

1. ГОСТИНИЦЫ И ГОСТИНИЧНЫЙ СЕРВИС (ОБЗОР ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ)¹

При проведении анализа сферы оказания гостиничных услуг следует различать следующие понятия²:

- *средства размещения* — любой объект, предназначенный для временного проживания;
- *турист* — гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях.
- *номер в средстве размещения* — одна или несколько комнат с мебелью, оборудованием и инвентарем, необходимыми для временного проживания туристов;
- *номерной фонд* — общее количество номеров (мест) средства размещения;
- *инфраструктура отеля* — ряд услуг и сервисов, обеспечивающих комфортное пребывание посетителей в отеле.

¹ Обзор составлен по материалам следующих интернет-источников: www.prohotel.ru, <http://www.tmc-mice.ru/>, http://tourlib.net/books_tourism/zorin09.htm

² С полным перечнем понятий можно ознакомиться, например, в ГОСТ Р 51185–98. Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования.

1.1. Инфраструктура отеля

Гостиничная недвижимость по праву считается сложным для оценки и девелопмента сегментом. Дело, прежде всего, в самой специфике деятельности. Любая гостиница (особенно высококлассная) — это баланс всех функций, то есть грамотный расчет соотношения номерного фонда и инфраструктуры (facilities) — услуг и сервисов, обеспечивающих комфортное пребывание посетителей в отеле.

Понятие инфраструктуры как в гостиничном деле, так и отдельном отеле охватывает все услуги, которые клиент может получить в дополнение к проживанию в гостиничном номере. Это может быть довольно обширный перечень сервисов, ряд из которых, например завтрак, Интернет, посещение фитнес-зоны, как правило, включается в стоимость номера. Пользование остальными, такими как рестораны, кафе, бары (F&B (food&beverage / еда и напитки)), конференц-площади, SPA, казино и др., оплачивается постояльцами отдельно.

Организация и управление объектами инфраструктуры в рамках гостиницы предполагает довольно существенные, но в то же время необходимые затраты. В то же время объекты инфраструктуры отеля не только работают на имидж гостиницы, но и приносят стабильный и существенный доход.

1.2. Доходы

По данным экспертов, в высококлассном отеле номерной фонд в среднем занимает около 50% общей площади. Остальная часть гостиницы отводится под объекты инфраструктуры, а также площади общего пользования. Оценить роль инфраструктуры в ряду других показателей работы отеля можно на основании двух факторов. Первый — соотношение доходов от прода-

жи¹ номеров и работы инфраструктуры. Так, в среднем в отелях уровня 4–5 звезд около 50–70 % финансового потока генерируют гостиничные номера, остальные 50–30 % — дополнительные услуги и сервисы. Отклонения в ту или иную сторону продиктованы классом объекта, расположением, количеством точек F&B, размером фитнес-зоны и др. Основными элементами инфраструктуры, генерирующими большую часть доходов, эксперты традиционно называют объекты F&B и конференц-площади. Гораздо меньший доход поступает от дополнительных услуг, служб сервиса (трансфер, услуги переводчика, прачечная и др.).

Вторым показателем, определяющим «вес» инфраструктурной составляющей в обороте, является доходность, которая различна для разных центров доходности. По статистике, показатели чистого дохода номерного фонда могут варьироваться от 70 до 90 %, при этом доходность инфраструктуры отеля (остальных центров прибыли) обычно 30 %, максимум 50 %.

Безусловно, можно привести примеры, когда элементы инфраструктуры приносят больше прибыли, чем продажа номеров, но они обусловлены спецификой определенного сегмента рынка и типом отеля.

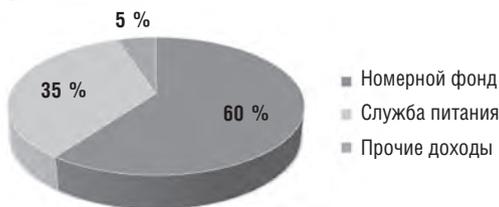


Рис. 1.1. Структура доходов отеля по основным направлениям сервиса²

Источник: презентация ООО «ГОСТ Отель Менеджмент»

¹ В данном случае под продажей номеров понимается продажа услуги по размещению.

