

УДК 314.74

**Анализ рынка гостиничных услуг г. Владивосток**  
**Долженкова Дарья Игоревна,**  
**Бакалавр**  
**ФБГОУ ВО «Владивостокский государственный университет»**  
**Россия. Владивосток**  
**E-mail: dolzhenkova81@gmail.com; Тел. +79242338940**  
**ул. Гоголя, 41, г. Владивосток, Приморский край, Россия, 690014**

В данной статье проведен анализ рынка гостиничных услуг г. Владивосток.

Гостиничное дело в России – это одна из наиболее быстрорастущих отраслей современной экономики. Объем рынка гостиничных услуг в России составляет около 1 трлн рублей в год и продолжает расти. В 2020 и 2021 годах, из-за пандемии, отрасль понесла значительные убытки, однако, в 2023 наблюдается положительная динамика восстановления.

Ключевые туризм, гостиничный бизнес, динамика и направления повышения качества гостиничных и туристических услуг.

**Analysis of the hotel services market in Vladivostok**  
**Dolzhenkova Daria Igorevna,**  
**bachelor student**  
**Federal State Educational Institution of Higher Education "Vladivostok State University"**  
**Russia. Vladivostok**  
**E-mail: dolzhenkova81@gmail.com; Tel. +79242338940**  
**Gogol str., 41, Vladivostok, Primorsky Krai, Russia, 690014**

This article analyzes the Vladivostok hotel services market.

The hotel business in Russia is one of the fastest growing branches of the modern economy. The volume of the hotel services market in Russia is about 1 trillion rubles per year and continues to grow. In 2020 and 2021, due to the pandemic, the industry suffered significant losses, however, in 2023 there is a positive recovery trend.

Key tourism, hotel business, dynamics and directions of improving the quality of hotel and tourist services.

Владивосток - административный центр Приморского Края, крупнейший научный и культурный центр Дальнего Востока, в котором насчитывается около 600 исторических памятников, конечный пункт Транссибирской магистрали.

Владивосток является ближайшим к странам Азиатско-Тихоокеанского региона городом с европейской культурой, чем привлекателен для туристов. На сегодняшний день существенную долю въезжающих туристов в Владивосток составляют туристы из Китая, Кореи и Японии и являются главными потребителями туристских и гостиничных услуг. В 2018 году

город посетили около 3 млн туристов, в том числе 640 тыс. иностранцев, из них свыше 90 % туристы из Китая, Республики Корея и Японии [1]. В 2019 году регион посетило 422 тысячи граждан Китая, из них 365,5 тысяч - с туристическими целями. Вторыми по численности въезжающих туристов является Республика Корея. Количество туристов из Японии хоть и выросло на 20% по сравнению с 2018 годом, их общее количество составило всего 20 тысяч человек, что на фоне турпотока из Китая и Кореи сравнительно не велико [2].

Гостиничный сектор в городе разнообразен, как и в других уголках России. Значительная доля среди всех категорий размещения приходится на апартаменты, на втором месте – отели. При этом рассматривая отели, большую часть предложения составляет бюджетный сегмент, не имеющий класса звездности, предоставляющий в основном только размещение гостей без дополнительных услуг.

После снижения показателей, вызванного ограничениями во время пандемии, в прошлом году рынок восстанавливался опережающими темпами: годовой прирост составил 55%.



Рисунок 1 – Объем рынка гостиничных услуг

Индустрия гостеприимства оказалась одной из отраслей экономики, наиболее заметно пострадавших от пандемии. Спад туристической и деловой активности привел к тому, что в 2020 году рынок гостиничного бизнеса в денежном выражении сократился более чем на четверть. Тем не менее, несмотря на сохранявшиеся ограничения, 2021 год стал периодом активного восстановления: рынок превзошел показатели допандемийного 2019 года, а по сравнению с 2021 годом вырос на рекордные 55%, превысив Р284 млрд.

