанием: консьержи в вестибюле и на этажах, салон красоты, спортзал, плавательный бассейн, теннисный корт, билетная касса, агентство по прокату автомашин и т.д. Предлагается обслуживание в номерах не только официантом, но и секретарем, персональным врачом, медсестрой, пользование в номерах компьютером, факсом и т.д. Обычно при отеле имеется фирменный ресторан, кафе, бар, холлы для отдыха, конференц-зал, танцзал, а иногда и помещение для ночных увеселений.

Курортные гостиницы

В конце XIX в. в курортных местах стали строиться гостиницы, предназначенные для обустройства отдыхающих, прибывших туда по железной дороге. Курортная гостиница может иметь от 100 до 500 номеров, обычно отдалена от города и располагается вблизи водоемов, в живописных местах; предлагает полный набор услуг, имеет много спортивных сооружений, детских площадок; цены – выше среднего, ориентированы на различные категории туристов.

Гостиницы при аэропортах

Для многих гостиниц при аэропортах характерна высокая заполняемость, поскольку через крупные аэропорты проходит множество пассажиров: путешествующих по делам и отдыхающих, одиночек и в составе групп. Одни останавливаются в этих гостиницах потому, что прибыли или отправляются очень поздним или ранним рейсом, другие из-за того, что делают в этом аэропорту пересадку.

Аэровокзальные гостиницы, обычно имеющие от 200 до 600 номеров, относятся к категории полносервисных. Постоянно имея дело с гостями, многие из которых с трудом подстраиваются под иной временной пояс, они вынуждены продлевать время работы ресторана и обслуживания в номерах, зачастую работая круглосуточно. В более дешевых гостиницах эти функции часто выполняют торговые автоматы.[14], с.129-131, с.137-138.

Отели и мотели на автостраде

Предназначены для туристов, путешествующих на автотранспорте. Может иметь от 150 до 400 номеров, располагается вблизи автотрасс, имеет небольшой штат персонала и предполагает невысокие цены при современных хорошо оборудованных номерах. Без услуг питания. [10], с.10.

Отели с полным диапазоном обслуживания

Отели с полным диапазоном обслуживания предлагают широкий ассортимент услуг, удобств и комфорта, включая те, что обычно упоминаются при характеристике фешенебельных отелей: множество торговых точек для обслуживания формальных и неформальных встреч (рестораны, кафе, бары, комнаты отдыха), банкетные залы, конференц-залы. Для удобства деловых людей там есть бизнес-центр, факс, компьютерный модем и т.д. [14], с.139.

По уровню, ассортименту и стоимости услуг гостиничные предприятия делятся на несколько типов:

Дешевые отели или отели с ограниченным сервисом, которые предлагают минимум услуг. При этом предприятия питания при них могут быть, а могут и отсутствовать.

Экономичные и бюджетные гостиницы

Отель экономического класса может быть небольшим, с числом номеров от 10 до 150. Располагается в черте города, имеет небольшой штат персонала, хорошо оборудованный номерной фонд, но не предоставляет услуг питания. Это позволило администрации снизить стоимость места в номере на 30% по сравнению с полносервисными отелями. Средняя цена в этих заведениях колеблется от $30 до $50 за сутки. Потребителями являются, как правило, бизнесмены, индивидуальные туристы.

Апартаментные отели длительного проживания

Апарт-отель имеет обычно от 100 до 400 номеров с условиями, аналогичными меблированным комнатам. Цены варьируются в зависимости от сезона и условий размещения. Ориентирован на бизнесменов или туристов, останавливающихся на длительный срок. Апартаментные отели обычно предоставляют за ту же цену на 25% больше жилой площади, чем обычные отели того же ценового диапазона. Дополнительная площадь, как правило, бывает в виде гостиной и небольшой кухни с кладовкой для продуктов. В настоящее время имеется почти 1000 заведений с повышенным сроком пребывания. Многие из таких заведений имеют собственные бизнес-центры и другие структуры, например, магазины, прачечную или сухую чистку. [10], с.9-10, [14], с.141-142.

Отели «люкс» обладают фешенебельным декором, оснащены высококачественной мебелью, хорошо оборудованными общественными помещениями должны быть обеспечены большим количеством персонала по отношению к числу номеров.

Отели «люкс» на 100-400 номеров, располагается, как правило, в центре города и представляет элитарные условия проживания руководителям самого высокого уровня за очень высокую цену.

Отель высокого класса имеет от 400 до 2000 номеров, располагается в пределах города и предлагает широкий набор услуг, предоставляемых обученным персоналом, бизнесменам, участникам конференций, индивидуальным туристам; он оснащен дорогой мебелью и оборудованием. Цена проживания – выше средней.

Таймшер – от 50 до 250 номеров, возможны отдельные строения. Имеет номера квартирного типа и условия, аналогичные курортным гостиницам. Отдельные квартиры проданы индивидуальным владельцам, однако полная собственность контролируется компанией управления.

Цена таймшера зависит от особенностей сезона, а также времени пребывания. Владелец номера имеет возможность пользоваться недвижимостью на протяжении определенного времени. Обычно «собственность» приобретается на срок от 10 лет до бессрочного пользования. [10], с.10-11.

Плавучие отели – это сплав средства, оборудованные под гостиницы, для размещения и отдыха туристов у берега моря, реки или озера. При необходимости такая гостиница может быть отбуксирована по воде вместе с туристами к другой стоянке.

Среди перечисленных гостиниц особое место занимают следующие:

кемпинг **–** лагерь дляавтотуристов, расположенный в загородной местности, оснащенный летними домиками или палатками;

ротель – передвижная гостиница, представляющая собой вагон с одно-, двухместными номерами. В дневное время туристы знакомятся с различными и их достопримечательностями, а ночуют в поезде;

ботель – небольшая гостиница на воде (неплавающая), в качестве которой может использоваться соответствующим образом оборудованное судно;

флотель – плавающая гостиница, представляющая собой специально оборудованное судно; туристам предоставляются комфортабельные номера-каюты, услуги активного отдыха, залы для переговоров, конференций, конгрессов, средства связи, многочисленные бары и рестораны. [9].