² Процентные соотношения являются усредненными для отелей, отражают общую тенденцию и различаются в разных гости-

Таблица 1.1

Структура доходов (центров прибыли) типового отеля подробно

Статьи доходов	Показатель, %
Доходы номерного фонда	59,4
Товарооборот ресторанов и баров (продажа блюд и напитков)	28,1
Доходы от сдачи в аренду конференц-помещений и банкетных залов	2,9
Доходы от аренды помещений под торговые точки и офисы	2,3
Доходы от предоставления телекоммуникационных услуг в отеле (платная телефония, Интернет и т. д.)	1,9
Доходы бизнес-центра отеля (аренда оборудования, бизнес-услуги и т. д.)	1,1
Доходы от предоставления услуг автотранспорта отеля, аренда парковочных мест	1,0
Доходы от продажи экскурсионных программ, билетов в театр, авиа- и ж/д билетов	0,9
Доход оздоровительного центра отеля	0,9
Доходы от предоставления бытовых услуг (прачечная, химчистка и т. д.)	0,8
Доходы от предоставления платного ТВ	0,4
Прочие доходы отеля	0,3
Итого	100,0

Источник: Информационно-аналитический бюллетень рынка недвижимости «RWAY», № 186, сентябрь 2010 г.¹

Таблица 1.2

Структура доходов (центров прибыли) типового отеля укрупнённо

Статьи доходов	Показатель, %
Доход от продажи номеров (услуги размещения)	55,0
Доход от предприятий питания	25,0
Дополнительный доход от продажи напитков в буфетах, барах, ночных клубах	11,0
Доход от реализации дополнительных услуг	4,0

ничных предприятиях (в т. ч. зависят от типа и ориентированности отеля на определенный рыночный сегмент).

¹ В журнале приводится источник hotel-direction.ru, но, к сожалению, к моменту написания он не находится поиском, поэтому можно только предполагать, что эта статистика относится к периоду до 2010 г.

Окончание табл. 1.2

Статьи доходов	Показатель, %
Доход от сдачи помещений в аренду	3,0
Доход от телефонных услуг	2,0
Итого	100,0

Источник: tour-сп.com.ua, статистика приводится с сайта <http://tourlib.net/>. Данные 2009 г.

Приведённые выше статистические данные о структуре доходов являются характерными для туристических гостиниц. В источниках на русском языке сведений об операционной деятельности гостиниц мало. Более подробные статистические данные, охватывающие периоды, более близкие к настоящему, будут приводиться далее (разделы 3, 4, 7). Нужно отметить, что структура доходов скорее зависит от типа гостиницы (раздел 2) и достаточно мало меняется во времени. Изменения в основном происходят в связи с коррекцией «обычного» состава услуг. Например, появляется новая услуга или перестаёт быть востребованной старая.

1.3. Расходы

В структуре расходов типового отеля основную долю занимают расходы на персонал и налоговые отчисления. Значительная доля издержек на заработную плату и связанные с ней выплаты обусловлены спецификой гостиничного хозяйства. Оно требует большого количества обслуживающего персонала, от высококвалифицированных и высокооплачиваемых менеджеров и маркетологов до множества низкоквалифицированных, но хорошо оплачиваемых работников, занятых в контактной и вспомогательной службах. Ведь они непосредственно соприкасаются с гостем и создают необходимый комфорт и гостеприимную среду.

Следующей большой статьёй издержек являются эксплуатационные расходы на содержание номерного фонда — до 12–14 % общего объема затрат гостиницы. 5–8 %

составляют затраты на организацию питания и 1–3% — на организацию продажи напитков. При анализе баланса гостиницы структура расходов российских гостиниц выглядит следующим образом.

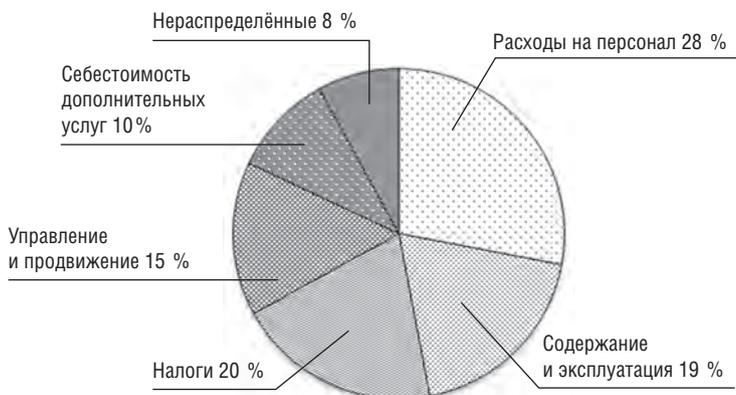


Рис. 1.2. Структура расходов типовой гостиницы, укрупнённо

Таблица 1.3

Структура расходов типовой гостиницы по РСБУ

Статьи расходов	Показатель, %
Заработная плата сотрудникам (оклады, премии, пособия)	25,3
Налоговые отчисления в бюджет	19,8
Амортизационные отчисления (износ основных средств и нематериальных активов)	13,1
Оплата поставщикам за поставленную продукцию (сырье) ресторанам и барам	8,9
Маркетинговые расходы на продвижение гостиничных услуг	5,7
Расходы на содержание здания отеля (отопление, водоснабжение, электроэнергия, финансирование текущего ремонта и т. д.)	3,6
Оплата услуг банка по обслуживанию б/н расчетов, кредитных карт	2,7
Плата за менеджмент управляющей компании	2,4
Расходы на персонал (наём, тренинги, медицинское страхование и пр.)	2,1
Коммунальные платежи	1,4
Расходы на выплату комиссионного вознаграждения туристическим компаниям	1,2

Окончание табл. 1.3

Статьи расходов	Показатель, %
Расходы на внутренний и внешний аудит и юридические проверки	0,9
Страхование здания и имущества гостиницы	0,9
Транспортные расходы	0,9
Почтовые и канцелярские расходы	0,9
Расходы на эксплуатацию и поддержку информационной системы управления (АСУ)	0,7
Расчеты с операторами за телекоммуникационные услуги (телефонная связь, Интернет)	0,5
Командировочные расходы	0,4
Расходы на содержание прачечной/химчистки	0,3
Расходы на содержание оздоровительного центра	0,3
Прочие расходы	7,9

Источник: Информационно-аналитический бюллетень рынка недвижимости «RWAY», № 186, сентябрь 2010 г.



2. АНАЛИЗ СИСТЕМ КЛАССИФИКАЦИЙ ГОСТИНИЦ

Критерии классификации в различных источниках частично могут отличаться в большей или меньшей степени. Количество критериев для классификации гостиничных объектов различно. Например¹:

- месторасположение;
- продолжительность работы (гостиничного объекта — НД);
- обеспечение питанием;
- продолжительность пребывания (гостя/туриста в отеле — НД);
- уровень цен;
- уровень комфорта;
- вместимость номерного фонда;
- функциональное назначение.

Иногда критерии частично группируют, например²:

- по уровню сервиса (обслуживания), ассортименту и стоимости услуг;
- по месту размещения;

¹ Кусков А.С. Гостиничное дело: учебное пособие. М.: Дашков и К°, 2009.

² Туризм как вид деятельности: учебник / И. В. Зорин, Т. П. Каверина, В. А. Квартальнов и др. М.: Финансы и статистика, 2005. (http://tourlib.net/books_tourism/zorin09.htm).

- по природным зонам размещения;
- по времени функционирования (круглогодичные, сезонные)¹.

С учётом того, что гостиничный рынок постоянно развивается, меняются нормы и правила, регулирующие требования и пожелания к услугам индустрии гостеприимства, данный раздел имеет целью только познакомить с тем, как могут классифицироваться объекты недвижимости, относящиеся к гостиничному рынку. Возможные варианты классификаций будут анализироваться по нескольким направлениям, которые не всегда совпадают с приведёнными выше источниками, так как сами источники, приведя критерии, не всегда корректно им следуют.

При рассмотрении того или иного критерия будут приводиться мнения российских и зарубежных источников, так как цели классификации в разных источниках существенно расходятся. Целью же данной работы является знакомство оценщика с гостиничной индустрией и помощь в понимании рынка гостиниц и функционирования отдельной гостиницы.

2.1. Классификация по качеству

Зарубежные классификации

Национальные стандарты классификации гостиниц имеются в каждой стране, за небольшим исключением. Однако стоит отметить, что ведущие международные гостиничные сети имеют свои собственные критерии, более высокие, чем национальные стандарты. В связи с этим пятизвездочный отель в одной стране может оказаться значительно хуже, чем четырех- или даже трехзвездочный в другой.

В Европе существует Европейское отельное рейтинговое объединение (HOTREC (Hotels, Restaurants & Cafes in

¹ Остальные будут раскрываться, а этот критерий приведён здесь.

