МИНИСТЕРСТВО ОБЩЕГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО

ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Санкт-Петербургская государственная инженерно-экономическая Академия

Институт туризма и гостиничного хозяйства

КУРСОВАЯ РАБОТА

Тема: ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

Студента гр.5053 Белявцева Н.В.

Руководитель ст. преподаватель кандидат эк.наук Масленникова Т.Ю.

Санкт-Петербург

1998 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

Рынок средств размещения 4

Обзор рынка гостиничных услуг Санкт-Петербурга 6

Управление гостиничным бизнесом в Санкт-Петербурге 8

Структурные изменения в гостиничном хозяйстве города 9

Список литературы 12

Приложение 1…………………………………………………………..………13

## Введение

Администрация Санкт-Петербурга считает, что городу как международному туристическому центру надо увеличить количество мест, как минимум, вдвое. Это подтверждает, статистика: по результатам прошлого года город посетило около 2,6 млн. человек - на 5,4 % больше, чем в 1996. Цели поездок были совершенно разные, так 33 % от общего числа гостей города приезжало в служебные командировки, несколько меньше по туристическим визам (27 %).

Обслуживающий персонал составлял примерно одну пятую от состава групп, посетивших Петербург. С частными целями в городе побывало около 440 тыс. человек (17 %).

Разумеется, все (или почти все) приезжие нуждались в гостиничных услугах. Однако далеко не все остались довольны качеством обслуживания, и особенно ценами в петербургских гостиницах. Как видно из приведенных выше данных, сегодня в Петербург в основном приезжают деловые люди. Обычно им нужны не роскошные апартаменты, а обыкновенная обстановка и нормальное питание.

В рамках создания эффективно работающей гостиничной инфраструктуры городские власти предусматривают не только развитие и реконструкцию действующих отелей, но и строительство новых (в том числе гостиниц низкого тарифа). Кроме того, существует программа развития специальных объектов типа town houses и hostels.

Сегодня в различной степени готовности находятся восемь проектов петербургских гостиниц. Завершение реализации только этих проектов позволит довести число мест в гостиницах первого класса до 2024, а в отелях среднего класса до 5885.

Программа развития отельного бизнеса позволила привлечь в Петербург известные международные компании: «Хилтон Интернэшнл», «Аккор», »Интерконтинентал», «Radisson – SAS» и др.

Важно и то обстоятельство, что эффективная эксплуатация гостиниц способна существенно пополнить городскую казну. Общая сумма налогов по гостиничному сектору (с учетом налога дорожного фонда), поступивших в бюджет Петербурга в прошлом году, составила $ 14,9 млн.

Подавляющая часть этой суммы – налоги гостиниц первого класса (75%). Трехзвездные отели принесли 21%, а гостиницы низкого тарифа всего лишь 4% налогов.

## Рынок средств размещения

Структуру рынка размещения определяют, наряду с предприятиями гостиничного хозяйства, так называемые нетрадиционные, или дополнительные, средства размещения, которые возникли и стремительно развиваются в течение последних 30 – 40 лет, успешно конкурируют с традиционным гостиничным хозяйством и даже создают определенную угрозу его существованию. Примерная структура рынка размещения приведена в **приложении 1.**

Основным отличительным признаком предприятий гостиничного бизнеса является то, что они предлагают полный комплекс услуг по приему, размещению, питанию гостей, обслуживанию их пребывания в гостинице.

Дополнительные средства размещения предполагают, как правило, только возможность размещения. Питание, обслуживание по пребыванию туриста (уборка номеров, дополнительные услуги) или полностью отсутствуют и обеспечиваются туристом самостоятельно или могут быть заказаны за дополнительную плату.

Существенно отличаются оба эти сектора и по форме правовых отношений с клиентом. В предприятиях гостиничного хозяйства турист является гостем, заказчиком услуг, в отношении дополнительных средств размещения турист выступает либо как собственник, либо как арендатор.

