

Потехина Т.С.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент И.В. Терентьева
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: potehina1996tanya@mail.ru*

Роль средств размещения в туристском бизнесе

Роль средств размещения в туризме, несомненно, велика. Размещение занимает центральное место в комплексе услуг, предоставляемых туристам во время поездки, и являются неотъемлемой частью каждого тура.

Согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в РФ» №132, «туристский продукт – комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта» [4]. Отсюда следует, что услуга размещения является важным аспектом организованного туризма и входит в комплекс основных услуг турпродукта, осуществляя при этом важнейшую физиологическую потребность человека – потребность во сне.

Размещение является самым важным элементом туризма. Нет размещения – нет туризма. Это непреложный и жесткий спрос на экономику любого туристического региона или центра, стремящегося получить солидный и значительный доход от приема туристов и эксплуатации своих туристических ресурсов. Гостиничная индустрия суть системы гостеприимства. Это происходит из самых старых традиций, присущих почти любому социальному формированию в истории человечества – уважение к гостю, торжества его приема [1].

Современный комплекс средств размещения предоставляет не только услуги проживания и питания, но и широкий спектр услуг транспорта, связи, развлечений, экскурсионных услуг, медицинских, спортивных услуг, услуг салона красоты и является ключевым фактором, определяющим перспективы развития туризма, конкурентоспособного в глобальной системе туристского бизнеса. Все разновидности объектов размещения объединяет то, что они предоставляют услуги по размещению и обслуживанию туристов.

Сегодня индустрия гостеприимства является самой мощной экономической системой в регионе или туристическом центре и является важным компонентом экономики туризма. Индустрия гостеприимства состоит из различных средств коллективного и индивидуального размещения: отели, гостиницы, мотели, молодежные hostels и общежития, апартаменты, туристические хутора, а также частный сектор, участвующий в размещении туристов.

С 2000-го года численность официально зарегистрированных средств размещения в Российской Федерации увеличилось более чем на 200 процентов. В то же время это было соединено преимущественно с отелями и подобными средствами размещения (+54%), а число специальных средств размещения пребывает в глубочайшей стагнации. Что касается небольшого повышения, было замечено исключительно в 2015 году, хотя в 2016 году опять надлежит понижение (рис. 1). Внезапное повышение количества средств размещения на территории Российской Федерации наблюдается в основном за прошедшее 7 лет. Более очевидный скачок числа объектов размещения имеется в 2015 году. Прирост составил практически 30%. Данное сначала связано с деянием властей в сфере законодательства гостиничного бизнеса, а конкретно с присвоением категорий небольшим средствам размещения, но не строительством и вводом в эксплуатацию новейших.

По достоверным сведениям Единой межведомственной информационно-статистической системы (ЕМИСС) в текущее время численность объектов коллективных средств размещения в РФ за период январь-сентябрь 2017 года составляет 20730, вместе с тем за период январь-март такого же года их насчитывалось исключительно 15170.

В соответствии с темпами развития туристической индустрии, также развивается рынок средств размещения. Для любых туристов (со средним достатком, ниже и выше среднего)

требуются различные средства размещения, с обязательным набором необходимых услуг для клиента, как проживания и питания, а также предоставление различных услуг по месту пребывания. Уровень благосостояния туристов разный, поэтому необходимо предоставить жилье по разным уровням цен, но туристы нуждаются в качественном обслуживании, уюте и комфорте.



Рис.1 – Динамика количества средств размещения в РФ, ед.

Гостиничный бизнес перспективен как минимум по нескольким причинам. Во-первых, в нашей стране наблюдается рост деловой активности, что, как правило, неизбежно приводит к росту так называемого «делового туризма», не только внутреннего, но и въездного. Во-вторых, как показывает мировая практика, увеличение доходов приводит к тому, что люди больше путешествуют (включая и по своей стране), а это значит, что они останавливаются в гостиницах. Наконец, в-третьих, страна, объявившая о своей интеграции в европейские структуры, постепенно становится понятной для европейцев (в данном случае – европейских туристов) понятнее, а значит и более привлекательной [2].

Соответственно, уровень конкуренции между средствами размещения также увеличивается. Гостиницы должны постоянно уделять большое внимание продвижению своих услуг. Если этого не делать, самый удобный и в то же время дорогой отель никогда не будет востребован у посетителей. В настоящее время, при успешной работе средства размещения, хорошо играет продуманная рекламная стратегия. От того насколько грамотно проведен маркетинговый анализ, как позиционируется средство размещения, какие используются инструменты продвижения зависит и эффективность деятельности гостиницы [3].

Можно сформулировать следующий вывод. Одним из главных факторов успеха индустрии туризма конкретного региона является наличие средств размещения на этой территории. Средства размещения определяют, сколько и какого уровня туристы приедут в регион. Даже при наличии уникальных и зрелищных туристических достопримечательностей в регионе не поедут туристы без надлежащих условий размещения.

Литература

1. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов: учебное пособие / И.С. Барчуков, Л.В. Баумгартен, Ю.Б. Башин, А.В. Зайцев. – Москва: КноРус, 2016. – 165 с
2. Брашнов Д.Г. Гостиничный сервис и туризм: учебное пособие / Д. Г. Брашнов. – М.: Альфа-М, 2012. – 224 с.
3. Гостиницы и их роль в развитии туризма – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/lojko6-2.htm
4. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями).