

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Институт географии, геологии, туризма и сервиса
Кафедра международного туризма и менеджмента

КУРСОВАЯ РАБОТА

ТЕМАТИЧЕСКИЕ ГОСТИНИЦЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Работу выполнила _____  _____ В.В. Шварцбаум

Направление подготовки 43.03.02 «Туризм», 2 курс ОФО

Направленность (профиль) Технология и организация гостиничных услуг

Научный руководитель
канд. геогр. наук, доцент _____  _____ Ю.И. Карпова

Нормоконтролер
канд. геогр. наук, доцент _____   _____ Ю.И. Карпова

Краснодар
2020

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1 Теоретические аспекты организации тематической гостиницы	5
1.1 Специфика тематических гостиниц: основополагающие характеристики	5
1.2 История возникновения тематических гостиниц за рубежом	7
1.3 Факторы привлекательности тематических гостиниц	10
1.4 Тематическая гостиница: преимущества и недостатки	11
1.5 Особенности продвижения тематических гостиниц	13
2 Тематические гостиницы в развитии гостиничной индустрии Российской Федерации	17
2.1 История возникновения тематических гостиниц в России	17
2.2 Рынок гостиничных услуг Российской Федерации	19
2.3 Исследование тематических отелей Российской Федерации.....	21
2.4 Анализ функционирования тематических гостиниц Краснодарского края	25
3 Проблемы и перспективы развития тематических гостиниц в Российской Федерации	29
3.1 Проблемы развития тематических гостиниц в Российской Федерации	29
3.2 Перспективы развития тематических гостиниц в Российской Федерации	31
Заключение	36
Список использованных источников	38
Приложения	44

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования состоит в том, что современный гостиничный рынок в настоящее время претерпевает значительные изменения под влиянием постоянно меняющихся вкусов туристов. С каждым годом гостиничная клиентура становится все более и более искушенной. Путешественникам современного стремительно меняющегося мира требуется гораздо больше, чем просто комфорт и однотипные гостиничные услуги.

Отель в современном мире – это полноценная часть туристского опыта, источник не только комфорта, но и интеллектуального удовольствия. Однотипные услуги, получившие распространение в крупных гостиничных сетях, начинают наскучивать туристу. Многие путешественники хотят во время отдыха получать новые впечатления не только от экскурсий, но и условий проживания. Именно поэтому в настоящее время получают все более широкое распространение нестандартные средства размещения, среди которых выделяют тематические гостиницы. Такие гостиницы всегда придерживаются определенной тематики, поэтому и называются тематическими.

Объектом исследования выступает рынок гостиничных услуг Российской Федерации.

Предметом исследования являются тематические средства размещения на территории Российской Федерации.

Цель работы – охарактеризовать перспективы развития тематических гостиниц в Российской Федерации.

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи:

- рассмотреть и изучить основные понятия тематических гостиниц;
- проанализировать рынок гостиничных услуг Российской Федерации, с подробным рассмотрением рынка гостиничных услуг Краснодарского края;

– изучить тематические гостиницы на территории Российской Федерации;

– провести анализ функционирования тематической гостиницы Краснодарского края;

Теоретической основой исследования являются работы отечественных и зарубежных ученых в области гостиничной индустрии, таких как: И.В. Степанов, Е.А. Джанджугазова, Н.С. Мартышенко С.Г. Шкуропат, О.Н. Пережогина и др. Также в работе были использованы материалы учебных пособий, Интернет-ресурсов и другой методический материал по изучаемой теме.

При написании работы были использованы следующие методы исследования: статистический, анализа, сравнительно-описательный.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, состоящего из 39 наименований и приложений. Работа изложена на 47 страницах машинописного текста.

1 Теоретические аспекты организации тематической гостиницы

1.1 Специфика тематических гостиниц: основополагающие характеристики

Одной из тенденций развития современной гостиничной индустрии, несомненно, является уход от обыденности, создание уникального концепта, обязующегося заинтересовать и привлечь даже самых искушенных путешественников. В связи с этим в настоящее время наблюдается широкое распространение, так называемых, тематических гостиниц.

Прежде всего, гостиница (отель) – это средство размещения, представляющее собой имущественный комплекс, включающий в себя здание или часть здания, помещения и иное имущество, в котором предоставляются услуги размещения и, как правило, услуги питания, имеющее службу приема, а также оборудование для оказания дополнительных услуг [28].

Тематическая гостиница – это средство размещения, дизайн и сервисная концепция которого подчинены определенной теме. В зависимости от типа гостиницы они могут быть посвящены, например, видам искусства (кино, живопись, музыка, литература), хобби (кулинария, автомобили, гаджеты), известным личностям (из мира искусства, политики и пр.), историческим эпохам и событиям, а также определенным литературным или музыкальным произведениям и т.п. [39].

Из приведенного выше определения можно вывести следующую «формулу» успеха тематической гостиницы:

Тематическая гостиница = Концепция + Дизайн + Сервис [39].

Целостный образ тематической гостиницы складывается из множества вариаций на какую-либо определенную тему, которая может быть раскрыта при помощи разных стилевых направлений. В каждой такой гостинице до мелочей продумано как архитектурно-планировочное решение здания, так и дизайн холлов, коридоров, лифтов и каждого номера. Здесь цвет, освещение,

фактура отделочных материалов, предметы мебели и звуковое оформление детально подобраны, гармонично сочетаясь или, напротив, контрастируя друг с другом, с целью создания придуманного дизайнером образа. Оригинальные идеи, неожиданные творческие приемы, инновационные архитектурные и дизайнерские решения от известных мастеров завоевывают сердца все новых и новых путешественников.

В разработку концепции тематической гостиницы или туристско-гостиничного комплекса и концепции развития туристской территории должны входить также:

- программы обслуживания, которые дают в интересной театрализованной форме информацию об исторических, этнографических, археологических, культурных особенностях развития народа, или сценария мультфильма, сказки и т.д.;

- проектирование анимационного и интерактивного обслуживания: всевозможных шоу-программ, тематических праздников, мастер-классов, квестов и др.

При этом обслуживающий персонал тематической гостиницы должен играть определенные роли в обслуживании гостей, начиная от входа в гостиницу и стойки регистрации, и заканчивая оказанием дополнительных услуг, например, это может быть чтение сказок на ночь желающим, проведение какого-либо народного обряда и др. [27].

Классификация тематических гостиниц, помимо традиционного «звездного» рейтинга по качеству и цене услуг опирается на особенности этих гостиниц. Уровень комфорта, сервиса и цены могут соответствовать как пятизвездочному гиганту, так и весьма скромному мотелю. При этом порой демонстрируются чудеса изобретательности. Однако, несмотря на огромный интерес к тематическим гостиницам, теоретические основы их создания и функционирования пока определены крайне слабо, отсутствует единая классификация и типология, что значительно сдерживает их внедрение на рынок.

Тем не менее, можно выделить следующие основные типы и виды концептуальных гостиниц, наиболее распространенных на сегодняшний день:

– сюжетные отели, в которых обыгрывается сказка, известный фильм, книга или какая-либо историческая эпоха и т.д.;

– дизайнерские отели, бутик-отели и арт-отели, над интерьером которых работают знаменитые дизайнеры, архитекторы и художники;

– эко-отели (экологически чистые отели);

– экстремальные отели (такие отели могут находиться под водой или под землей, а также состоять из необычных материалов, например из льда или соляных блоков и др.);

– отели в тематических парках развлечений (например отели, стилизованные под замки в парижском «Диснейленде»).

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что основными чертами тематических гостиниц являются уникальность предоставляемых услуг, созданный неповторимый концепт и подчинение всех элементов комплекса единой идее. Признаки таких гостиниц – это нестандартность и специализация на аудитории с четко выраженными особенностями спроса, например, на ценителях истории, искусства, любителей спорта или экстремальных ощущений.

1.2 История возникновения тематических гостиниц за рубежом

Эксперты мирового туристского бизнеса прогнозируют, что со временем клиент не станет более сговорчивым, наоборот – в будущем он будет еще более разборчивым и избирательным. Еще совсем недавно требования к гостиничным номерам были совсем другими. Крупные гостиничные сети заботились о том, чтобы их постояльцам было комфортно в любой точке света. По этой причине они разрабатывали стандартные типовые гостиничные номера, в которых постояльцев обеспечивали одинаково комфортными условиями. Сегодня эта тенденция также сохранилась и многие крупные

гостиничные цепи строят «типичные» гостиницы с одинаковым фирменным стилем. Однако, сегодня для туристов этого уже становится недостаточно.

В настоящее время в мире наметился «бум» строительства концептуальных гостиниц. Концепты тематических гостиниц обязаны своим распространением не только стремлению туристов к новым впечатлениям, но и могут диктоваться спецификой отдельных видов туризма и условиями конкретной туристской дестинации. Такой опыт особенно полезен для малых городов или регионов, которые не очень богаты историческими памятниками и прочими туристскими достопримечательностями. Именно поэтому, чтобы конкурировать с «мастодонтами» гостиничного бизнеса, владельцы малых и средних предприятий начинают придумывать особые «изюминки», способные выделить их гостиницу среди прочих. Таким образом, потребность выживания и определила новую тенденцию концептуализации гостиничных услуг.

Необычные отели начали появляться на пике расцвета гостиничного бизнеса, когда для удовлетворения запросов туриста уже оказалось недостаточно традиционного курортного пляжа и комфортного номера, а стали необходимы те или иные экзотические ощущения. В результате этого на рынке начал активно развиваться новый формат средств размещения – тематические гостиницы, и этот формат становится все более востребованным у современных искателей впечатлений.

Концепция тематических гостиниц начала свое развитие в США – такие объекты появлялись в основном в составе тематических развлекательных парков, например, «Диснейленде», а также в Лас-Вегасе, где первыми появились знаменитые на весь мир тематические отели-казино.

Бутик-отели получили распространение с легкой руки Филиппа Старка, известного французского промышленного дизайнера. Акцент на декоре позволяет повысить привлекательность отелей, которые в противном случае имели бы низкие показатели средней цены продажи и загрузки. Например, гостиница, которая имеет не самое удачное местоположение или располагается в старинном здании, где нельзя оборудовать такие привычные

элементы, как бассейн, лифты, паркинг, может вполне успешно работать и привлекать свою аудиторию, если к их отделке подключится известный популярный дизайнер или бутиковый бренд [16].

История возникновения дизайнерских гостиниц берет свое начало в 1984 г., когда Ян Шрегер и Стив Рубелл купили отель «Morgans Hotel» в Нью-Йорке и пригласили известного французского дизайнера для его оформления.

Своеобразный облик имеют отели, которые соответствуют понятию «арт-отеля». Авторами такого концептуального направления считаются известные дизайнеры Урс Карли и Дирк Гадеке, которые впервые в конце 1980-х гг. открыли в Берлине группу арт-отелей [17].

Уникальная идея создать гостиницу под водой принадлежит американским океанологам Яну Коблику и Нейлу Мани. Они переоборудовали в отель небольшую подводную лабораторию, находящуюся на глубине 21 м у побережья Флориды. Проникнуть в отель можно только с аквалангом, зато внутри никакие дыхательные приборы не нужны [17].

Одной из первопричин появления тематических гостиниц можно считать «усталость» нынешних туристов от стандартности. Современный человек, утомленный от стрессов, склонен к частой перемене мест в погоне за новыми ощущениями. Путешествуя по миру в поисках ярких впечатлений, люди осознанно стали готовы платить больше за удовольствия и необычные впечатления от отпуска. Современный отель стал не просто местом, где турист может остановиться для ночлега. Это место, где он может получить новый чувственный опыт через впечатление. Наряду с традиционно ценным качеством обслуживания и комфортом, привлекательным стало необыкновенное эстетическое оформление средств размещения, применение инновационных технологий. Отсюда и желание отельеров экспериментировать с гостиничным дизайном, стремление к созданию нестандартных вариантов размещения.

1.3 Факторы привлекательности тематических гостиниц

Важным аспектом в создании оригинальных гостиниц является грамотное понимание специфики мировоззрения современного человека. Что заставляет туриста остановиться в неординарном месте размещения? Среди общих, очевидных объяснений: тяга к необычному, экстремальному, жажда новизны, ярких впечатлений, специфический или номинальный интерес к истории, искусству, или любой другой близкой к душе тематике.

Концепция тематических гостиниц пользуется огромной популярностью в мире, о приверженности ей заявляют и новые модернизированные отели. Подобные заведения являются воплощением неповторимости и эксклюзивности, они имеют собственный стиль и всегда уникальны. Максимально точное определение потенциального потребителя продукта дает многие преимущества таким средствам размещения. Плюс таких тематических гостиниц заключается в том, что в них могут собраться туристы, которые испытывают любовь к той или иной тематике – а значит, найти единомышленников по тому или иному вопросу, что может потенциально сделать отдых еще и более социально активным.

Главные особенности тематических отелей – оформление и дизайн. Именно поэтому одним из факторов привлекательности концептуальных гостиниц несомненно является именно их неповторимый интерьер, подчиненный какой-либо определенной тематике. Интерьер гостиниц – организация внутреннего пространства, это многоплановое явление, которое способно производить огромное эстетическое психофизиологическое воздействие на человека. Эстетический комфорт предопределяет положительный эмоциональный настрой человека. Таким образом, тематические гостиницы – это еще и прекрасная возможность психологической разрядки. По мнению психологов, олицетворение себя с любимыми персонажами или погружение в конкретную тему способствует

более глубокому самопознанию, выявлению скрытых возможностей и отвлечению от текущих проблем [29].

Тематические гостиницы отличаются не только уникальными интерьерами, но и оригинальной атмосферой. Организация дополнительных услуг в рамках досуговой деятельности также является важнейшим фактором, привлекающим туристов, желающих получить неповторимые ощущения. Современный потребитель стремится получить максимум новых впечатлений от поездки и интеллектуального досуга. На первый план выходит поиск новых впечатлений не только от экскурсий, но и от условий проживания, погружения в среду. Один из вариантов создания впечатлений – развлечения, организованные посредством превращения гостей из наблюдателей в полноправных участников театрализованного действия.