Производственные мощности сектора дополнительных средств размещения до последнего времени неуклонно увеличивались, сокращая долю гостиничного хозяйства в совокупном количестве мест. Если в 1963 г гостиничное хозяйство располагало 41 % от общего числа мест во всех средствах размещения, то в 1990 процент участия составлял всего 24 %. Более 2/3 от общего количества мест во всех средствах размещения приходится в настоящее время на дополнительные средства размещения. В Санкт-Петербурге к ним в первую очередь относятся частные квартиры и комнаты.

Быстрое развитие сектора дополнительных средств размещения Санкт-Петербурга в первую очередь обусловлено такими факторами как:

* рост благосостояния и увеличение дохода отдельных слоев общества;
* стремление граждан застраховаться от инфляционных процессов. Приобретая вторую квартиру, ее владелец стремится, получить дополнительный доход, сдавая ее, тем самым, увеличивая число потенциальных мест для размещения туристов;
* существенная разница стоимости недвижимости в центре города и на периферии;
* повышение степени мобильности общества (автомобильный бум в развитых) странах Европы;
* демократизация туристского спроса (поездки на отдых становятся доступными не только высокооплачиваемым, но и средне и малоимущим слоям населения). Первые вкладывают капитал в «туристическую» недвижимость, в дополнительные средства размещения: приобретают квартиры для отпуска, дачи, яхты, жилые вагончики – прицепы. Вторые и третьи арендуют в отпускное время по доступным ценам места в нетрадиционных средствах размещения, тем самым, с одной стороны, удовлетворяя собственные потребности в отдыхе, с другой стороны, создавая дополнительный доход владельцам лишней жилплощади;
* изменения в психологии и поведении потребителя туристских услуг. Характерные черты нового потребителя: стремление к комфорту, желание вернуться к природе, спонтанность принятия решений, индивидуализм, свободная и независимая манера отдыха, нежелание подчиниться формам проведения досуга, обстановки, одежды, выбора блюд, - стимулируют желание приобрести или снять квартиру, комнату или дачу. Нетрадиционные средства размещения способствуют гармоничному сочетанию в отпускной период готовности туриста временно интегрироваться в непривычную для него обстановку со стремлением сохранить частично и на отдыхе привычные удобства индивидуального стиля жизни;
* индивидуализация туристического спроса и углубление его сегментации также являются долговременными факторами, определяющими структурные сдвиги на рынке средств размещения, в частности процесс дифференциации предложения. Санкт-Петербург, в первую очередь, пользуется популярностью как исторический памятник и культурный центр, это стимулирует число туристов желающих ознакомиться с городом и его историко-культурными ценностями. Среди них преобладают люди со средним достатком ищущие пути снижения расходов на свой отдых, этим фактом, а также длительном пребыванием туристов в нашем городе и обуславливается повышение спроса на временное жилье в Санкт-Петербурге;
* традиционно иностранные туристы считаются в основном клиентами предприятий гостиничного хозяйства, в то время как российские граждане стремятся организовать свой отпуск более свободно и независимо от условностей проживания в гостинице. Таким образом, можно предположить, что основная клиентура дополнительных средств размещения – внутренние туристы;
* развитие риэлтерских организаций в Санкт-Петербурге, предоставляющих широкий выбор качественных услуг по сдаче-снятию, купле-продаже квартир, комнат, дач.

## Обзор рынка гостиничных услуг Санкт-Петербурга

Еще несколько лет назад город получал весьма солидные поступления в бюджет от туристов из Финляндии. Сегодня почти все финские группы предпочитают посещать Эстонию. Объясняется это тем, что пакет туруслуг там гораздо качественнее и дешевле. Для среднестатистического туриста из Финляндии сегодня очень накладно останавливаться даже на 1-2 дня в «Невском Паласе» или в «Европе». Но и в гостиницах среднего класса они жить не могут: качество сервиса не выдерживает критики.