Международная классификация гостиниц

Кроме перечисленных выше классификаций гостиниц в разных странах используют и другие системы их классификаций. На сегодняшний день их существует более тридцати.

Введению единой классификации в мире препятствует ряд факторов, связанных с культурно-историческим развитием государств, осуществляющих туристскую деятельность, их национальными особенностями, различиями в критериях оценки качества обслуживания.

Самыми распространенными классификациями являются:

*система звезд,* применяемая во Франции, Австрии, Венгрии, Египте, России и ряде других стран, участвующих в международном туристском обмене;

*система букв,* используемая в Греции;

*система «корон»* или *«ключей»*, характерная для Великобритании;

*система разрядов* и др.

Наиболее распространенной является классификация, в соответствии с которой все гостиницы в зависимости от комфортабельности делятся на категории, условно обозначаемые звездами.

Гостиницы высших категорий – четырех- и пятизвездочные – имеют более просторные номера, высококачественную мебель и оборудование, а также больший набор предоставляемых услуг, чем в гостиницах двух- и трехзвездочных категорий.

В Греции пользуется популярностью буквенная система классификации, хотя на фасадах отелей можно увидеть и привычные звезды. Все греческие гостиницы делятся на четыре категории: A, B, C, D. Гостиницы категории A соответствуют четырехзвездному уровню, B – трехзвездному, C – двухзвездному.

Гостиницам высшей категории в Греции нередко присуждается категория «de Luxe».

Классификация английских гостиниц достаточно сложна. Как правило, на фасаде отелей изображены не звезды, а короны. Что бы перевести категорию гостиницы с «языка корон» «на звездный», необходимо от общего числа корон отнять одну.

Классификация итальянских гостиниц достаточно запутанная, официальной «звездной» шкалы в стране нет. Гостиничная база Италии представлена 40 тыс. гостиниц, разбросанных по всей стране. Согласно принятым в Италии нормам, гостиницы дифференцируются по трем категориям:

*первую категорию* условно можно отнести к четырехзвездной; *вторую* категорию – к трехзвездной; *третью* – к двухзвездной.

К наиболее отличительным особенностям итальянских гостиниц следует отнести их небольшие размеры (50 – 80 номеров). [10], с.16-18.

В отличие от других стран в США нет официальной, утвержденной правительством классификации гостиниц. Однако на практике классификация существует. Так, American Automobile Association (ААА, Автомобильная ассоциация Америки) делит отели по так называемым «бриллиантам»,

* отели категории «Один бриллиант» имеют простое оформление здания со стороны основной дороги и самые необходимые условия для проживания;
* отели категории «Два бриллианта» имеют среднее по качеству оформление здания со стороны основной дороги, некоторое оформление ландшафта и гораздо более богатый внутренний интерьер помещений;
* отели категории «Три бриллианта» отличаются от двух предыдущих более высоким классом обслуживания и комфорта;
* отели категории «Четыре бриллианта» имеют отличное оформление здания со стороны основной дороги и уровень услуг такого качества, что они предоставляются гостю раньше, чем он о них попросит;
* отели категории «Пять бриллиантов» отличаются максимально высоким уровнем обслуживания, комфорта и ассортиментом услуг, предоставляемых гостям. [14], с.125-126.

Классификация гостиниц в Российской Федерации

В Российской Федерации гостиницы и мотели классифицируются по категориям ГОСТ Р 50645 – 94.

Категории соответствуют звездам, число которых увеличивается с повышением уровня обслуживания. Гостиницы классифицируются по пяти категориям, мотели – по четырем.

Категории обозначены символом \* – звезда. Высшую категории гостиницы обозначают – \*\*\*\*\* , низшую – \*, высшую категорию мотеля – \*\*\*\*.

При сертификации гостиницы для присвоения ей определенной категории учитывают требования, предъявляемые:

к зданию и прилегающей к нему территории; техническому оборудованию; номерному фонду; оснащению мебелью; предметам санитарно-технического оснащения номера; общественным помещениям; помещениям для предоставления услуг питания, номенклатуре и качеству предоставляемых услуг; персоналу и его подготовке; уровню его обслуживания. [10], с.18.

Сегодня при желании турист может отправиться практически в любую точку земного шара и найти отель, наиболее подходящий для него по цене, назначению, стилю, оформлению и т.п.

Таким образом, для каждой страны характерна своя квалификация гостиниц и гостиницы, относящиеся к одной категории, но расположенные в разных странах, имеют существенные различия.

**Глава 2. Анализ развития гостиничного хозяйства в Российской Федерации**

В данной главе нами было проведено исследование состояния гостиничного семи регионов РФ (Московская область, Алтайский край, Кабардино-Балкарская республика, Приморский край, Свердловская область, Республика Татарстан и Калининградская область).

**2.1. Специфика гостиничного рынка Калининградской области**

Главными достопримечательностями Калининградской области являются Собор (14-16 вв.), известный тем, что в одном из залов находится могила Иммануила Канта, Музей янтаря, ботанический сад, зоопарк. В Калининграде расположен самый старый Университет России, основанный еще в 1544.

В Калининградской области расположено 80 средств размещения, из них 72 (90%) гостиничных предприятий (гостиницы, мотели, кемпинги) и 8 (10%) коллективных средств размещения (пансионаты, санатории, дома отдыха, базы отдыха, турбазы и пр.). Общий номерной фонд насчитывает около 3 тыс. номеров.

Часть средств размещения Калининградской области (около 28%) были возведены в период с 1960 до 1985 года, около 8% - до 1960 года, а в период с 1998 до 2004 гг. начали функционировать еще 34% гостиничных предприятий.

В 2004-2006 гг. объем гостиничного рынка региона увеличился за счет ввода в эксплуатацию таких гостиниц, как Россия (121 номер), Фалке Резорт (59 номеров), Русский стиль (16 номеров), Лазурный берег (6 номеров) и пр.

Большая часть всех средств размещения (75%) расположены на западе региона (Балтийск, Светлогорск, Зеленоградск, Калининград), около 6%, располагается на востоке области (Черняховск, Нестеров).

Уровень развития гостиничного хозяйства области находится на высоком уровне. Но так же в регионе есть гостиницы не соответствующие своему разряду.

Потенциальные клиенты гостиничных предприятий Калининградской области – это приезжающие в регион индивидуальные туристы и местные отдыхающие (в основном в санаториях и базах отдыха). Как правило, категорию индивидуальных гостей составляют люди в возрасте от 10 до 50 лет.

Среднегодовая загрузка отелей области – от 50 до 60%. В летний период загрузка увеличивается до 70-80%. Зимой заполняемость гостиниц составляет около 40-45%.

Большинство гостиничных предприятий Калининградской области предоставляют такие дополнительные услуги, как несколько точек питания (ресторан, кафе, бар, столовая), баня и/или сауна, бильярд (более 60% всех средств размещения), тренажерный зал и/или спортзал, прокат спортивного развлекательного инвентаря (более 58%), бассейн (более 25%), лечебные услуги (50%) и конференц-услуги (более 64%). В некоторых гостиницах так же есть теннисный корт, казино, ночной клуб и т.д. [8].

Стоимость размещения в гостиницах и прочих средствах размещения области зависит от уровня сервиса (но не всегда в дорогих гостиницах высокий уровень обслуживания).

**2.2. Анализ гостиничного рынка Московской области**

Московская область - один из наиболее привлекательных и перспективных для туризма регионов России, здесь сосредоточено более 20% всех туристических ресурсов страны, включая природные, историко-культурные и пр. В области 22 старинных исторических города - Сергиев Посад, Коломна, Звенигород, Можайск, Дмитров, Серпухов и другие, а также более 60 музеев, картинных галерей и выставочных залов - “Архангельское”, “Абрамцево”, “Мелихово”, “Мураново” и т.д.

К факторам, положительно влияющим на развитие туристического и гостиничного бизнеса в Подмосковье, можно также отнести неплохо развитую дорожно-транспортную сеть, наличие трех международных аэропортов, а также собственно Москвы с ее жителями, обладающими высоким платежным потенциалом.

По официальным данным, в Московской области расположено 685 средств размещения, из них 161 (23%) гостиничное предприятие (гостиницы, мотели, кемпинги) и 524 (77%) коллективных средства размещения (пансионаты, санатории, дома отдыха, базы отдыха, турбазы, детские лагеря и пр.). Общий номерной фонд насчитывает более 45 тыс. номеров - более 70 тыс. мест.

Основная часть средств размещения Подмосковья (около 50%) были возведены в период с 1960 до 1980 года, около 15% - до 1960 года, а в период с 1998 до 2004 гг. начали функционировать еще 17% гостиничных предприятий. В 80-90-х годах начался длительный процесс упадка и деградации гостиничного хозяйства Московской области, что привело к разрушению более трети всего номерного фонда. На сегодняшний день в заброшенном состоянии пребывает около 300 гостиничных предприятий и прочих средств размещения Подмосковья.

В 2005-2006 гг. объем гостиничного рынка Московского региона увеличился за счет ввода в эксплуатацию таких отелей, как Foresta Tropicana (230 номеров), “Фиеста-Парк” (165 мест), “Империал Парк Отель & SPA” (139 номеров), “Планерное” (157 номеров) и пр. В 2006 г. были открыты гостиницы Arthurs SPA-Hotel (июнь 2006 г., 124 номера), Orange Club Hotel Istra (ноябрь 2006 г., 192 номера), Foresta Festival Park (июнь 2006 г., 180 номеров), курортного комплекса “Царьград Спас-Тешилово” (III квартал 2006 г., 108 номеров и 24 коттеджа), третьего корпуса “Атлас Парк-отеля” (июнь 2006 г.), дома отдыха “Дружба” (уже принимает первых гостей, но еще достраивает инфраструктуру, 42 апартамента) и пр.[6].

Около половины всех средств размещения Подмосковья расположено на западе и северо-западе региона (Красногорский, Истринский, Солнечногорский, Одинцовский и пр. районы), также значительная часть (около 20%) располагается на юге области (Домодедовский, Подольский, Ленинский и пр. районы). Оценивая удаленность гостиничных предприятий от Москвы, можно отметить их группирование вокруг мегаполиса: более половины всех средств размещения области находятся на расстоянии не более 30 км от столицы.

Несмотря на значительное количество средств размещения, уровень развития гостиничного хозяйства Подмосковья остается на довольно низком уровне. И это касается, в первую очередь, уровня сервиса. Достаточно высокое качество услуг обеспечивают гостиницы, управляемые международными операторами - Le Meridien Moscow Country Club (оператор Starwood Hotels & Resorts), Holiday Inn Moscow Vinogradovo (InterСontinental Hotels Group), “Novotel Шереметьево” (Accor Group).

Вместе с тем, в последние годы на гостиничном рынке Московской области начали появляться и национальные компании, управляющие гостиничными предприятиями на профессиональном уровне - “РосЕвроОтель” (Дачные отели “Истра Holiday” и “Лада Holiday”), Heliopark Hotel Management (отели “Гелиопарк Талассо Клуб” и “Гелиопарк Кантри Резорт”), “Марко Поло Отель Менеджмент” (гостиницы Foresta Tropicana и Foresta Festival Park), сеть “Президент-отель” (отель “Планерное”), Orange Ring Hotel Management (отели Orange Club Hotel Istra и Arthurs SPA-Hotel), сеть Douglas Hotel (отель “Дуглас”).

Анализируя потенциальных клиентов гостиничных предприятий Подмосковья, в первую очередь, следует отметить гостей, приезжающих в регион для участия в различных корпоративных мероприятиях - конференциях, семинарах, тренингах и т.д. Вторая группа гостей - индивидуальные туристы. Их можно разделить на две подгруппы: гости, приехавшие отдохнуть или поправить состояние здоровья (в основном, это семейный отдых), а также клиенты, приехавшие группой отметить какой-либо праздник - день рождение, свадьбу, Новый год и пр. Как правило, категорию индивидуальных гостей в подмосковных средствах размещения составляют люди в возрасте от 20 до 50 лет, имеющие достаток средний и выше среднего, проживающие в Москве либо в Московской области.

Среднегодовая загрузка отелей Подмосковья - до 70%. Естественно, летний период - это высокий сезон, он начинается в первой декаде июня и заканчивается с приходом сентября. В это время загрузка увеличивается до 80-90%. Зимой заполняемость гостиниц составляет около 70%, а в межсезонье - 60%. Как правило, в выходные дни загрузка отелей увеличивается в среднем на 20-30% по сравнению с буднями.

Большинство гостиничных предприятий Московской области предоставляют такие дополнительные услуги, как несколько точек питания (ресторан, кафе, бар, столовая), баня и/или сауна, бильярд (более 80% всех средств размещения), тренажерный зал и/или спортзал, прокат спортивного развлекательного инвентаря (более 70%), бассейн (более 60%), лечебные услуги и конференц-услуги (более 50%).

Следует отметить, что особым спросом в гостиничных предприятиях Подмосковья пользуются конференц-услуги, особенно в будни. Стоимость аренды конференц-залов и комнат для переговоров составляет от 20 у.е. до 300 у.е. в час в зависимости от площади, оборудования и комфортабельности. Как правило, конференц-залы предоставляются вместе с прочими конференц-услугами (аренда оборудования, кофе-брейки и пр.), т.е. в составе конференц-пакетов. Также распространена практика минимального времени аренды конференц-залов - как правило, оно составляет от 3 до 4 часов.

Анализируя стоимость размещения в гостиницах и прочих средствах размещения Подмосковья, можно говорить о значительном разбросе цен. Например, цены на двухместные номера составляют в среднем 50-200 у.е., при этом минимальная цена - 10 у.е. (дом отдыха “Непецино”). Цены на коттеджи составляют от 20 у.е. (дом отдыха “Ершово”), но в среднем колеблются от 180 до 550 у.е. (Дачные отели “Истра Holiday”, дома отдыха “Бисерово”, “Покровское” и пр.). Цены на номера категории “люкс” находятся в диапазоне от 90 у.е. до 440 у.е. Максимальные цены на “люкс”, а также на апартаменты установлены в отелях Holiday Inn Виноградово (730 у.е.), “Империал Парк-отель” (1500 у.е.), Le Meridien Moscow Country Club (1600 у.е.).[6].

Рассматривая недавно открывшиеся отели с профессиональной командой управленцев, можно выделить следующие ценовые сегменты:

средний - отели Heliopark Talasso Club и Heliopark Country Resort (стандартный номер в пределах 35-90 у.е.), “Атлас Парк-отель” (50-100 у.е.), Foresta Tropicana (70-105 у.е.) и пр.;

выше среднего - “Планерное” (стандартный номер 110 у.е.), пансионат “Акварели” (78-130 у.е.), Дачные отели “Истра Holiday” (150 у.е.) и пр.;

высокий - “Империал Парк-отель” (стандартный номер 240 у.е.), “Holiday Inn Виноградово” (290 у.е.), Le Meridien Moscow Country Club (300 у.е.).

Стоимость проживания в выходные, как правило, выше стоимости номеров в будни на величину от 10-15% до 70-90%. Стоимость проживания в высокий сезон выше в среднем на 15% от стоимости в низкий сезон. Зависимости цены от удаленности от Москвы практически нет. В основном все средства размещения предоставляют скидки для детей в размере от 10 до 50%.

Наиболее востребованы на рынке двухместные номера, стоимостью до 20 у.е. Одноместные номера составляют около четверти всего номерного фонда региона, двухместные - около 80%.

Наибольший спрос отмечен на размещение с 3-разовым питанием (пансионаты, санатории и дома отдыха), но не менее значительную долю спроса составляет 2-разовое питание, а также только завтраки (в основном, гостиницы и мотели).

Продолжительность размещения в гостиницах Подмосковья составляет, в основном, одна ночь - 30% гостей, на 2-3 ночи останавливаются 23% клиентов, на неделю - 20%.

Большинство гостиничных предприятий Подмосковья характеризируются очень малой площадью номеров. В среднем площадь одноместных номеров составляет 12 кв. м (минимальная - 9 кв. м), двухместных - 15 кв.м (минимальная 10 кв.м). При этом следует отметить, что по стандартам профессиональных гостиничных операторов площадь одноместного номера категории 2-3 звезды должна составлять в среднем 15-16 кв.м, двухместного - 17-18 кв.м.

К слабым сторонам гостиничного хозяйства Подмосковья следует отнести и то, что более половины средств размещения не имеют собственного сайта в Интернете, шестая часть гостиничных предприятий не работают с турфирмами, более 80% не принимают кредитных карт. Как правило, цены на услуги завышены и не отвечают реальному уровню сервиса. Следует отметить и такой “советский пережиток”, как различные цены для граждан РФ и иностранцев, действующие во многих средствах размещения Московской области. Разница составляют в среднем 10-15% в большую для иностранных граждан сторону, что негативно влияет на развитие въездного туризма в Московскую область. К тому же, практика двойных цен является нарушением Конституции РФ, провозглашающей равные права и обязанности российских и иностранных граждан.

Выход на рынок международных и национальных профессиональных гостиничных операторов, открытие новых гостиничных комплексов и полная реконструкция существующих, а также привлечение к управлению ими профессиональных менеджеров с рыночной ориентацией и появление на рынке здоровой конкуренции является теми первыми шагами в развитии гостиничного хозяйства Московской области, которые должны привести к становлению качественного сервиса и высокой культуры обслуживания, наряду с адекватным уровнем цен. [6].

Подводя итог всему вышесказанному, можно отметить значительные потенциальные возможности, которыми обладает подмосковный регион в плане развития туристического и связанного с ним гостиничного бизнеса. Но затяжной период деградации гостиничного хозяйства в 80-90-х годах, а также преобладающие в данный момент на рынке устаревшие методы менеджмента являются сдерживающим фактором в полноценном развитии гостиничной отрасли региона.