Создание гостиниц в тематических декорациях и театрализованная организация процессов гостеприимства преследуют цели повышения качества обслуживания, продвижения продукта гостеприимства и повышения его конкурентоспособности. В современном мире гостиница из места размещения, где предоставляются основные и дополнительные услуги, главной из которых является ночлег, сама же и превращается в объект развлечения, доставляющий необычные впечатления. В тематические отели можно приехать как на экскурсию, а туристов привлекает их основная ценность – погружение в игровое пространство, добровольное принятие правил ролевой игры.

1.4 Тематическая гостиница: преимущества и недостатки

Неординарные отели в рекламных статьях позиционируются как вариативный тип размещения, предоставляющий возможность выбора между рутинной повседневности и экзотикой. Именно этот выбор несомненно является преимуществом тематических гостиниц. Ведь отправляясь в путешествие, турист ищет незабываемых ощущений и ярких впечатлений от отдыха. Для этого современная индустрия гостеприимства дает нам

возможность по-настоящему насладиться нахождением в различных гостиницах, которые могут порадовать путешественника не только предоставлением комфортных условий проживания, но и возможностью погрузиться в атмосферу близкой к душе тематики.

Отельеры все больше удивляют своими неординарными идеями, ведь современный рынок гостиничных услуг настолько разнообразен, что каждый, даже самый искушенный, путешественник сможет найти гостиницу себе по душе. Среди концептуальных средств размещения существует множество разновидностей. В последние годы получили распространение отели, которые себя позиционируют, как бутик-отели и дизайн-отели. Эти понятия довольно близки друг к другу, однако, если в бутик-отеле на первое место ставится роскошь, то в дизайн-отеле главным является новшество и оригинальность дизайна [33].

Для настоящих ценителей искусства существуют разнообразные арт-отели и отели-музеи. При посещении такого отеля сразу возникает впечатление, что ты попал на выставку современного искусства, а проживание в такой гостинице вызывает чувство приобщения к культурной жизни [27].

Особое место среди концептуальных гостиниц занимают исторические отели. Это могут быть отели, расположенные в старинных замках, виллах или монастырях. В гостиницах такого типа успешно сочетаются атмосфера минувших веков с современным комфортом.

Для искателей приключений существует огромное множество по-настоящему экзотических отелей, какими могут быть подводные или подземные отели, а также отели на деревьях или в других необычных местах.

Также прослеживается контекстный характер гостиниц, их связь с определенными видами туризма, для которых не всегда бывает возможно использовать услуги современных крупных отелей. Виды туризма ориентированы на достижение конкретных целей, а сам туризм удовлетворяет целый комплекс потребностей (рекреация, познание, новые впечатления). Так, например, новинка размещения для горнолыжников – ледяные отели

сочетает экстремальный характер ночевки с обращением к культурным этническим традициям (иглу, жилища эскимосов, строились из кубов плотно спрессованного снега).

В некоторых случаях нестандартный подход к выбору средства размещения позволяет сократить расходы на проживание, что также является преимуществом для туриста. Но это далеко не во всех случаях. Экзотические условия могут стоить и намного дороже общепринятых, однако такая цена несомненно будет оправдана.

С неординарными отелями связаны и некоторые проблемы. При всем многообразии выбора и огромного количества преимуществ, которые предоставляют нам тематические гостиницы, иногда они могут иметь и некоторые недостатки. Так, например, некоторые виды концептуальных гостиниц могут не иметь должного уровня комфорта. Чаще всего такое случается с отелями-тюрьмами или подводными и подземными отелями. Последние два вида экзотических видов гостиниц и вовсе не все считают достаточно безопасными и относятся с опасением к подобному отдыху. У специалистов даже появляются сомнения в коммерческой целесообразности проектов. Не всем и не всегда в таком месте захочется остаться на длительный срок. Иногда необычность создает помехи комфорту, а задача любого владельца отеля – растянуть пребывание клиента.

1.5 Особенности продвижения тематических гостиниц

В современных условиях облик гостиниц претерпевает столь серьезные изменения, что налицо особая тенденция в индустрии гостеприимства – ориентация на привлечение клиентов посредством необычности архитектуры сооружения или сопутствующих услуг. Под влиянием культуры досуга и развлечений, доминирующей в современном обществе, некоторые новые средства размещения оказываются на пересечении двух индустрий: гостиничной и развлечений.

В условиях современного рынка наблюдается постоянный рост конкуренции среди различных компаний, причем в каждой сфере деятельности уровень конкуренции одинаково высок. Такая же тенденция наблюдается и в сфере индустрии гостеприимства, что, в свою очередь, приводит к тому, что компании на данном рынке все чаще обращаются к маркетинговым средствам продвижения и улучшения конкурентных позиций.

Клиентура индустрии гостеприимства с каждым годом становится все более избалованной и избирательной, ведь теперь потребителям недостаточно, чтобы все было просто хорошо, им необходимо, чтобы компании постоянно развивались и использовали самые передовые технологии и средства для удержания уровня лояльности целевой аудитории. В связи с данной тенденцией можно отметить, что все больше компаний используют нестандартные методы в комплексе маркетинга гостеприимства.

В настоящее время можно выделить несколько элементов инновационного комплекса маркетинга применяемых в индустрии гостеприимства, которые среди специалистов в данной сфере получили название «Чувственные ноты гостеприимства» [14]:

– «Зрение» – в данном элементе отдается предпочтение архитектурной составляющей того или иного объекта гостеприимства, что также распространяется на использование эстетичных полотен живописи и индивидуальный подход к интерьеру помещений;

– «Слух» – данный элемент инновационного комплекса маркетинга реализуется посредством использования музыкальных композиций, радио и телевидения в компании и о компании;

– «Обоняние» – также данный пункт порой выделяют в отдельное направление маркетинга и называют «аромамаркетингом», когда на восприятие клиента оказывают влияние посредством запахов;

– «Осязание» – влияние на клиента оказывается с помощью смешения различных фактур, которые окружают гостя компании как в самом интерьере, так и в его различных элементах и аксессуарах;

– «Интуиция» – воздействие на потребителя компании с помощью возникающих у него ощущений защищенности, безопасности, уюта, беззаботности и спокойствия;

– «Впечатления» – также психологический элемент инновационного комплекса маркетинга, однако основывается он на проявлении различных положительных эмоций у гостя.

Технология проектирования и обустройства концептуальных гостиниц уже достаточно полно определена и базируется на соблюдении десяти основных принципов [15]:

1. Тематичность.
2. Рациональность или минимализм.
3. Дизайнерская мебель и аксессуары.
4. Предпочтительно смешение стилей.
5. Наличие оригинальных, экзотичных или уникальных предметов интерьера.
6. Функциональность.
7. Креативность, максимально воплощенная в интерьере или архитектуре отеля.
8. Стильная униформа персонала.
9. Инвестиции в творческий потенциал персонала.
10. Безупречный сервис.

При этом следует понимать, что из-за разнообразия гостиниц и отелей не все эти принципы можно одновременно воплотить в жизнь. Этим концептуальные гостиницы и отличаются от «типизированных». Каждая концепция уникальна и что подходит для одной гостиницы – для другой неприменимо. Единственный принцип, которому следуют все владельцы концептуальных средств размещения – это тематичность [15].

Гостиничный бизнес все больше привлекает творческих людей как отличная площадка для реализации идей. В индустрию гостеприимства привлекаются огромные средства, таланты лучших архитекторов, дизайнеров,

сценаристов, для того чтобы удобство и роскошь перестали быть стандартизированными.

Основа успеха тематических гостиниц – максимально точное определение потенциального потребителя продукта. Опираясь на свои профессиональные знания, изучая рынок, дизайнеры уже четко определяют тип потребителя и ориентируются на него. Целостный образ отеля складывается из множества вариаций на какую-нибудь заданную тему. И этих тем множество: кто-то играет с пространством гостиницы, передавая атмосферу театра или музея, кто-то строит пространство по типу «умного дома» или космического корабля. Все определяется фантазией дизайнера и вкусами заказчиков. Главная цель, которая стоит перед владельцами тематических отелей – упор на уникальность предоставляемых услуг.

Целевая аудитория тематических гостиниц намного уже, чем круг клиентов стандартной городской гостиницы. Клиентами концептуальных отелей являются люди, не желающие жить «как все», создающие моду на направление или турпродукты. Как правило, они достаточно обеспечены, для того чтобы оплатить разницу между «типовым качественным продуктом» и острыми ощущениями, которые стоят дорого, даже если такие отели не всегда предлагают высокий уровень комфорта.

Несмотря на все имеющиеся преимущества, доходность таких проектов все же невелика, поэтому они практически никогда не предлагают большой номерной фонд. Создание экзотического отеля – скорее рекламный ход, чем самостоятельный бизнес. Такой отель может стать визитной карточкой целого туристского направления, привлекая клиентов и в другие средства размещения.

2 Тематические гостиницы в развитии гостиничной индустрии Российской Федерации

2.1 История возникновения тематических гостиниц в России

В современном мире гостиница из места размещения, где предоставляются основные и дополнительные услуги, главной из которых является ночлег, сама превращается в объект развлечения, доставляющий необычные ощущения.

Тематические гостиницы есть во многих странах. В настоящее время в новостных лентах все чаще появляется информация об открытии нового необычного отеля в той или иной туристской дестинации. «Бум» тематических гостиниц отмечается в Европе, достаточно много их появляется и в России, преимущественно, в таких городах, как Москва, Санкт-Петербург и Сочи [16].

Если рассматривать тенденцию появления подобных заведений, а именно – дизайнерских или бутик-отелей, на примере Москвы, то можно отметить, что первые бутик-отели появились на московском рынке в конце 2004 г. На протяжении трех лет в Москве существовал только один бутик-отель – «Golden Apple». «Бум» бутик-отелей пришелся на 2007–2008 гг. [33].

В 2010 г. шампанский дом «Абрау-Дюрсо» открыл первый в России винный бутик-отель «Империал & Champagne-spa», ставший первой частью возводимого курортного комплекса. Все спа-процедуры строятся на свойствах классического шампанского и винограда. Среди программ отдыха есть такие винные уикенды, как «Волшебная лоза», «Виноградный вояж», «Букет Черноморья» и т.п. [16].

Первый в России капсульный отель был разработан отечественными архитекторами Алексеем Горяиновым и Михаилом Крымовым в 2011 г. Расположился этот необыкновенный отель в г. Москве и получил название «Sleepbox Hotel Tverskaya». В европейских странах капсульные отели – явление не новое, однако, если в западных аналогах номера действительно

представляют собой капсулы, то данный отель предлагает своим гостям слипбоксы, или иначе модульные комнаты [30].

В 2016 г. открылся первый в России отель с видом на чашу стадиона, им оказался «Stadium Hotel» на стадионе «Казань Арена». Самое интересное, что апартаменты отеля – это специально оборудованные скайбоксы, которые в дни матчей превращаются в стеклянные «коробки» для состоятельных болельщиков [30].

Важной тенденцией современного гостиничного сервиса, проявляющейся в создании неординарных средств размещения, является ориентация их на различные виды туризма и отдыха: экстремальный, экологический, спортивный и пр. К примеру, формирование понятия и развитие экологического туризма, произошедшее в зарубежной и отечественной практике в 70–80 гг. XX в., привело к созданию нового типа гостиничных сооружений: из подручных и экологически чистых материалов (из соломы, снега), с использованием новейших технологий утилизации отходов, экономии и регенерации воды, электроэнергии.

Так, например, эко-отель «Алтика» предлагает гостям настоящий европейский комфорт в горах Алтая. Комплекс построен в 2012 г. и вполне оправдывает приставку «эко» в своём названии. В строительстве использовались передовые инженерные решения, благодаря которым отель имеет собственную котельную, не несущую вреда экологии, локальные очистные сооружения и чистую воду из артезианской скважины.

На южном склоне г. Эльбрус, в с. Терскол, расположен ещё один уникальный отель, дружелюбный природе. Отель «LeapRus» – высокогорный приют, построенный в виде футуристических капсул космического корабля. На высоте почти 4 тыс. м разместились пять гостевых модулей – три жилых, один для принятия пищи и релаксации перед панорамным окном, и последний – технический.

Появляться тематические гостиницы в нашей стране стали относительно недавно и представлены не в таком богатом разнообразии, нежели в западных

странах. Однако в последнее время подобные средства размещения в России получают все более широкое распространение. Объясняется это, конечно же, усталостью людей от повседневности и гонкой за новыми, незабываемыми впечатлениями.

2.2 Рынок гостиничных услуг Российской Федерации

Сфера гостиничных услуг в современном мире является одной из наиболее динамично развивающихся, формируя значительную часть доходов многих стран и отдельных регионов. Рынок гостиничных услуг России не является исключением и продолжает активно развиваться в течение последнего десятилетия, несмотря на нестабильную экономическую и политическую ситуацию в стране. В крупные российские города приходят гостиничные компании международного уровня, растет количество небольших частных отелей, ведется реконструкция старых советских гостиниц. Так, например, в 2017 г. в России функционировало 21300 средств размещения, по сравнению с 2016 г. их количество выросло на 6%. Отечественный рынок занимает лидирующие позиции среди стран СНГ по числу открытий новых средств размещения – практически 60% от общего числа [25].

В большинстве стран мира национальные гостиничные бренды составляют меньшую долю на рынке, чем бренды под международным управлением. На российском рынке сохраняется аналогичная тенденция: в 2017 г. гостиницы под международным управлением составляли в 1,5 раза больше количества национальных отелей. Тем не менее, российские гостиничные операторы продолжают активно развивать свой бизнес, так же выходя на региональные и международные рынки [11].