В настоящее время гостиничный комплекс города включает в себя около 100 гостиниц на 27,8 тыс. мест. Три из них («Астория», «Невский Палас», «Европа») – первоклассные, остальные среднего класса (наиболее значимыми считаются «Прибалтийская», «Пулковская», «Москва» и «Санкт-Петербург»), а также гостиницы низкого тарифа либо ведомственные.

Заполняемость гостиниц в течении года подвержена сильным сезонным колебаниям (от 35 до 95 %). При этом спрос на гостиницы первого и среднего класса формируется в основном за счет приезжающих из западных стран, а гостиницы низкого тарифа используются гражданами России и СНГ.

Городские власти готовы предоставить преференции для строительства не более двух отелей класса «пять звезд» (по мнению специалистов, больше номеров «люкс» до 2003 года Петербургу не понадобится. Учитывая, что «Северная корона» войдет в строй в ближайшее время). Все остальные инвесторы, пожелавшие заняться высококлассным гостиничным бизнесом, будут действовать на свой страх и риск.

Даже несмотря на отсутствие гарантий, сегодня реализуются или готовы к реализации сразу несколько проектов пятизвездных отелей. Оказывается оснований для оптимизма у инвесторов более чем достаточно. Так как заполняемость номеров «Европы», «Астории» и «Невского Паласа» - более 60 %, что намного превышает среднемировой показатель (45 – 50 % для отелей такого уровня считается весьма рентабельным).

В данный момент происходит приватизация городских отелей, но ее степень различна для каждой из гостиниц. Так «Северная корона» и «Санкт – Петербург» практически полностью приватизированы. В каждом из АО осталось только 8 % акций, принадлежащих городу (эти две гостиницы были запущены в процесс приватизации первыми). «Прибалтийская», «Москва» и «Пулковская» представляют собой акционерные общества со 100 % капиталом города. Сегодняшняя рыночная стоимость акций старых гостиниц зачастую не просто низкая, но даже отрицательная (если иметь в виду мировые стандарты) именно поэтому от массовой продажи пакетов акций решили отказаться.

Основные усилия властей города по развитию средств размещения направлены на создание цепи недорогих двух–трех звездочных отелей. Только широкая сеть гостиниц с доступными ценами сможет обеспечить приток в город туристов и предпринимателей. Громадные усилия, которые предпринимались администрацией города для того, чтобы привлечь в гостиничный бизнес как можно больше инвесторов, до сих пор не приносили заметных результатов. Впрочем, правительство города надеется, что 1998 год может стать переломным. Во всяком случае, и прошлой и нынешней администрацией накоплен достаточно большой опыт, который позволил подготовить конкретную адресную программу.

Это подтверждают и выводы западных экспертов: оценка роста спроса на гостиничные услуги определяется ими в 9 % для общего годового прироста отелей первого класса, 13 % - для среднего класса и от 5 до 10 % - в классе гостиниц с низким тарифом.

Уже есть несколько предложений по мотелям. Возможно, их строительством займется «Шератон». Кроме того, одна из французских фирм также хотела бы проинвестировать несколько проектов.

Пришло время и для создания маленьких семейных отелей. Недавно в Комитет по внешним связям администрации СПб были приглашены потенциальные отеллеры, которые намерены заняться этим весьма выгодным бизнесом. Предполагается создание специальной ассоциации, которая бы координировала планы организации низкотарифных отелей.

Реальных предложений пока три, но список должен расшириться. В качестве возможных адресов можно рассматривать некоторые проекты Адресной программы развития инфраструктуры гостиничного сектора Санкт- Петербурга. В этой программе имеются, как минимум, 10 объектов подходящих для создания небольших гостиниц (от 15 до 60 номеров) и расположенных в Центральном районе города. Для реконструкции каждого из них требуются относительно небольшие инвестиции – от 1,5 до 6,6 млн. долларов США. Реализация проекта могла бы дать городу дополнительно порядка 400 номеров.