Europe)), которое объединяет 39 ассоциаций из 24 европейских стран.

Под покровительством HOTREC отельные ассоциации Австрии, Чешской Республики, Германии, Венгрии, Нидерландов, Швеции и Швейцарии создали Отельное рейтинговое объединение (Hotelstars Union). На конференции в Праге 14 сентября 2009 г. была представлена классификационная система Отельного рейтингового объединения. С января 2010 г. эта система действует в большинстве этих стран.

Классификационная система Hotelstars Union представляет собой перечень обязательных и факультативных требований для определенного класса гостиниц и критерии балльной оценки.

Система объединяет 270 критериев, сгруппированных в шесть разделов:

- здание / номера;
- мебель / оснащение;
- услуги;
- досуг;
- работа с жалобами и предложениями;
- проведение конференций.

Для утверждения определенного класса гостиница должна соответствовать перечню обязательных требований и набрать соответствующую сумму баллов. В случае если общее впечатление о гостинице превосходит ожидания для определенного уровня и сумма полученных баллов сильно превышает необходимый минимальный уровень, помимо звезд гостинице присваивается приставка «Superior». Данная приставка предполагает, что гостиница предоставляет услуги более высокого уровня.

Анализируя предложения классифицированных гостиниц, можно отметить следующие закономерности.

Для гостиниц категорий 1–2* характерны небольшие номера 14–18 кв. м, включая ванную комнату. Площадь ванной комнаты, как правило, не меньше 5 кв. м. В слу-

чае если 15 % номеров имеют площадь меньше установленной, то посетитель отеля должен быть осведомлен об этом до заключения договора об оказании гостиничных услуг. В перечень услуг гостиниц данной категории входит возможность подключения к сети Интернет (в номере по запросу), наличие парковочных мест и наличие кондиционера в номере. В основном данная категория представлена небольшими отелями 5–30 номеров.

Номера гостиниц категории 3*, так же, как и в категории 1–2*, имеют площадь 14–18 кв. м. Гостиницы данной категории предоставляют широкий перечень дополнительных услуг. Это могут быть как читальные комнаты, библиотеки, игровые комнаты, площадки для детей, так и бассейны, СПА-салоны, фитнес-клубы и конференц-залы. Фитнес-клуб должен быть укомплектован определенным набором снарядов и тренажеров и иметь площадь не менее 20 кв. м. Сауна должна вмещать шесть и более человек. Комнаты для массажа и косметических процедур должны быть не менее 10 кв. м. Площадь комнаты отдыха должна быть от 20 кв. м. В случае если отель оборудован бассейном, то, согласно стандартам, размер открытого бассейна должен быть не менее 60 кв. м, закрытого — 40 кв. м.

Гостиницы категории 4* укомплектованы просторными номерами от 18 до 30 кв. м. В перечень дополнительных услуг данной категории обычно входят: бассейны, СПА-салоны, фитнес-клубы, конференц-залы с возможностью проведения массовых конференций на высоком уровне. Стандартами предусмотрено три вида конференц-залов:

- конференц-залы площадью от 36 до 100 кв. м и высотой потолка от 2,5 м;
- конференц-залы площадью более 100 кв. м и высотой потолка от 2,75 м;
- конференц-залы площадью более 250 кв. м и высотой потолка более 3 м.

Гостиницы категории 5* должны предоставлять широкий перечень дополнительных услуг самого высокого уровня. Номера с дорогим ремонтом и мебелью. Кроме всего, что предусмотрено в отеле 4*, присутствует также большая ванная комната, оснащенная биде, большой лежащей ванной, часто — джакузи и отдельной душевой кабиной.

Далеко не все гостиницы категории 4–5* укомплектованы такими услугами, как возможность проведения массовых конференций в просторных залах, при наличии большого бассейна или фитнес-клуба. Категории этих гостиниц могут обуславливаться особенностями местоположения и архитектуры, исторической ценностью здания, индивидуальным подходом в обслуживании посетителей.

Страны, не вошедшие в Hotelstars Union, такие как Италия, Франция, Великобритания, имеют свои собственные звездные системы классификации отелей.

Итальянская система представляет собой разветвленную систему национальных стандартов. В Италии насчитывается 20 регионов, каждый из которых имеет свой собственный стандарт. Перечень требований к каждой категории и разновидности категорий у данных региональных стандартов отличаются, в связи с чем сравнивать национальную итальянскую систему с классификациями других стран не представляется возможным.

Французская система классификации гостиниц представляет собой перечень обязательных и факультативных требований, а также дополнительных услуг, за соответствие которым определяется сумма баллов и присуждается категория гостиницы.

Система классификации в Великобритании разработана компанией VisitEngland и представляет собой перечень минимальных требований и дополнительных услуг. Категория гостиницы определяет количество звезд.

В США отсутствует официальная, утвержденная правительством классификация гостиниц. Уровень сервиса

отеля в США определяется тем, принадлежит ли он к какой-либо гостиничной сети. Также в США имеются две организации, занимающиеся классификацией гостиниц по собственным разработанным стандартам:

- Forbes Travel Guide (присваивают звезды);
- American Automobile Association (AAA)¹ (присваивают бриллианты).

Индийская система классификации гостиниц, как французская система и система, разработанная Hotelstars Union, представляет собой перечень обязательных требований и дополнительных услуг, за выполнение которых начисляются баллы, и по их сумме присуждается категория гостиницы. Помимо категорий 1–5*, в индийской системе предусмотрена категория 5* D (Deluxe), которая предполагает более высокий уровень сервиса по сравнению с категорией 5*. Уровень требований индийской системы классификации ниже по сравнению с европейскими и американскими стандартами.

Рейтинговая система AAA предъявляет наиболее высокий перечень требований на соответствие той или иной категории (данная система предполагает пять категорий гостиниц, каждой из которых присуждается соответствующее количество бриллиантов; один бриллиант — низшая ступень, пять — высшая) по сравнению с другими системами. Как правило, данной рейтинговой системой пользуются представители крупных гостиничных сетей и брендов.

Явление совсем недавнего времени — семизвездочные отели, и их количество в мире можно пересчитать по пальцам. Подобные отели отличаются в основном ра-

¹ Документы, регламентирующие оценочную деятельность в США и Канаде, прямо требуют применения системы AAA от оценщиков. Учитывая, что большинство гостиничных цепей ведут деятельность в США, а стандарты для гостиниц одного бренда являются едиными по всему миру, на нее имеет смысл обратить самое пристальное внимание.

ботой с VIP-клиентурой. Они рассчитывают на клиентов из мира «звёзд» или высшего общества. Такие отели стараются предлагать эксклюзивные услуги, связанные с кухней или развлечениями.

Для российского рынка гостиничных услуг характерны некоторые особенности классификации гостиниц. Тут представлены как отечественные отели, для которых характерны российские стандарты классификации, так и отели крупных иностранных гостиничных сетей, классификация которых проводилась по их собственным стандартам.

Анализ российской системы классификации

В соответствии с Приказом Минспорттуризма России № 35 от 25 января 2011 г. «Об утверждении порядка классификации объектов туристической индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи» (далее — Приказ № 35)¹ категории гостиниц и иных средств размещения обозначаются символом «звезда». Высшая категория средства размещения — «пять звезд», низшая — «одна звезда».

В соответствии с Приказом № 35 средства размещения разделяются на:

- гостиницы и иные средства размещения с количеством номеров более 50;
- гостиницы и другие средства размещения с количеством номеров менее 50;

¹ Почти аналогичные, но более современные положения в отношении классификации содержатся в приложениях к Приказу Министерства культуры РФ от 11.07.2014 г. № 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями». Зарегистрировано в Минюсте РФ 29.12.2014 г. Регистрационный № 35473.

- дома отдыха, пансионаты и аналогичные средства размещения;
- гостиницы и иные средства размещения для присвоения категории «мини-отель».

Классификация номеров по категориям основана на комплексе требований и критериях балльной оценки. Устанавливаются следующие категории номеров средства размещения:

- высшая: «сюит», «апартамент», «люкс», «студия»;
- первая;
- вторая;
- третья;
- четвертая;
- пятая.

Оценка персонала гостиниц и иных средств размещения проводится в соответствии с требованиями и критериями балльной оценки с учетом суммарного количества баллов.

В РФ обязательной классификации подлежат гостиницы, находящиеся на территории муниципального образования города-курорта Сочи¹.

Комплекс требований и критерии балльной оценки представлены в приложениях к Приказу № 35.