На сегодняшний день международные гостиничные операторы представлены в 39 городах России, а к 2025 г. они планируют вести свою деятельность уже в 53 российских городах. Большинство международных

гостиниц расположены в Москве и Санкт-Петербурге – 53%, в Сочи – 10%, в Московской области – 5%, в Екатеринбурге – 3%, а также ряде других российских городов [11].

По объему номерного фонда сейчас в России лидирует пять международных компаний, на которые приходится 80% рынка: «Accor Hotels» – 21%, «Radisson Hotel Group» – 18%, «Marriott International» – 15%, «InterContinental Hotels Group» – 15% и «Hilton Worldwide» – 13% [11].

Однако, в последние годы рынок гостиничных услуг РФ привлекает к себе внимание не только крупных инвесторов, но и становится предметом интереса среднего и малого бизнеса. В свою очередь и у туристов все большей популярностью пользуются малые средства размещения, к которым преимущественно и относятся тематические гостиницы. Многолетняя эволюция европейской индустрии гостеприимства показывает, что 40% потока туристов предпочитают останавливаться в малых средствах размещения, а 60% являются постояльцами крупных гостиничных комплексов.

Рост числа гостиничных предприятий в регионах и объектов размещения в сетевом управлении формирует качественную конкурентную среду и заставляет местных отельеров постоянно совершенствоваться, работать над формированием своих конкурентных преимуществ, по привлечению клиентов и созданию сегмента лояльных потребителей.

Трендом сегодняшнего развития сферы гостиничных услуг является персонификация сервиса и концептуализация услуг. В выигрыше гостиницы, способные предложить гостям немного больше, нежели те ждут. Отель является уже не только местом размещения, но и комплексом, предоставляющим широкий спектр услуг, в том числе развлекательных. Отельерам целесообразно в таких условиях заботиться не только о загруженности гостиницы и обеспечении комфортабельных условий проживания гостей, в наши дни приходится придумывать что-то новое и уникальное, чтобы заинтересовать туриста.

Финансовое развитие гостиничного сектора движется в сторону поиска новых направлений получения доходов, кроме доходов от номерного фонда. Это работа с корпоративным сегментом, концептуализация интерьера, привлечение внешних гостей в лобби и рестораны отеля и предоставление прочих дополнительных услуг. Клиенты хотят получить не просто ночь в гостинице или выходные в загородном доме отдыха, они стремятся получить эмоции и впечатления, что должно обеспечиваться разнообразием услуг, умением гостиниц реагировать на запросы гостей. Исходя из этого, отельеры и прибегают к таким проектам, как тематические гостиницы. Такой тип размещения в сочетании с развлечениями обязывается заинтересовать практически каждого путешественника.

2.3 Исследование тематических отелей Российской Федерации

Большинство тематических гостиниц появляется на территории развлекательных парков. Для привлечения посетителей и более длительного их пребывания тематические парки стараются расширить и разнообразить предложение, в частности, наполнить его разного рода развлечениями. Хороший результат дает размещение у границ парков новых рекреационных объектов, отелей, торговых центров, реализация совместных проектов с другими находящимися по близости учреждениями досуга. Поэтому в тематических парках стали появляться тематические отели, проживание в которых становится намного интереснее.

К примеру, в Подмосковье функционирует уникальный тематический парк-музей «Этномир», в котором создана целая коллекция этнических отелей. Каждый этно-отель до мелочей повторяет архитектурный стиль, интерьер и дух страны, которую представляет. Среди них избы, мазанки, юрты, чумы, гималайский и непальский дома и даже индийский дворец [16].

Отель «Замок Снов», расположенный на территории экологического ландшафтного парка «Пространство детской мечты» в Домодедово – пример

того, как нужно подходить к оформлению номеров. Интерьер каждого из них там выполнен очень креативно, смело и нестандартно: «Лагуна» стилизован под морское дно, «Гараж» по достоинству оценят автолюбители, дизайн номера «Игра» обыгрывает тему классического итальянского «Домино», романтичным натурам придется по душе номер «Небеса», кровать в котором представлена большим воздушным облаком. Также здесь работает Музей сказок и Башмака, посещение которого принесет много ярких эмоций и детям и взрослым [30].

Поистине волшебный сюжет прослеживается в таком проекте, как «Алеша Попович Двор» в Ярославле. Гостям предоставляется уникальная возможность провести отдых в атмосфере многогранности чувств сказки. Главное в концепции гостиницы – сочетание мира фантазий, навеянных историями и былинами. Интерьер комнат оформлен в стиле детских сказок и восточного эпоса, по традиционным укладам старинного русского быта. Постояльцев ждет размещение в номерах, названных в честь персонажей знаменитых произведений: «Илья Муромец», «Добрыня Никитич», «Черномор», «Алеша Попович», «Князь Хоромы», «Ростов Великий» и др.

В Санкт-Петербурге работают два хостела «Страна Чудес», которые владельцы именуют сказочными: пол сделан в виде шахматной доски, вместо номеров комнат на дверях висят игральные карты и имеется библиотека Алисы, где собрано более ста вариантов изданий произведения Льюиса Кэрролла [16].

Также ярким пятном на фоне пасмурного Санкт-Петербурга выделяется отель «Red Stars». Очевидно, что главный акцент в его интерьере сделан на красный цвет. Этажи отеля выполнены в стиле граффити и названы в честь мировых столиц: Нью-Йорк, Токио, Лондон, Рио-де-Жанейро и др. С первых дней жизни отель собирает самые восторженные отзывы своих гостей, которые отмечают не только безупречное качество обслуживания, но и наличие современных технологий и комфорт, а оригинальные интерьеры и

увлекательная живопись на стенах только приумножают общее приятное впечатление от пребывания в отеле [30].

Невозможно оставить без внимания роскошный отель «Nesselbeck» в Калининграде – замок, построенный по всем канонам зодчества эпохи Средневековья. Каждый из 23 номеров носит имя одного из магистров Тевтонского ордена. Рыцарский дух всё ещё витает в коридорах и залах умело воссозданной крепости. Постояльцы отеля здесь могут не просто ощутить его, а стать частью средневекового мира: примерить рыцарские доспехи, прокатиться верхом, пострелять из лука или оценить мощь холодного оружия, которое хранится в музее при отеле [30].

В Вологде функционирует необыкновенный бутик-отель «Библиотека». Интерьерная стилистика отеля – это 10 книг, в которых можно пожить. В основе каждого номера – литературное произведение: мистическая атмосфера «Мастера и Маргариты», сказочная арифметика «Алисы в стране чудес», теплые летние будни «Вина из одуванчиков» и др. Сюжетные линии уютных томов переплетены с высоким качеством обслуживания и полным пакетом услуг для комфортного пребывания и безмятежного отдыха [7]. Внешний облик отеля и пример оформления одного из номеров представлены в приложении Б.