В настоящее время в городе Владивостоке имеют категорию следующие гостиницы:

- 2 звезды – «Островок», «Гранит»,

- 3 звезды – «Славянская», «Меридиан», «Приморье»,
- 4 звезды – «Azimut Отель Владивосток», «Гостиница Астория»
- 5 звезд – гостиница–казино «Тайгер де кристалл» и «Хендэ».

Показатели систем, в которых сертифицированы эти гостиницы, гармонизированы с основными требованиями Всемирной туристической организации.

Таблица 1 – Номерной фонд и стоимость размещения в отелях г. Владивостока

	Название	Количество номеров	Категория номера / цена, руб/сут
до 50 номеров	Версаль	44	4800–25500
	Яхонт	35	3800–10000
	Сибирское подворье	30	3360–10400
51–100 номеров	Гавань	57	3500–10000
	Гранит	90	1300–3600
	Аванта	84	2500–14000
более 100 номеров	Владивосток	342	2310–6900
	Амурский Залив	215	1800–4800
	Гостиница–казино «Тайгер де кристалл»	155	6000–60000
	Приморье	113	2400–6900
	Меридиан	102	1200–7800

Из представленных в таблице данных, можно сделать вывод, что гостиничный рынок г. Владивостока весьма разнообразен и выбор есть как среди гостиниц с номерным фондом до 50 номеров, так и среди гостиниц с числом номеров 51–100 и более 100 номеров. Цена проживания, как видно из таблицы, не зависит от номерного фонда, средняя стоимость размещения составляет от 1300 до 60000 рублей в зависимости от выбранного типа номера.

Гостиничный сектор в городе разнообразен, как и в других уголках России. Значительная доля среди всех категорий размещения приходится на апартаменты, на втором месте – отели. При этом рассматривая отели, большую часть предложения составляет бюджетный сегмент, не имеющий класса звездности, предоставляющий в основном только размещение гостей без дополнительных услуг (рисунок 12) [26].



Рисунок 1 – Структура гостиничной недвижимости в г. Владивосток

Основным недостатком гостиничной недвижимости города является отсутствие отелей с высоким уровнем звездности и сервиса, на сегодня представлено всего 1 гостиница с уровнем 5 звезд, 1 вилла 5 звезд и 1 апартаменты с уровнем 5 звезд.

Большая часть гостиниц расположена в центре Владивостока, что является важным фактором для туристов. Преимущественно в центре города располагаются исторические объекты, что экономит время туристов, широко развита транспортная инфраструктура и имеет связь с основными коммуникациями города – вокзалами, аэропортом. При этом строительство новых гостиниц в центре затруднено и очень затратное, существует необходимость в сносе существующих зданий, что еще увеличивает затраты на строительство новых объектов, отсутствует большое пространство для парковок, так как в центре плотная застройка.

Приток новых туристов и загрузку гостиниц обеспечивают некоторые факторы, важные для активной жизни города. Масштабное строительство объектов России повышает количество деловых поездок в регион.

Открытый в 2022 году пятизвёздочный отель Vladivostok Grand Hotel & SPA полностью запустил свою инфраструктуру. И даже несмотря на это, хочется сказать, что уровень загрузки отеля Grand Hotel & SPA весьма неплохой, учитывая его уровень и тот факт, что работает отель больше года.

Открытия отеля такого уровня явно ждали – во время проведения ВЭФ–2023 в нем было забронировано 95% номеров. Проект получился уникальный. Гостиница полностью отвечает запросам клиентов из «высшей ценовой категории», как по номерному фонду, так и по конференц–опциям (к услугам гостей залы–трансформеры, видовая площадка, банкетный зал). Все это сочетается с эксклюзивным дизайном, основанным на русском колорите. И с концепцией «Роман с Японией и русская душа».

А недавно запустился многофункциональный комплекс «Бурный» с роскошными ресторанами и отелем. Правда, управляющие отельным бизнесом признают, что богатые иностранцы, на которых рассчитывали, пока не доехали, а большая часть туристов во Владивостоке – это жители соседних регионов. Но несмотря на это, уровень загрузки отеля на Корабельной набережной, номера в котором стоят от 40 тысяч рублей в сутки, называют весьма неплохим.

Также в регионе создана игровая зона «Приморье» – одна из четырех официально установленных в РФ. Современная развлекательная инфраструктура международного уровня разместилась на территории Артёмовского городского округа в бухте Муравьиная. Общая площадь игровой зоны составляет 620 га. Здесь планируется разместить гостиницы, многофункциональный торгово–выставочный комплекс, яхт–клуб, горнолыжный центр, гольф–клуб, объекты рекреационно–туристской инфраструктуры. Игровая зона «Приморье» ориентирована преимущественно на клиентов из соседних стран Юго–Восточной Азии (КНР, Корея, Япония).

Основной поток российских и иностранных путешественников отмечается летом. Чтобы преодолеть фактор сезонности, в крае принят курс на развитие событийного туризма. Ежегодно во Владивостоке проходят различные фестивали и крупные события: день города, день тигра, день ВМФ, фестиваль «Вгород» и гастрономические фестивали: мидий, гребешка, корюшки. В городе проходит исторический фестиваль «Владивостокская крепость», Тихоокеанский театральный фестиваль, различные музыкальные фестивали: V–Rox, джазовый фестиваль, а также различные спортивные мероприятия и марафоны. В сентябре во Владивостоке традиционно проходит Восточный экономический форум.

Наиболее высокие показатели в августе–сентябре, соответственно, данный период можно отнести к высокому сезону для гостиниц Владивостока. Напротив, в марте–апреле загрузка и выручка самые низкие в году, что гостиничными предприятиями характеризуется как низкий сезон. Наименьшее отклонение от среднего уровня наблюдается в июне и ноябре. Следует подчеркнуть, что, несмотря на отличия в сезонных картах гостиничных предприятий различных типов, проблема сезонности функционирования является характерной для многих туристских и гостиничных предприятий города.

Как правило, сезонные колебания коррелируются с климатологическими показателями территории. Так, по мнению экспертов, для приморской весны характерны резкие перепады температур, что может понизить привлекательность города в глазах потенциальных туристов и объяснить низкую загрузку отелей в это время года. С другой стороны, увеличение загрузки поздним летом и осенью вызвано ясной погодой и относительно высокой температурой воздуха, что выгодно отличает юг Приморского края не только от других регионов

Дальнего Востока, но и от большинства регионов России. Исходя из этого можно, с определённой долей уверенности, утверждать, что одним из ключевых факторов сезонности во Владивостоке является климат.

Организационно–экономические меры по сглаживанию сезонных колебаний спроса на услуги, которые заключаются в:

- расширении ассортимента услуг, организация внесезонных мероприятий;
- изменении политики ценообразования под колебания спроса;
- проведении маркетинговых акций;
- повышении качества услуг;
- оптимизации затрат, оперативном управлении материальными запасами;
- внедрении интеллектуальных систем планирования и прогнозирования, автоматизации процессов.

Для гостиниц Владивостока можно предложить следующие мероприятия по преодолению факторов сезонности (таблица 2) [2].