¹ Федеральный закон «Об организации и о проведении XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 г. в городе Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 01.12.2007 г. № 310-ФЗ (действующая редакция, 2016). Ст. 8.1. требует обязательного получения средствами размещения свидетельства о присвоении гостинице или иному средству размещения категории, предусмотренной системой классификации гостиниц и иных средств размещения, в порядке, установленном в соответствии с Федеральным законом от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», т. е. в соответствии с Приказом Министерства культуры РФ от 11.07.2014 г. № 1215.

Сравнительный анализ российских и международных систем классификаций гостиниц

В ходе анализа национальных стандартов классификации гостиниц были выявлены различия в предъявляемых требованиях при определении категории гостиниц. Для анализа выбирались стандарты крупных туристических и деловых центров, международных объединений и авторитетных рейтинговых агентств. За базу сравнения принимались требования, предъявляемые Hotelstars Union. Анализируя стандарты других стран и ассоциаций, можно определить относительный уровень требований для отдельных категорий гостиниц. Критериями оценки при сравнении стандартов являлись наличие или отсутствие минимальных предъявляемых требований к определенному классу отелей.

Сопоставляя российские стандарты и стандарты Hotelstars Union, можно отметить следующие отличия в предъявляемых требованиях.

Для гостиниц категории 1*, в отличие от Hotelstars Union, наличие завтрака по российским стандартам является обязательным.

Гостиницы категории 2* по стандартам Hotelstars Union обязаны предоставить возможность посетителям оплачивать услуги с помощью кредитных карт, в российских стандартах данное требование предъявляется только к гостиницам категории 3* и выше.

Согласно российским стандартам требования площади санузла для гостиниц категорий 2–3* составляют не менее 2,5 кв. м, для гостиниц категории 4–5* — не менее 3,8 кв. м, тогда как по стандартам Hotelstars Union минимальная площадь ванной комнаты (для выполнения условий по начислению баллов) должна составлять минимум 5 кв. м.

Необходимо отметить, что помимо требований, предусмотренных стандартами классификации, существуют и строительные нормы. Например, в Москве при проек-

тировании и строительстве гостиниц опираются на документ: «Система нормативных документов в строительстве. Московские городские строительные нормы. Гостиницы. МГСН 4.16-98», а за рубежом используются собственные правила, например в Европе придерживаются правил проектирования, с которыми можно ознакомиться, в частности, в книге немецкого архитектора Эрнста Нойферта «Строительное проектирование».

В российских стандартах обязательным требованием для гостиниц категории 5* является наличие конференц-зала с соответствующим оборудованием, критерии по площади и вместимости данных конференц-залов в стандартах не прописаны. В стандартах Hotelstar Union категории конференц-залов разбиты на три категории по площади и высоте потолка.

Возможность подключения к сети Интернет по российским стандартам не предусмотрена ни одной категорией гостиниц. В перечне минимальных требований по стандартам Hotelstar Union предоставление данной услуги является обязательным условием для категорий гостиниц 3* и выше.

При чтении тех или иных требований классификационных систем первоначально возникает впечатление, что большинство требований являются оценочными (хорошее, плохое, достаточное и т. д). Тем не менее нужно отдавать себе отчёт в том, что для размещения, например, сантехнического оборудования с учётом стандартов их использования требования к площади помещения станут чрезвычайно жёсткими. То же касается и размещения необходимой мебели в номере и в общественных зонах. Поэтому при оценке соответствия гостиницы тому или иному уровню качества объективное соответствие может быть достигнуто только при условии, что земельный участок (размер и планировка, локальное местоположение) и здание (планировочные решения, инженерное оборудование, отделка и состояние) позволяют реализовать заявленные условия.

2.2. Классификация по видам туризма / по целевым рынкам¹

Гостиничный рынок кроме классификации по качеству и набору услуг разделяется на сегменты туризма. Каждый сегмент, как правило, ориентирован на определенные категории/сегменты туристического потока.