Поклонники творчества Александра Сергеевича будут в восторге от отеля «Счастливый Пушкин», ведь это реальная возможность провести несколько дней в первой городской семейной квартире поэта, где он провел самые счастливые месяцы своего супружества. Дом с более чем двухсотлетней историей не покидает счастье и сегодня. В отеле царит атмосфера аристократических гостиных пушкинской эпохи. 37 номеров, от «эконома» до класса «люкс», каждый с уникальной планировкой, не имеют традиционной нумерации. Все они носят имена женщин, которые наполняли жизнь поэта смыслом, давали пищу его творчеству, служили источником вдохновения [30].

Для любителей экстремальных ощущений в Тобольске работает хостел «Узник», который расположен на территории историко-архитектурного

музея-заповедника «Тобольский централ». Номера хостела представляют собой камеры с тюремными кроватями и решетками на окнах. Гостям предлагают экскурсию по тюремному замку, имитацию заключения под стражу с ночевкой в условиях полной изоляции, а также участие в квест-игре «Побег из Тюремного замка» [16].

Довольно интересен эко-отель «LeapRus», который уже был упомянут ранее, – высокогорный приют, расположенный на южном склоне горы Эльбрус на высоте 3912 м над уровнем моря. Это эко-отель для альпинистов, предпочитающих палаткам комфорт технологий, он состоит из нескольких блоков, напоминающих космические капсулы. Здесь есть все, что необходимо в суровых горных условиях: отопление и пол с подогревом, удобные спальные места, всегда свежие сухие спальники, гостевые панорамные комнаты, горячая вода и электричество. Внешний облик отеля представлен в приложении В.

Несмотря на то, что в нашей стране разнообразие тематических гостиниц не столь велико, как в других европейских государствах, перечислять даже самые интересные из них можно очень долго. Концептуальные отели в РФ еще находятся на стадии развития и постепенного распространения, но некоторые из них могут уже и сейчас конкурировать с самыми необычными гостиницами мира.

Исследование состава тематических гостиниц России показало, что в нашей стране преобладающее число концептуальных средств размещения имеет тематику, посвященную какому-либо виду или деятелю искусства, историческим событиям и личностям, а также этническо-культурным особенностям народов. В отличие от других стран, в РФ практически нет отелей, позволяющих погрузиться в действительно экзотическую атмосферу, наподобие всемирно известных подводных и подземных гостиниц. Однако, у отечественных отельеров уже присутствует опыт в создании отелей-тюрем, что также является довольно неординарным решением и привлекает самых искушенных путешественников, ищущих по-настоящему экстремальные впечатления.

2.4 Анализ функционирования тематических гостиниц Краснодарского края

Одной из самых ярких, привлекательных и по-настоящему завораживающих тематических гостиниц Краснодарского края несомненно является отель-замок «Богатырь», расположенный в первом и самом известном развлекательном туристском комплексе нашей страны – «Сочи Парке». Сам же отель-замок «Богатырь» – это сказочная атмосфера в условиях комфорта и высокого класса обслуживания класса «четыре звезды». «Богатырь» расположен на берегу Черного моря в Имеретинской низменности города Сочи. Удачное местоположение отеля позволяет ему по праву считаться идеальным местом для семейного отдыха с детьми. В первую очередь, благодаря тому, что отель, единственный в нашей стране, находится на территории первого в России тематического развлекательного парка. В шаговой доступности находится Олимпийский парк и железнодорожная станция. Всего около десяти минут займет путь на автомобиле до международного аэропорта «Адлер» [26].

Архитектура «Богатыря» выгодно отличает отель от конкурентов в своем сегменте. Четырехзвездочный комплекс моментально привлекает внимание – он стилизован под настоящий средневековый замок. Общая концепция соблюдается не только во внешней отделке – внутреннее оформление также выдержано в благородном стиле рыцарского замка. Тематическая отделка помещений воссоздает в отеле атмосферу тепла и уюта, присущую семейным резиденциям. Пример оформления внутреннего убранства и внешний облик отеля представлены в приложении А.

Отель «Богатырь» состоит из главного 10-этажного здания и дополнительного Рыцарского корпуса. В фонде отеля – 293 номера различной категории от семейного стандарта до королевского двухуровневого люкса. Развитая инфраструктура «Богатыря» позволяет гостям найти все необходимое на территории комплекса. Здесь открыты два ресторана –

ресторан русской и европейской кухни «Садко» и ресторан «Баллада», работающий по системе «шведский стол», а также уютный лобби-бар и бар «Черномор». Гости могут посещать спа-центр, уличный подогреваемый бассейн, для самых маленьких посетителей открыт детский клуб «Карусель» и игровой центр «Легород». Отель располагает собственной парковкой с электрозаправкой и оборудованной пляжной территорией [26].

Несмотря на то, что «Богатырь» позиционируется как отель для семейного отдыха, в нем расположен собственный конгресс-центр с пятью конференц-залами разного размера и вместимости и современным презентационным оборудованием. Здесь с успехом проходят мероприятия разного уровня – от деловых встреч до международных семинаров [26].

Анализ функционирования отеля-замка «Богатырь», расположенного на берегу Черного моря в Олимпийском парке, в центре спортивной, культурной и развлекательной жизни Сочи, позволяет сделать вывод о том, что основными клиентами данного средства размещения являются семейные пары с детьми. Это объясняется огромным количеством развлечений, предлагаемых как «Сочи Парком», так и самим отелем, которые преимущественно ориентированы на детский возраст. Однако, неповторимая атмосфера средневекового замка в совокупности с огромным количеством самых различных аттракционов и подобных развлечений, своими чертами напоминающие сказочный «Диснейленд», не может оставить равнодушным ни детей, ни взрослых.

Довольно интересен мини-отель «Краски», расположенный в г. Краснодар. «Каждый Охотник Желает Знать, Где Сидит Фазан... Пока охотник желал, а фазан сидел, мы создали самый радужный мини-отель Краснодара!» – пишут владельцы и дизайнеры данного отеля. Его постояльцы мгновенно забывают о «серых буднях», как только переступают порог своего номера. Здесь их ждет практически полноценный сеанс цветотерапии: дизайн каждого из имеющихся шести номеров выполнен в сочных, насыщенных тонах. Все самое интересное начинается еще от входа в отель – им служит

графичная лестница, ступая на которую, попадаешь в пространство ярких, но в то же время гармоничных цветов. Детали, смелость и комфорт интерьера увлекают. Ложе каждого из номеров выполнено эксклюзивно, так же, как и вся остальная мебель. В маленьком, но удивительном отеле находится всё необходимое для современного отдыха с комфортом: Wi-Fi, телефон, спутниковое телевидение, система индивидуального кондиционирования, автостоянка с видеонаблюдением, автомойка. На первом этаже отеля расположена креативная сауна «Краски», с большим бассейном, комнатой отдыха и спальней. Интерьер помещений сауны порадует уже с порога и расположит к доброму отдыху, насыщая радостью и новыми силами [22]. Примеры оформления номеров отеля представлены в приложении Г.