**2.3. Возможности гостиничного рынка Кабардино-Балкарской республики**

На Кавказе есть небольшая, но очень красивая своей природой Кабардино-Балкарская Республика. Она занимает самую высокогорную часть Главного Кавказского хребта – его северные склоны, а также часть прилегающей к нему с севера Предкавказской равнины.

Именно в Кабардино-Балкарии и находится удивительный по красоте горный край – Приэльбрусье, который располагается от западных склонов Эльбруса до бассейна реки Чегет на Востоке. Южная его граница проходит по Главному Кавказскому хребту.

Славится Приэльбрусье и живописными ущельями, расположенными на высоте 2000 м. над уровнем моря и более – Баксанское, Адыр-Су, Адыл-Су, Юсеньги, Терскол. Каждое из них по-своему уникально и отличается наличием ценных, с точки зрения туризма, природных объектов. Самое крупное из ущелий – Баксанское. Именно это ущелье является главным туристским маршрутом Кабардино-Балкарии и ведет к седовласому патриарху Кавказских гор – Эльбрусу.

По официальным данным, в республике расположено 50 средств размещения, из них 28 (56%) гостиничных предприятий (гостиницы, мотели, кемпинги) и 22 (44%) коллективных средства размещения (пансионаты, санатории, дома отдыха, базы отдыха, турбазы и пр.). Общий номерной фонд насчитывает более 3 тыс. номеров.

Часть средств размещения (около 40%) были открыты в период с 2000 до 2006 года. Это такие гостиницы как Grand Ozon (20 номеров), Ozon Cheget (23 номера), Пик Европы (11 номеров), Накра (20 номеров), Ozon Ladhaus (32 номера), Поворот (16 номеров), Эссен (45 номеров) и т.д.

Гостиницы находятся на всей территории республики, но основная часть расположена в Приэльбрусье (Накра, Хижина Визбора, Вольфрам, Иткол, Чегет, Эдельвейс).

Количество средств размещения в республике с каждым годом растет.

Среднегодовая загрузка отелей – до 70%. Высокий сезон – январь-март – 90-100%; средний – март-сентябрь – 60-70%; низкий – сентябрь-декабрь – 30-40%.

Продолжительность проживания в гостиницах республики – 7-10 дней.

Потенциальные клиенты гостиничных предприятий республики – это, приезжающие в регион индивидуальные туристы (Приэльбрусье является одним из крупнейших горнолыжных курортов России), гости, приехавшие отдохнуть или поправить состояние здоровья. Как правило, категорию индивидуальных гостей составляют люди в возрасте от 20 до 45 лет.

Большинство гостиничных предприятий Кабардино-Балкарии предоставляют такие дополнительные услуги, как несколько точек питания (ресторан, кафе, бар, столовая), баня и/или сауна, бильярд (более 80% всех средств размещения), тренажерный зал и/или спортзал, прокат спортивного развлекательного инвентаря (более 90%), бассейн (более 50%), лечебные услуги и конференц-услуги (более 60%). [5].

В Кабардино-Балкарии гостиничный бизнес устремился вслед за туристическим и сегодня показывает хорошие результаты. Небольшие частные гостиницы, разбросанные по территории республики в больших количествах, — тому доказательство. Уровень сервиса в этих гостиницах достаточно высок, об этом говорят положительные отзывы клиентов.

**2.4. Развитие гостиничного рынка республики Татарстан**

Татарстан расположен в центре Российской Федерации на Восточно-Европейской равнине, в месте слияния двух крупнейших рек — Волги и Камы. Казань находится на расстоянии 797 км к востоку от Москвы. Главные достопримечательности Татарстана: город Казань, Казанский Кремль, улица Баумана в Казани, Раифский монастырь, Остров-Град Свияжск, город Елабуга, древний город Болгары, древний город Билярск, Петропавловский собор, завод КАМАЗ в Набережных Челнах и другие.

В республике Татарстан расположено 50 средств размещения, из них 43 (86%) гостиничных предприятий (гостиницы, мотели, кемпинги) и 7 (14%) коллективных средств размещения (пансионаты, санатории, дома отдыха, базы отдыха, турбазы и пр.). Общий номерной фонд насчитывает около 3 тыс. номеров.

Часть средств размещения республики (около 43%) были возведены в период с 1960 до 1985 года, около 11% - до 1960 года, а в период с 1998 до 2004 гг. начали функционировать еще 14% гостиничных предприятий.

В 2004-2006 гг. объем гостиничного рынка региона увеличился за счет ввода в эксплуатацию таких гостиниц, как Мираж (159 номеров), Сулейман Палас (91 номер), Дербышки (30 номеров), Фатима (39 номеров). [11].

Большая часть всех средств размещения (52%) расположены на северо-западе региона (Казань, Зеленодольск), около 20 %, располагается на востоке республики (Набережные челны).

Уровень развития гостиничного хозяйства в республике находится на достаточно высоком уровне (положительные отзывы клиентов таких гостиниц как Татарстан, Фатима, Парадиз, Джузеппе).

Потенциальные клиенты гостиничных предприятий – это, в первую очередь, приезжающие в регион индивидуальные туристы. Их можно разделить на две подгруппы: гости, приехавшие отдохнуть (в основном, это семейный отдых), а также клиенты, приехавшие группой отметить какой-либо праздник. Как правило, категорию индивидуальных гостей составляют люди в возрасте от 10 до 50 лет.

Среднегодовая загрузка отелей республики – от 50 до 70%. Естественно, летний период - это высокий сезон, он начинается в первой декаде июня и заканчивается с приходом сентября. В это время загрузка увеличивается до 80-90%. Зимой заполняемость гостиниц составляет около 48%.

Большинство гостиничных предприятий Татарстана предоставляют такие дополнительные услуги, как несколько точек питания (ресторан, кафе, бар, столовая), баня и/или сауна, бильярд (более 75% всех средств размещения), тренажерный зал и/или спортзал, прокат спортивного развлекательного инвентаря (более 45%), бассейн (более 63%), лечебные услуги (50%) и конференц-услуги (более 47%). Так же многие гостиницы республики осуществляют безналичный расчет.