Таблица 2.1

Классификация туризма

Основание сегментации	Примеры сегментов	
по источникам финансирования	социальный туризм	
	коммерческий туризм	
по возрастному составу участников путешествия	туризм пожилых людей	
	туризм людей среднего возраста	
	молодежный туризм	
по виду используемых ресурсов	купально-пляжный	
	лечебный (бальнеологический)	
	сельский, или агротуризм	
	экологический	
	горный	
по ритмике туристских потоков	горный	летний
	сезонный	зимний
	круглогодичный	межсезонный
по дальности поездки	ближний	
	дальний	
по продолжительности путешествия	краткосрочный	соседний приграничный
	долгосрочный	маршруты выходного дня
по способу размещения туристов на маршруте	гостиничного типа	
	негостиничного типа	
по видам используемых транспортных средств	автомобильный	железнодорожный
	автобусный	пароходный
	авиационный	

¹ Составлено с использованием материалов: интернет-источники: www.prohotel.ru, <http://www.tmc-mice.ru/>, <http://lienahotel.com/mify/255-2011-12-15-09-08-59>; Туризм как вид деятельности: учебник / И. В. Зорин, Т. П. Каверина, В. А. Квартальнов и др. М.: Финансы и статистика, 2001.

Окончание табл. 2.1

Основание сегментации	Примеры сегментов
по способу организации путешествия	организованный неорганизованный
по числу участников путешествия	индивидуальный групповой

Источник: Лойко О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство: учебное пособие. Томск: Изд-во ТПУ, 2007.

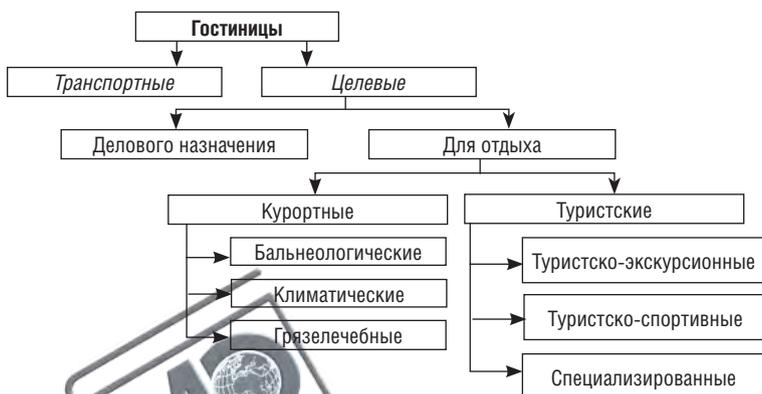


Рис. 2.1. Классификация гостиниц по функциональному назначению

Источник: Кусков А.С. Гостиничное дело: учебное пособие. М.: Дашков и Ко, 2009.

Цель путешествия является основным фактором, определяющим тип гостиницы, ее основное функциональное назначение, требования к ее территории, объему услуг, целесообразных в условиях конкретного гостиничного комплекса, а также определяющим сезон, длительность посещения гостиницы и ее местоположение.

Целевой рынок — это конкретная категория людей, которую отель предполагает видеть в качестве потенциальных гостей. Некоторые гостиницы проектируются и строятся под целевые рынки, другие же стараются выйти на целевые рынки, используя маркетинговый подход в своей стратегии.

В гостиничной индустрии имеется тенденция к ориентации на более мелкие категории (сегменты) рынка и разработке соответствующего гостиничного продукта (комплекса услуг) в соответствии с их требованиями. Маркетинговая сегментация способствует существенному росту разнообразных цепочек отелей, ориентирующихся на определенную категорию туристов. При этом каждый специфический сегмент рынка обслуживается отелем одной и той же цепи, но имеющей несколько отличающуюся торговую марку. Например, отели-цепочки «Marriott»: «Marriott Marguis», «Marriott Hotels», «Marriott Inns», «Courtyard by Marriott», «Fairfield Inn by Marriott», «Residence Inn by Marriott». Преимущество этого подхода заключается в том, что в определенной географической зоне может располагаться множество отелей одной цепи, но разной ориентации, привлекая тем самым разные категории гостей в подходящие для них отели. Недостаток такого подхода заключается в том, что гости отеля сталкиваются с трудностями из-за дифференциации его сервиса.

Укрупнённо по обслуживанию целевых рынков гостиницы можно разделить на следующие группы:

- Гостиницы для туристов, основной целью и мотивом путешествия которых является профессиональная деятельность (MICE / Корпоративный туризм). К категории гостиниц делового назначения относятся:
 - бизнес-отели (коммерческие отели);
 - конгресс-отели;
 - конгресс-центры;
 - профессиональные клубные отели;
 - ведомственные отели.
- Гостиницы для туристов, основной целью и мотивом путешествия которых являются отдых (пассивный, активный, комбинированный) и лечение (профилактическое, восстановительное):
 - курортные гостиницы;