Несомненно привлекает внимание гостиничный комплекс «Вилла Анна», расположенный в изысканном особняке, выполненном в стиле шотландского замка XVI в. Данный отель расположился в солнечном г. Сочи и соответствует категории 4 звезды, построен в 2004 г. в центральной части курорта, в 20 км от аэропорта, в 3 км от ж/д вокзала и 500 м от пляжа. Вас поразит потрясающая архитектура здания. При входе вас встретят средневековые рыцари, стоящие у бассейна с золотыми рыбками, кувшинками, лилиями и гиацинтами. Здесь каждый гость имеет возможность прогуляться по вечнозеленому субтропическому саду, окунуться в теплую воду открытого бассейна рядом с цветущими экзотами и попробовать блюда первоклассной домашней кухни ресторана «Добрый Мерлин» [30].

В живописном районе Красная поляна на высоте 600 м над уровнем моря у подножья г. Аибга расположился отель «Ом Дом». Внешне отель напоминает один из тех сказочных домиков, о которых нам читали в детстве и в которых мы так хотели побывать. Отель представлен десятью авторскими однокомнатными номерами с балконами, которые созданы в эко-стиле с использованием природных материалов таких, как: глина, солома, древесина, пропитки на основе масла и воска. Если вы любите активный отдых, вас заинтересуют пешие прогулки в горы, велосипедные и конные прогулки по

живописным окрестностям, которые для вас с удовольствием организует персонал. Если нет – ничто не мешает вам расположиться в каминном зале или чайном клубе. К тому же, каждый вечер, в качестве комплимента, гостям предлагается большой термос вкусного и полезного травяного чая [30].

Интересен также бутик-отель «Кайлас», являющийся «центром тибетской медицины». «Кайлас» расположен в идеальном центре г. Сочи, в 400 м от моря. От суеты и шума Курортного проспекта его защищает надежная стена из бамбука и пальм. Вы не встретите суеты и спешки в стенах этого бутик-отеля. Приоритетами его клиентов являются комфорт и спокойствие в шаговой доступности от главных достопримечательностей морской столицы. «Кайлас» предлагаем своим клиентам уютные номера, выполненные в традиционном восточном стиле. В центре работают дипломированные тибетские врачи, способные в кратчайший срок поставить на ноги даже тех пациентов, от которых отказывается традиционная европейская медицина. Центр «Кайлас» находится под покровительством тибетского ламы Чжун Даньчжу. Это означает, что он курирует работу врачей и разрабатывает процедуры в соответствии с традиционными восточными методиками. Для гостей, которые посетят отель на автомобиле, предлагается круглосуточная охраняемая парковка на территории центра. В номерах доступно кабельное телевидение и безлимитный интернет. В стоимость номера включены питание и лечебный курс [30].

Таким образом, мы видим, что большая часть тематических гостиниц Краснодарского края расположена в г. Сочи, который по праву является туристским центром нашего региона и притягивает туристов не только со всей страны, но также и иностранцев, путешествующих по России. Также, делая вывод по изученным данным, можно подтвердить, что такой тип мест размещения действительно преимущественно выражен в форме небольших гостиничных предприятий, а то и вовсе мини-гостиниц, имеющих в своем фонде лишь по 5–6 номеров, что, однако, не мешает им привлекать путешественников, ищущих необыкновенно ярких впечатлений от отдыха.

3 Проблемы и перспективы развития тематических гостиниц в Российской Федерации

3.1 Проблемы развития тематических гостиниц в Российской Федерации

У путешественников со всего мира все большей популярностью пользуются тематические отели, в настоящее время они развиваются во многих странах, являясь одним из популярных средств размещения. Тематические гостиницы во многих странах давно и прочно заняли свою нишу в индустрии гостеприимства и туризма, став одним из ключевых элементов гостиничного бизнеса.

Гостинично-туристский бизнес в нашей стране несколько отстает от западных стран. На этом рынке у нас еще нет столь мощной конкуренции за место в бизнесе. Однако, тенденции, обозначившиеся на западе, в скором времени можно ожидать и у нас. А тенденции таковы, что, например, в Европе наблюдается широкое распространение тематических гостиниц [21].

В данный момент на российском гостиничном рынке тематические гостиницы являются редкостью. Эксперты данной индустрии сходятся во мнении, что подобные заведения вряд ли заполонят Россию в ближайшее время. Они полагают, что такие гостиницы в ближайшем будущем будут появляться на рынке как эксклюзивный и штучный продукт. Такое мнение вполне объяснимо, ведь вместе с очевидными плюсами и перспективами развития у сектора концептуальных средств размещения существует немало проблем. Сейчас на отечественном рынке функционирует немало бутик-отелей, оказывающих услуги класса «люкс». Это вызвано тем, что наличие небольшого количества номеров вынуждает владельцев гостиниц максимизировать цену продаж и, следовательно, позиционировать свой отель как эксклюзивный.

Препятствием для развития концептуального гостиничного бизнеса в регионах России является фактор высоких цен на недвижимость и землю: малый отель, к числу которых преимущественно и относятся тематические гостиницы, начинает окупаться через 5-6 лет при благоприятных экономических условиях. Официальное оформление гостиничного бизнеса, перевод жилой недвижимости в нежилой фонд - самая сложная процедура. Она требует много времени, материальных затрат, приходится оплачивать неподъемные налоги на имущество. Многие собственники стали на криминальный путь развития собственного бизнеса, нанося урон налоговой системе и вызывая недовольство окружающих. При разработке планов рентабельности следует включать туда и планы по развитию малого гостиничного бизнеса, отдавая предпочтение помещениям, которые можно использовать под реконструкцию, так как строительство «с нуля» оттягивает окупаемость отеля на несколько лет [1].

Несмотря на все имеющиеся преимущества, доходность таких проектов все же невелика, поэтому они практически никогда не предлагают большой номерной фонд. В связи с этим, владелец подобного отеля должен уметь маневрировать при изменениях конъюнктуры рынка и искать различные формы экономии денежных средств, а работающий персонал должен быть «многопрофильным» и взаимозаменяемым [1].

Необходимо обратить внимание и на следующий фактор, сдерживающий развитие тематических гостиниц. По словам экспертов, и в России, и в мире концептуальные гостиницы сложно назвать бизнес-продуктом, скорее это причуда и способ самовыражения владельца. «Появление необыкновенных отелей сродни искусству, а оно – нерасчетливо. Здесь могут вступать в силу не только и не столько экономические мотивы», – отмечает эксперт. Предпринимателей отпугивает непредсказуемость такого вида недвижимости: во многом спрос на экзотику определяется модой, а она переменчива. Кроме того, экономически целесообразно строить типовые гостиницы, чтобы избежать опасности остаться без клиентов. Любой

экслюзив означает повышенные расходы и повышенный риск, в том числе и по причине непредсказуемости поведения основного целевого клиента. Сегодня внимание российского рынка сосредоточено на типовых городских бизнес-отелях. Даже в мировой практике тематические гостиницы стали появляться относительно недавно и занимают очень небольшую долю гостиничного рынка.