Не исключено, что инвесторы пожелают обустроить сеть небольших отелей типа «хостелс», гостиниц «бизнес – класса» либо таун – хаузов в объектах нового строительства, а также в зданиях, подлежащих реконструкции.

## Управление гостиничным бизнесом в Санкт-Петербурге

Эксперты считают: главная причина низкой рентабельности кроется в том, что даже после проведенного в гостиничной сфере процесса акционирования весьма солидные пакеты акций остались в руках государства. Например, у гранд–отеля «Европа» городские власти владеют более чем половиной пакета акций, у «Невского Паласа» – контрольным пакетом. У гостиниц «Санкт-Петербург», «Октябрьская», «Россия» и «Выборгская» в управлении государства остается 60 % акций. У «Астории», «Пулковской», «Москвы» и «Спутника» – все 100 %.

С одной стороны, это неплохо: в процессе допродажи акций администрация Петербурга сможет получать в бюджет весьма значительные средства. С другой стороны, мировая практика доказывает, что государственное управление гостиничным бизнесом весьма неэффективно. К тому же практически все петербургские отели нуждаются в инвестициях на поддержание своей деятельности, капитальный ремонт, а также средств на переобучение персонала. Разумеется, у самого города средств на это нет.

Привлечение частного капитала в гостиничный бизнес необходимо не только на реконструкцию, но и на строительство новых отелей среднего класса. Именно трех–звездочных, сравнительно дешевых, но предоставляющих достаточно высокий по западным меркам сервис гостиниц катастрофически не хватает Петербургу. У тех, что сегодня имеются в городе, инфраструктура и оборудование настолько изношены, что не подлежат обновлению. Следовательно, речь идет только об их полной замене. Видимо, до тех пор, пока городские власти не приступят к решению этой проблемы, не стоит говорить о превращении города в международный туристский центр.

Даже если в городе появятся фирмы (скорее всего западные), расположенные инвестировать в гостиничный бизнес, их деньги потекут, в первую очередь, не на новое строительство, а на реконструкцию, считают специалисты.

Как свидетельствует практика, немногочисленных инвесторов продолжают интересовать пока лишь элитные отели. Объяснение этому явлению лежит на поверхности: по сей день пятизвездные отели продолжают собирать те доходы, которые могли бы получать гостиницы среднего класса, если бы они были представлены на рынке Петербурга. Западные туристы и предприниматели, как правило, останавливаются в одном из трех лучших отелей города и лишь в пик сезона соглашаются на весьма посредственные услуги.

## Структурные изменения в гостиничном хозяйстве города

Рассмотрев противоречия между гостиничным хозяйством и нетрадиционными средствами размещения, перейдем к современным тенденциям развития сектора гостиничного хозяйства Санкт-Петербурга.

В качестве основных можно назвать следующие тенденции:

* ожесточение конкурентной борьбы в условиях рынка покупателей, вплоть до полного вытеснения конкурентов с рынка
* усиление позиций на рынке международных гостиничных концернов и объединений (в качестве примера можно привести Гранд Отель Европа (Кемпински), Невский Палас (Шератон)).
* в перспективе изменение целей инвестиционной экспансии международных гостиничных концернов: перенос центра тяжести на инвестиции именно в средние и малые гостиницы. Гостиничные концерны переходят от экспансии в верхних слоях рынка (люкс услуг) к нижним сегментам (гостиницы 2 – 3 категории)
* новая политика «торговой марки» гостиничных объединений (простота и функциональность обстановки гостиничных номеров, территориальная экспансия)
* вытеснение с рынка неконкурентоспособных предприятий гостиничного хозяйства.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что основной проблемой рынка гостиничных услуг является сосуществование малых и средних фирм с крупными концернами-объединениями гостиниц.