Продолжительность размещения в гостиницах республики составляет: тур выходного дня (2-3 дня) – 37%, на 7-10 дней – 52%. [8].

К слабым сторонам гостиничного хозяйства следует отнести и то, что более половины средств размещения не имеют собственного сайта в Интернете.

**2.5. Развитие гостиничного рынка республики Татарстан**

В Свердловской области расположено 111 средств размещения, из них 84 (75%) гостиничных предприятий (гостиницы, мотели, кемпинги) и 27 (24%) коллективных средств размещения (пансионаты, санатории, дома отдыха, базы отдыха, турбазы и пр.). Общий номерной фонд насчитывает более 5,5 тыс. номеров.

Часть средств размещения Свердловской области (около 35%) были возведены в период с 1960 до 1985 года, около 13% - до 1960 года (Обуховский санаторий был открыт в 1858г.), а в период с 1998 до 2004 гг. начали функционировать еще 26% гостиничных предприятий.

В 2004-2006 гг. объем гостиничного рынка региона увеличился за счет ввода в эксплуатацию таких гостиниц, как ABC-Отель (120 номеров), Сенатор (33 номера), Хутор Сааремаа (8 номеров), Четыре сезона (4 номера), Tea Rose (7 номеров), Малая медведица (6 номеров) и т.д.

Основная часть всех средств размещения (73%) расположены на юге региона (Екатеринбург, Асбест, Первоуральск), около 17%, располагается на западе края (Нижний Тагил).

Уровень развития гостиничного хозяйства Свердловской области находится на среднем уровне. Но в некоторых гостиницах уровень сервиса не достаточно высок (по отзывам клиентов).

В Свердловской области есть гостиницы управляемые международными операторами (PARK INN).

Потенциальные клиенты гостиничных предприятий Свердловской области – это приезжающие в регион индивидуальные и местные туристы. Их можно разделить на две подгруппы: гости, приехавшие отдохнуть или поправить состояние здоровья (в основном, это семейный отдых), а также клиенты, приехавшие группой отметить какой-либо праздник. Как правило, категорию индивидуальных гостей составляют люди в возрасте от 13 до 50 лет.

В гостиницах области так же останавливаются туристы, приезжающие в регион для участия в различных корпоративных мероприятиях - конференциях, семинарах, тренингах.

Среднегодовая загрузка отелей области– от 55 до 70%. Естественно, летний период - это высокий сезон, он начинается в первой декаде июня и заканчивается с приходом сентября. В это время загрузка увеличивается до 80-90%. Зимой заполняемость гостиниц составляет около 40%.

Большинство гостиничных предприятий Свердловской области предоставляют такие дополнительные услуги, как несколько точек питания (ресторан, кафе, бар, столовая), баня и/или сауна, бильярд (более 76% всех средств размещения), тренажерный зал и/или спортзал, прокат спортивного развлекательного инвентаря (более 60%), бассейн (более 46%), лечебные услуги (50%) и конференц-услуги (более 53%). Так же есть гостиницы для некурящих и гостиницы, в которых разрешено проживание вместе с животными. Гостиницы осуществляют безналичный расчет.

Стоимость размещения в гостиницах и прочих средствах размещения области не всегда соответствует уровню обслуживания.

Продолжительность размещения в гостиницах региона составляет: 2-3 дня –65%, на 7-10 дней –30%. [8].

К слабым сторонам гостиничного хозяйства следует отнести и то, что более половины средств размещения не имеют собственного сайта в Интернете, шестая часть гостиничных предприятий не работают с турфирмами.

**2.6. Особенности гостиничного рынка Алтайского края**

Единственным в России регионом, на территории которого можно провести спортивное путешествие по любому классификационному виду туризма от первой до шестой (высшей) категории сложности, является Алтай. Алтай располагает значительными природными ресурсами, наличием уникальных исторических и археологических памятников для организации отдыха и туризма.

В Алтайском крае расположено 58 средств размещения, из них 30 (51%) гостиничных предприятий (гостиницы, мотели, кемпинги) и 28 (48%) коллективных средств размещения (пансионаты, санатории, дома отдыха, базы отдыха, турбазы и пр.). Общий номерной фонд насчитывает более 4 тыс. номеров.

Основная часть средств размещения Алтайского края (около 50%) были возведены в период с 1960 до 1985 года, около 15% - до 1960 года, а в период с 1998 до 2004 гг. начали функционировать еще 17% гостиничных предприятий.

В 2004-2006 гг. объем гостиничного рынка региона увеличился за счет ввода в эксплуатацию таких гостиниц, как Беловодье (49 номеров), Транзит (5 номеров), Уют (16 номеров), Энергетик (13 номеров), Русь (40 номеров), Лесная (11 номеров).

Большая часть всех средств размещения (73%) расположены на севере и северо-востоке региона (Барнаул, Бийск, Белокуриха), около 20 %, располагается на юге и юго-западе края (Рубцовск, Славгород, Заринск).

Уровень развития гостиничного хозяйства Алтайского края находится на довольно низком уровне. И это касается, в первую очередь, уровня сервиса.

На гостиничном рынке Алтайского края отсутствуют гостиницы, управляемые международными операторами.

Потенциальные клиенты гостиничных предприятий Алтайского края – это, в первую очередь, приезжающие в регион индивидуальные туристы. Их можно разделить на две подгруппы: гости, приехавшие отдохнуть или поправить состояние здоровья (в основном, это семейный отдых), а также клиенты, приехавшие группой отметить какой-либо праздник. Как правило, категорию индивидуальных гостей составляют люди в возрасте от 10 до 50 лет.

Среднегодовая загрузка отелей Алтая – от 55 до 70%. Естественно, летний период - это высокий сезон, он начинается в первой декаде июня и заканчивается с приходом сентября. В это время загрузка увеличивается до 80-90%. Зимой заполняемость гостиниц составляет около 40%, а в межсезонье - 30%. Как правило, в выходные и праздничные дни загрузка отелей увеличивается в среднем на 10-20% по сравнению с буднями.

Большинство гостиничных предприятий Алтайского края предоставляют такие дополнительные услуги, как несколько точек питания (ресторан, кафе, бар, столовая), баня и/или сауна, бильярд (более 70% всех средств размещения), тренажерный зал и/или спортзал, прокат спортивного развлекательного инвентаря (более 30%), бассейн (более 25%), лечебные услуги (50%) и конференц-услуги (более 30%).

Анализируя стоимость размещения в гостиницах и прочих средствах размещения Алтая, можно говорить о значительном разбросе и о завышении цен (основная жалоба клиентов).

Продолжительность размещения в гостиницах Алтая составляет: тур выходного дня (2 дня) – 40%, на 7-10 дней – 60%. [1].

К слабым сторонам гостиничного хозяйства следует отнести и то, что более половины средств размещения не имеют собственного сайта в Интернете, шестая часть гостиничных предприятий не работают с турфирмами, более 50% не принимают кредитных карт. Как правило, цены на услуги завышены и не отвечают реальному уровню сервиса. Многие гостиницы не реставрировались с момента их постройки.

**2.7. Специфика гостиничного рынка Приморского края**

Приморье. Самый юго-восточный район России.

Одним из основных видов туризма Приморья является морской. Это: круизы на яхтах и катерах вдоль побережья и островов Японского моря; активный отдых на пляжах залива Петра Великого и островов. Подводный туризм по живописным подводным ландшафтам с маской и аквалангом и фотоохота являются наиболее привлекательными для туристов, особенно из континентальных районов.

Приморский край располагает значительными возможностями для развития водного туризма на своих многочисленных реках, с мая по сентябрь пригодных для сплава туристов, даже не имеющих специальной подготовки.В Приморье действует единственный морской заповедник в стране, организованный в 1978 г.

В Приморском крае расположено 60 средств размещения, из них 41 (68%) гостиничное предприятие (гостиницы, мотели, кемпинги) и 19 (31%) коллективных средств размещения (пансионаты, санатории, дома отдыха, базы отдыха, турбазы и пр.). Общий номерной фонд насчитывает около 4 тыс. номеров, более 5 тыс. мест.

Основная часть средств размещения Приморского края (около 40%) были возведены в период с 1960 до 1990 года, около 12% - до 1960 года, а в период с 1998 до 2004 гг. начали функционировать еще 23% гостиничных предприятий.

В 2004-2006 гг. объем гостиничного рынка региона увеличился за счет ввода в эксплуатацию таких гостиниц, как Островок (50 номеров), Стори (20 номеров), и т.д.

Большая часть всех средств размещения (65%) расположены на юге и юго-востоке региона (Владивосток, Находка, Артем).

На гостиничном рынке Приморского края есть и гостиницы, управляемые международными операторами (Влад Инн, Влад Мотор Инн).

Потенциальные клиенты гостиничных предприятий края – это, приезжающие в регион индивидуальные туристы. Их можно разделить на две подгруппы: гости, приехавшие отдохнуть или поправить состояние здоровья (в основном, это семейный отдых), а также клиенты, приехавшие группой отметить какой-либо праздник. Как правило, категорию индивидуальных гостей составляют люди в возрасте от 20 до 50 лет.

Среднегодовая загрузка отелей Приморского края – от 50 до 75%. Естественно, летний период - это высокий сезон, он начинается в первой декаде июня и заканчивается с приходом октября. В это время загрузка увеличивается до 80-85%. Зимой заполняемость гостиниц составляет около 40%, а в межсезонье - 30%. В крае есть гостиницы, работающие только в летний сезон (с мая по октябрь).

Большинство гостиничных предприятий Приморского края предоставляют такие дополнительные услуги, как несколько точек питания (ресторан, кафе, бар, столовая), баня и/или сауна, бильярд (более 70% всех средств размещения), тренажерный зал и/или спортзал, прокат спортивного развлекательного инвентаря (более 35%), бассейн (более 30%), лечебные услуги (40%) и конференц-услуги (более 45%).

Анализируя стоимость размещения в гостиницах и прочих средствах размещения края, можно говорить о значительном разбросе цен.

Продолжительность размещения в гостиницах края составляет: 2-3 дня – 55%, на 7-10 дней – 45%. [8].

К слабым сторонам гостиничного хозяйства следует отнести и то, что около половины средств размещения не имеют собственного сайта в Интернете, шестая часть гостиничных предприятий не работают с турфирмами, более 50% не принимают кредитных карт.

**2.8. Сравнительный анализ гостиничного хозяйства в регионах РФ**

В данном параграфе проводится краткий сравнительный анализ гостиничного хозяйства регионов РФ.

Рассмотрев рынок гостиничных услуг в регионах РФ, можно сделать вывод о неравномерности его развития. Это во многом зависит от экономического положения региона (Московская область является наиболее развитым регионом), его местонахождения, наличия в нем благоприятных факторов для развития туризма и гостиничного бизнеса и т.д.

Наибольшее количество средств размещения 685 расположено в Московской области, из них 161 гостиничное предприятие и 524 коллективных средств размещения. Наименьшее – в Кабардино-Балкарской республике – 50 средств размещения, 28 гостиничных предприятий и 22 коллективных средства размещения. В республике Татарстан – 50, из них 43 гостиницы; в Калининградской области – 80, 72 гостиничных предприятия, в Свердловской области – 111 средств размещения, 84 гостиницы; в Алтайском крае – 58, 30 гостиничных предприятий; в Приморском крае – 60, 41 гостиничное предприятие. Основная часть гостиниц в регионах РФ была возведена в период с 1960 по 1980 г.г. (30-50% гостиниц), кроме гостиниц в республике Кабардино-Балкария. Среднегодовая загрузка отелей составляет в среднем 60%, в высокий сезон увеличивается на 20-25%.

Основная часть гостиниц для привлечения клиентов предоставляет также дополнительные услуги, службы которых имеют собственное экскурсионное бюро, собственное автохозяйство (или арендованный транспорт), штат секретарей-референтов, а также оборудованные конференц-залы и т.д.

