

## Анализ развития гостиничного бизнеса Санкт-Петербурга

Научный руководитель – Бритвина Валентина Валентиновна

*Емельянова А.А.<sup>1</sup>, Зиновкин А.В.<sup>2</sup>*

1 - Московский государственный машиностроительный университет (МАМИ), Москва, Россия, *E-mail: Ottue@mail.ru*; 2 - Московский государственный машиностроительный университет (МАМИ), Москва, Россия, *E-mail: z.andrey.w@gmail.com*

В современной экономике одним из самых быстро развивающихся секторов является сфера предоставления услуг[1]. Уровень развития сферы услуг выступает в качестве критериального признака развитого общества. Особую роль в секторе услуг занимает гостиничный рынок. В своей статье мы проанализировали влияние факторов на развитие гостиничного бизнеса в Санкт-Петербурге. В анализ были включены как общие факторы развития но и личностно-мотивационные, включающие в себя социально-экономические факторы[2]. Изучив процентное соотношение ранжирования различных отелей, мы пришли к выводу о растущем с каждым годом спросом на отели категорий трех и четырех звезд. Такая тенденция прослеживается на протяжении десяти лет, что дает нам возможность экстраполировать результаты анализа на достаточно большой срок вперед. Для номеров различных категорий существует преимущественный спрос на двухместные номера, в следствии чего процентное отношение номеров данной категории являются значительно большим. Имеет место тренд на бронирование номеров в за 0-1 дней, на этот промежуток приходится почти треть от всех бронирований. Данное явление может быть объяснено наличием скидок, позволяющим распродать оставшиеся номера. Рассмотрев структуру доходов и расходов на частных примерах, для большинства гостиничных предприятий основной доход приносит прямая реализация гостиничных услуг, но в тоже время целесообразно и расширение спектра дополнительных услуг. Расширение номерного фонда зачастую слишком ресурсоемкий процесс в отличии от расширения разнообразности предоставляемых дополнительных услуг. В современной экономике одним из самых быстро развивающихся секторов является сфера предоставления услуг[1]. Уровень развития сферы услуг выступает в качестве критериального признака развитого общества. Особую роль в секторе услуг занимает

гостиничный рынок. В своей статье мы проанализировали влияние факторов на развитие гостиничного бизнеса в Санкт-Петербурге. В анализ были включены как общие факторы развития но и личностно-мотивационные, включающие в себя социально-экономические факторы[2]. Изучив процентное соотношение ранжирования различных отелей, мы пришли к выводу о растущем с каждым годом спросом на отели категорий трех и четырех звезд. Такая тенденция прослеживается на протяжении десяти лет, что дает нам возможность экстраполировать результаты анализа на достаточно большой срок вперед. Для номеров различных категорий существует преимущественный спрос на двухместные номера, в следствии чего процентное отношение номеров данной категории являются значительно большим. Имеет место тренд на бронирование номеров в за 0-1 дней, на этот промежуток приходится почти треть от всех бронирований. Данное явление может быть объяснено наличием скидок, позволяющим распродать оставшиеся номера. Рассмотрев структуру доходов и расходов на частных примерах, для большинства гостиничных предприятий основной доход приносит прямая реализация гостиничных услуг, но в тоже время целесообразно и расширение спектра дополнительных услуг. Расширение номерного фонда зачастую слишком ресурсоемкий процесс в отличии от расширения разнообразности предоставляемых дополнительных услуг.

Отдельную благодарность хотелось бы выразить моему научному руководителю, Бритвиной Валентине Валентиновне. Именно её преподавательская методика дала понять нашему студенческому коллективу, насколько важно посещать конференции и заинтересовывать слушателей важными и современными темами.

### Источники и литература

- 1) Арбузова Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг : учебное пособие: гриф УМО / Н.Ю. Арбузова. —2-е изд., испр. —М. : Академия, 2011.—С.5.
- 2) Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. — М.: Издательский центр «Академия», 2003. — 224 с.
- 3) Booking.com: Система бронирования отелей онлайн: <https://www.booking.com/>
- 4) Григорьева, А.А. Подходы к оценке ресурсного потенциала предприятия сферы сервиса/А.А. Григорьева, О.Е. Пирогова//Перспективы науки. -Тамбов: ТМБпринт. - 2017. -№ 7(94). -С. 27-33
- 5) Colliers International. Анализ рынка недвижимости, аналитика недвижимости: <http://www.colliers.com>
- 6) Бритвина В.В. Измерения экономической эффективности туризма в менеджменте с помощью математической статистики /Бритвина В.В., Конюхов В.Г., Конюхова Г.П.// В сборнике: Физическая культура, спорт, туризм: научно-методическое сопровождение Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Редакционная коллегия: Е. В. Старкова (главный редактор); Т. А. Полякова (научный редактор). 2014. С. 41-43.
- 7) Шариков В.И. Процесс внедрения систем автоматизации на предприятиях турфирм / Шариков В.И., Седенков С.Е., Бритвина В.В. // Научное обозрение. 2017. № 11. С. 101-103.
- 8) Конюхов В.Г. Методы математической статистики в анализе сезонных колебаний в туризме /Конюхов В.Г., Бритвина В.В., Конюхова Г.П. // В сборнике: Современные тенденции развития науки и образования: Теория и практика Под. ред. Г.С. Жуковой. 2017. С. 164-171.
- 9) Седенков С.Е. Использование информационных и телекоммуникационных технологий в системе бронирования / Седенков С.Е., Бритвина В.В. // В сборнике: Проблемы и перспективы развития туризма, рекреации и фитнеса материалы межкафедральной конференции. 2016. С. 89-92