Один из путей выхода из кризиса – это оптимизация производственного процесса путем кооперации – горизонтального интегрирования предприятий, например, в форме делегирования независимыми предприятиями части своих хозяйственных функций учрежденному ими центральному органу – объединению, союзу, ТОО и т.п. Предприятия-учредители сохраняют свою самостоятельность и свободу предпринимательской деятельности. Среди возможных форм кооперации в гостиничном хозяйстве называют следующие:

* обмен опытом;
* исследования рынка;
* реклама;
* инвестиционная деятельность;
* подготовка и переподготовка;
* централизованное снабжение и сбыт;
* создание единых автоматизированных систем бронирования мест.

В последние годы в качестве альтернативы кооперации активно используется франчайзинг (или договор коммерческой концессии, см. также ГК РФ, часть II, ст.1027). Франчайзинг – это вертикальная интеграция предприятий. Она основана на том, что известная фирма (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (как правило, малому или среднему предприятию, на основе договора право использовать комплекс исключительных прав, в том числе на фирменное название (торговую марку), деловую репутацию и коммерческий опыт правообладателя.

Обе формы – как кооперация, так и франчайзинг – делают доступными малым и средним фирмам те преимущества, которые составляют силу крупных гостиничных цепочек-объединений.

Заключение

Структурные изменения на рынке туристических средств размещения, стагнация производства в гостиничном хозяйстве на протяжении 90-х гг. в Санкт-Петербурге обусловили необходимость поиска новой рыночной стратегии предприятия этого сектора.

На основе данного исследования можно сделать вывод, что в маркетинговой стратегии предприятий гостиничного хозяйства наметились следующие тенденции:

* специализация предложения, поиск «свободных ниш» рынка;
* диверсификация предлагаемых услуг;
* концептуализация сервиса;
* индивидуализация обслуживания;
* кооперация в области маркетинга.

К факторам, определяющим тенденцию, определяющим тенденцию специализации предложения гостиничного хозяйства относятся: расширение социальной базы туристического спроса, усиление индивидуализации потребностей туристов. Гостиница будущего – это специализированная гостиница. По отношению к сектору дополнительных средств размещения в целом гостиничное хозяйство развивается в направлении повышения стандарта качества обслуживания, в то время, как нетрадиционные средства остаются наиболее приемлемыми для семейного отдыха и семейного туризма. Таким образом, дополнительные средства размещения, по всей видимости, будут вытеснять и заменять собой гостиницы низших категорий обслуживания.

Наряду со специализацией предложения в гостиничном хозяйстве ярко выделяется тенденция к его диверсификации. Она обусловлена индивидуализацией спроса, повышением значимости активного отдыха, ростом требовательности потребителя к качеству услуг.

Специализация и диверсификация предложения в гостиничном хозяйстве неразрывно связаны и дополняют друг друга. Поиск «ниш рынка» и концентрация предложениям на отдельном сегменте туристического спроса, расширение ассортимента услуг, в том числе за счет считавшихся ранее нетрадиционными в гостиничном хозяйстве, следует, осуществлять в рамках единой концепции для данного конкретного предприятия, причем основной идее должны подчиняться все составные компоненты его жизнедеятельности.

## Список литературы

1. Экономика современного туризма . – СПб.: «Герда»,

1998. – 412 с.

2. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. М.: «Ось - 89»,

1997 – 160 с.

3. Экономика и жизнь; Санкт-Петербургский региональный выпуск

№4, 1998 г.

4. Деловой Петербург №79 (338), 1997 г.

**Приложение 1**

# Туристские средства размещения

Апартамент-отель

Различные формы коллективного размещения (приюты, лагеря отдыха и т. п.)

Кемпинг

Вагон-прицеп для а/м

Яхта и т.п.

Аренда частных комнат

Дачный дом

Дом в деревне

Апартамент

Квартира для отдыха

Мотель

Пансион

Гостиница

Нетрадиционные средства размещения

Гостиничное хозяйство