Служба досуга, входящая в службу дополнительных услуг, обеспечивает туристов физкультурно-оздоровительными и культурными услугами (теннисный корт, тренажерный зал, бассейн и пр.).

Большинство гостиниц предоставляют клиентам питание или тесно сотрудничают с предприятиями общественного питания, расположенными поблизости. Обычно в гостинице имеются банкетные залы, помещения для переговоров, бутики сувенирные магазины, парикмахерские и салоны красоты, мастерские по уходу за одеждой и обувью и т.д. Таким образом, отели дают возможность гостям удовлетворять многие свои потребности, не выходя из здания отеля.

Несмотря на это можно говорить о некотором сокращении спроса на дорогие виды средств размещения. Это вызвано тем, что туризм имеет массовый характер, и в нем участвуют различные социальные группы людей с разным уровнем доходов. Именно поэтому большое распространение в настоящее время получают средства размещения, не требующие крупных затрат.

Таким образом, можно говорить о достаточно высокой роли гостиничных предприятий в рамках инфраструктуры туризма, так как они жизненно необходимы для туриста.

**Заключение**

Рассмотрев развитие гостиничного рынка в РФ можно сделать вывод, что в России сегодня существуют гостиницы самого различного уровня. Многие гостиницы не уступают лучшим гостиницам мира. Однако, в целом, гостиничный бизнес в России еще недостаточно сформировался. Недостаток гостиниц 2-3 звезды сегодня не дает возможности принимать туристов с небольшими финансовыми возможностями. Сегодня помимо строительства гостиниц высокого класс идет формирование рынка обслуживания туристов в небольших частных гостиницах. Но этот процесс происходит крайне медленно, поскольку не находит государственной поддержки.

В результате проведенного исследования были получены следующие результаты. В сравнении с другими регионами РФ гостиничное хозяйство Московской области наиболее развито. В регионе наибольшее количество средств размещения и номерной фонд. Но основная часть средств размещения Подмосковья была возведена в период с 1960 по 1980 года. Большинство гостиничных предприятий характеризуются очень малой площадью номеров. Несмотря на значительное количество средств размещения, уровень развития гостиничного хозяйства Подмосковья остается на довольно низком уровне. И это касается в первую очередь уровня сервиса. Высокое качество услуг обеспечивают гостиницы, управляемые международными операторами. Но так же на гостиничном рынке Московской области начали появляться и национальные компании, управляющие гостиничными предприятиями на профессиональном уровне. Все же затяжной период деградации гостиничного хозяйства в 80-90-х годах, и преобладающие в данный момент устаревшие методы менеджмента являются сдерживающим фактором в полноценном развитии гостиничной отрасли региона.

Наименее развито гостиничное хозяйство в Кабардино-Балкарской республике. Там наименьшее количество средств размещения. Не смотря на это, гостиничный бизнес в республике устремился вверх и показывает хорошие результаты. Уровень сервиса в этих гостиницах достаточно высок, во многих соответствует европейским стандартам. Гостиничное хозяйство республики составляют небольшие частные гостиницы. Основная их часть была открыта в период с 2000 по 2006 года, т.е. более 40% гостиниц республики – новые, оснащенные современным оборудованием здания. Большая часть гостиниц расположена в горном крае – Приэльбрусье, и их среднегодовая загрузка составляет до 70%, а в высокий сезон – до 90-100%. Гостиницы Кабардино-Балкарии пользуются большой популярностью, об этом говорят многочисленные положительные отзывы клиентов на сайтах гостиниц.

**Библиографический список**

1. Алтайский край: гостиницы и отели [электронный ресурс]. – режим доступа http://www.s-hotels.ru
2. Биржаков М. Б. Введение в туризм [текст]/ М. Б. Биржаков. – М.: Невский Фонд и Олбис, 1999. –
3. Воронкова Л.П. Туризм, гостеприимство, сервис: словарь-справочник [текст]/ Л.П. Воронкова. – М.: Финансы и статистика, 2000. –
4. Все гостиницы России [электронный ресурс]. – режим доступа http://www.all-hotels.ru
5. Гостиницы Приэльбрусья [электронный ресурс]. – режим доступа http://www.prielbrusie-hotels.ru
6. Гостиничный рынок Московской области [электронный ресурс]. – режим доступа http://www.moga.ru
7. Зубков А. А. Справочник работника гостиничного хозяйства [текст]/ А. А. Зубков, С. И. Чибисов. – М.: Высшая школа, 1988.
8. Каталог отелей [электронный ресурс]. – режим доступа http://www.rha.ru
9. Катлер Ф., Боуэн Дж., Мейкинз Дж. Маркетинг: гостеприимство, туризм. Учебник (Пер. с англ.); Под ред. Р. Б. Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, 1998. –
10. Ляпина И. Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания [текст]/ И. Ю. Ляпина. – М.: Академия, 2005. – 208с.
11. Республика Татарстан: гостиницы и отели [электронный ресурс]. – режим доступа http://www.s-hotels.ru
12. Соколин В. Л. Российский статистический ежегодник. Статистический сборник [текст]/ В. Л. Соколин. – М., 2005. – 819с.
13. Стодкин А. А. Технология приема и обслуживания туристов в гостинице [текст]/А. А. Стодкин. – М.: Высшая школа по туризму и гостиничному хозяйству, 1995. –
14. Уокер Д. Введение в гостеприимство [текст]/ Д. Уокер. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2002. – 607с.
15. Ходорков Л. Ф. Мировое гостиничное хозяйство [текст]/Л. Ф. Ходорков. – М., 1991. –
16. Чудковский А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство[текст]/ А.Д. Чудковский. – М.: Тандем, 2000. – 400с.
17. Шматько Л.П. Туризм и гостиничное хозяйство [текст]/ Л.П. Шматько. – М.: Март, 2005. – 346с.

**Приложение**



Диаграмма 1. Количество средств размещения

Диаграмма 2. Номерной фонд



Диаграмма 3. Гостиницы и коллективные средства размещения