Таблица 2 – Факторы сезонности и меры по сглаживанию

Факторы сезонности	Меры по сглаживанию колебаний
Природно–климатические	Политика сезонных цен; аутсорсинг персонала; оптимизация издержек; маркетинговые акции
Общеэкономические	Расширение номенклатуры и ассортимента услуг; ввод пакетных предложений; применение системы антикризисного управления; автоматизация процесса обновления цен; конгрессный, событийный туризм, договоры с корпоративными клиентами
Социально–демографические	Качественный сайт; виртуальные экскурсии; продвижение через рекламу в социальных сетях
Культурно–психологические	Организация внесезонных мероприятий –экскурсии по достопримечательностям, выезды в спа–центры, бассейны, выставки, ярмарки, концерты, театры, цирк; проведение конференций, семинаров, встреч и иных торжеств
Личностные	Интеллектуальная система индивидуального прогнозирования; автоматизация регистрации, программы лояльности, гастротуры

Ещё одним методом может послужить разработка внесезонных предложений, так в последние годы набирает популярность конгрессное обслуживание, событийный туризм. Это проведение конференций, семинаров, встреч и иных торжеств, на которые организовано собираются представители бизнеса, науки, медицины. Они могут быть размещены в гостиницах и использовать конференц–залы и специальное оборудование для встреч. Для них организуются бизнес–ланчи по специальным ценам. Новым направлением на российском рынке является инсентив–туризм. Это поощрительные поездки за счет работодателя для особо отличившихся сотрудников. Здесь важным будет налаживание коммуникаций представителей менеджмента отелей с администрацией крупных предприятий, компаний из других городов, организующих командировки и поощрительные поездки своих сотрудников, что помо-

жет загрузить фонд в период спада продаж. Для гостиниц Владивостока увеличение доли делового сегмента сможет обеспечить повышение уровня загрузки номерного фонда.

Эффективной мерой сглаживания сезонных колебаний является внедрение пакетных предложений. Владивосток известен своими объектами культуры – Мариинский театр, Приморская краевая филармония, океанариум, Музей им. Арсеньева, Государственный цирк и пр. Можно организовать выезды в спацентры, бассейны, выставки, ярмарки, концерты местных и приезжих исполнителей. Например, ООО «Астория» предлагает трансфер в аэропорт и к местам культурного отдыха, а АО «Седанка парк» – услуги банного комплекса.

Для низкого зимнего сезона предлагается кооперация с турфирмами по привлечению гостей из центральных и северных регионов России. В данный момент, когда индустрия сориентирована на расширении доли внутреннего туризма, целесообразно будет разработать специальную программу с использованием преимуществ климата и ресурсов дальневосточного региона. Большое количество солнечных дней в зимний период, развитая инфраструктура культурных, спортивно–оздоровительных объектов, доступных вне зависимости от сезона, местная кухня с морепродуктами, наличие в отелях помещений для проведения мастер–классов, тематических вечеров – все это является привлекательным для российского путешественника. Необходимо разработать и провести маркетинговые акции, охватывающие разные регионы России. В программу зимних туров войдут экскурсии по городским мостам, представляющим визитную карточку города с видом на незамерзающий залив Золотой рог. Для клиентов будет предложен недельный тур с вариантами проведения досуга по интересам с включением трансферов и организацией питания.

Популярность гастрономического туризма в странах Европы дает возможность применения этого опыта в российских регионах. Это направление во Владивостоке уже показало свою востребованность особенно в последние несколько лет (фестивали корюшки, мидий, азиатской кухни). Так на территории гостиницы ООО «Астория» расположен фермерский ресторан Огонёк, который знакомит гостей с местной кухней и морскими деликатесами. Для туристов из других регионов России гастротуризм представляет большой интерес в связи с уникальным доступом к свежим морепродуктам и дикоросам.

Основой развития туризма на территориальном уровне являются два ключевых фактора: туристская инфраструктура и события, привлекающие туристов. В настоящее время в регионе определен ключевой перечень событийных деловых и развлекательных мероприятий, проводятся различные мероприятия в области культуры, организуются спортивные мероприятия, в том числе и международного уровня.

В целом, возможность развития внутреннего и въездного туризма в Приморском крае обусловлена следующими факторами:

- близостью к странам Азиатско–Тихоокеанского региона – целевым потребителям туристских ресурсов в пределах 2–3 часовой доступности;
- развитием Приморского края как крупного логистического центра внутренних и внешних пассажиропотоков;
- близостью потребителей туристских услуг, проживающих на территории ДФО;
- развитием г. Владивостока как центра деловой активности всего ДФО;
- наличием разнообразного природно–рекреационного потенциала, богатого культурно–исторического наследия; сложившихся исторических связей с народами, населяющими страны АТР, обладающих высокой степенью привлекательности для иностранных туристов;
- наличием высших образовательных учреждений и центров профессиональной подготовки специалистов в сфере туризма и гостеприимства.

Гостиничный бизнес приносит владельцам хорошие доходы, однако важно не пускать дело на самотек. Для достижения успеха требуется постоянный контроль над объектом, поиск новых инструментов и возможностей для расширения, а также отслеживание регламентов законодательства и программ финансовой поддержки.

Сейчас гостиничная отрасль в России претерпевает стремительные изменения на фоне происходящих во внешней и внутренней политике событий. Индустрия пережила уход большого числа зарубежных компаний с гостиничного рынка и падение доли иностранных туристов, особенно перемены коснулись курортных и туристических зон на западных границах. Однако перемены на рынке открывают большие возможности для развития малого гостиничного бизнеса и внутреннего туризма, раскрытия богатого рекреационного потенциала нашей страны. Расширение внутреннего туризма приведёт к созданию новых направлений, зарождается потенциал для строительства мест активного отдыха и локальных рекреационных центров.

От международных брендов потребитель неизбежно перейдёт к российским, что подстегнёт развитие локальных операторов. Поддержка государства обеспечивает функционирование существующих отелей и гостиниц, а также поощряет создание новых. Ожидается, что в обозримом будущем, в связи со снижением напряжённости на международной арене, удастся вернуть, хотя бы отчасти, поток иностранных туристов с запада, пока что главная ставка делается на приезжающих из стран востока.



## Список литературы

- 1 Платонова Т.Е. Российский гостиничный бизнес – состояние, проблемы и перспективы развития в современной экономике // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2023. № 6-2. С. 238–242
- 2 Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес: учеб. пособие / Ю. Ф. Волков. – Ростов н/Д.: Феникс, 2020 – 174 с.
- 3 Толстых И.Н. Особенности рынка гостиничных услуг на примере Приморского края / И.Н. Толстых // Теория и практика трансдисциплинарных исследований в современном мире. – 2019. № 1. – С.12–17.
- 4 Шумакова Е.В., Ильченко А.А., Шубина А.В. Роль сезонности в гостиничном бизнесе Приморского края / Е.В. Шумакова // Молодой учёный. – 2022. – №24. – С. 179–182.
- 5 Туватова В.Е. Маркетинг гостиниц: учебно–методическое пособие для студентов всех форм обучения / В.Е. Туватова. – М.: Проспект, 2022. – 217 с.
- 6 Дурович А.П. Маркетинг в туризме: учебное пособие / А.П. Дурович. – Минск: Новое знание, 2020. – 117 с.
- 7 Чернышева А. В. Организация и управление гостиничным бизнесом: учеб. пособие / А.В. Чернышева. – М.: Издательский дом «Альпина», 2022. – 212 с.
- 8 Волков Ю.Ф. Гостиничное и ресторанное дело, туризм. Сборник нормативных документов / Ю.Ф. Волков. – М.: Феникс, 2021. – 966 с.
- 9 Можаяева Н. Г. Гостиничный сервис / Н.Г. Можаяева. – М.: Инфра–М, Альфа–М, 2021. – 240 с.
- 10.Толстых И.Н. Особенности рынка гостиничных услуг на примере Приморского края / И.Н. Толстых / Теория и практика трансдисциплинарных исследований в современном мире. – 2022. – С.12–17
- 11.Шумакова Е.В. Роль сезонности в гостиничном бизнесе Приморского края / Е.В. Шумакова / Молодой учёный. – 2021. – № 24. – С. 179–182.