Естественно, что узкая специализация уменьшает аудиторию. Однако она же и дает возможность существовать отелям там, где спрос на них не очевиден или нужно выделиться на фоне общего предложения. Грамотное понимание специфики мировоззрения современного человека является важнейшим аспектом создания тематических средств размещения. Что заставляет туриста остановиться в необычном отеле? Среди общих, очевидных объяснений: тяга к необычному, экстремальному, жажда новизны, ярких впечатлений, специфический или номинальный интерес к истории, искусству, или любой другой близкой к душе тематике. Но у всех людей вкусы различны, поэтому и тематики гостиниц могут быть совершенно разнообразными. То, что привлечет одного туриста, другому покажется вовсе не интересным и скучным, – именно это и останавливает отельеров на пути к созданию необычных гостиниц. Однако точное определение потенциального потребителя продукта дает и многие преимущества таким средствам размещения.

3.2 Перспективы развития тематических гостиниц в Российской Федерации

По оценкам экспертов гостиничной отрасли, несмотря на кризис и сложную экономическую обстановку в мире, гостиничный сегмент в России продолжает развиваться и наращивать обороты. И ни для кого не секрет, что в настоящее время наиболее актуальным вектором развития может стать создание инновационных гостиничных концепций, а именно, – тематических

гостиниц. Инновационный отель сможет выйти на новый сегмент рынка и тем самым привлечь большее число гостей. Инновационная концепция должна сделать отель привлекательным для определенной группы потребителей. Это могут быть бизнесмены, ценящие развитую инфраструктуру отеля и комфорт (например, капсульные гостиницы). Или же отель может быть ориентирован на путешественников с определенным бюджетом (например, дизайн-отели). А для другой группы путешественников будет важна социальная и экологическая ответственность отеля [8].

Однако большинство инновационных концепций так или иначе «укладываются» в пять доминирующих глобальных тенденций, которые оказывают значительное влияние на бизнес-модели, используемые в европейском гостиничном секторе [8]:

1. Рост количества туристов из стран Востока и других развивающихся стран будет способствовать развитию в гостиницах услуг для гостей, представляющих разные мировые культуры (объекты «Chinafriendly» и «Halalfriendly»).

2. Население планеты стареет, но вместе с тем современные пожилые люди могут позволить себе путешествовать. Более того, создаются доступные условия и для маломобильных путешественников. Отелям необходимо учитывать эту тенденцию.

3. В современном мире активно развиваются технологии, что оказывает существенное влияние и на гостиничный бизнес. Это и необходимость расширения присутствия отеля в социальных медиа, и развитие роботизированного обслуживания (например, электронный учет предпочтений клиентов) и т.д.

4. Современный высокий темп жизни ведет к изменению приоритетов у людей – на первое место постепенно выходит качество жизни. Кроме того, многие люди путешествуют не только с целью отдыха, но и желая получить новые впечатления, которые совсем не связаны с их повседневной

деятельностью. Для путешественников этой группы предлагаются тематические гостиничные комплексы, различные концептуальные отели.

5. Все большее количество людей понимает необходимость заботы об окружающем мире. Для них важна экологическая ответственность предприятия (о чем уже упоминалось выше). Так все большую популярность получают эко-отели.

Подводя итог, можно отметить, что анализ и освоение зарубежного опыта помогут вывести отечественную индустрию гостеприимства на принципиально новый уровень. Как показывает современная практика, выжить и преуспеть в условиях глобального быстро изменяющегося рынка смогут только те предприятия, которые готовы меняться, привносить в свою деятельность что-то новое и задавать вектор развития отрасли. Развитие гостиничного бизнеса в каждой конкретной стране будет способствовать и развитию мирового гостеприимства и туризма в целом [8].

Исследование направленностей в туризме и гостеприимстве, осуществляемое Всемирной туристской организацией выявило, что туристы XXI в. будут «богаты деньгами, но бедны временем». В следствие они станут искать туристский продукт, содержащий в себе наибольшее количество информации, впечатлений, ощущений и эмоций в минимальный отрезок времени. Таким образом, именно тематические парки и концептуальные гостиницы, этнографические деревни, историко-архитектурные музеи-парки помогут осуществить основные цели современных путешественников. На смену пассивному отдыху по принципу «трех S» (Sea – Sun – Sand, то есть «море – солнце – пляж») приходит отдых по формуле «три L» (Lore – Landscape – Leisure, то есть «национальные традиции – пейзаж – досуг»). В последнее время отмечается, что туристы все больше проявляют интерес к быту, нравам, культуре и традициям другой страны, региона или какого-либо определенного народа.

Вследствие чего в настоящее время для России становится актуальной, например, концепция создания тематических гостиниц на базе народных

художественных промыслов [13]. Данная тематика способна предоставить путешественникам много интересной информации, эмоций и впечатлений в самых различных областях знаний и культуры. Тематические гостиницы могут создаваться вокруг самых разнообразных тем, содержащих в себе источник постоянного интереса: искусства, истории, культуры, традиций, этнографии, легенд, сказок, географии, спорта, мультфильмов и т. д. Это также позволит в отдельно взятом месте, создать возможность представления о русской культуре и традициях как иностранным, так и российским туристам.

Невозможно не отметить и такую актуальную для России стратегическую идею: сохранение историко-архитектурного потенциала страны посредством преобразования старых исторических зданий в тематические гостиницы. Исторические здания могут быть сохранены и бережно реконструированы в интересах развития концептуального гостиничного бизнеса, что, несомненно, разнообразит предложение национального рынка гостиничных услуг. Более того, позитивный опыт данной концепции уже начинает появляться в нашей стране. Так, например, девелоперская компания МИАН сформировала благотворительный фонд дома Наркомфина, который начал выкупать квартиры у жителей дома и готовить его к реконструкции, в результате чего здание должно будет перепрофилировано в дизайнерскую гостиницу [36].

Особое место в ряду инновационных форматов гостиничных услуг занимают отели-музеи. В подавляющем большинстве такие средства размещения стремятся максимально приблизиться в плане интерьера и атмосферы помещения к определённой исторической эпохе, создавая «эффект приобщения», который выражается в погружении человека в музейную среду, приобщения к реалиям жизни людей в прошлом. Соединение музея и отеля является одним из наиболее перспективных направлений развития услуг сферы туризма и гостеприимства, так как особый статус таких гостиниц позволяет повысить конкурентоспособность услуг размещения. Особое значение имеет тот факт, что данный гостевой формат позволяет создать

адекватную рыночным реалиям форму вовлечения музейного дела в экономическую деятельность субъектов туристского рынка [27].

Довольно популярны в России и литературно-тематические гостиницы – средства размещения, названные в честь известных литераторов, посвященные определенному литературному произведению или персонажу, а также связанные с литературой как видом искусства и ведущие активную культурную деятельность. Обычно в таких отелях организуются литературные салоны, проводятся концертные мероприятия, встречи с известными поэтами, писателями и т.п. Данная тематика остается актуальной во все времена и имеет место широкому распространению в сфере концептуальных средств размещения в нашей стране благодаря богатой многовековой истории русской литературы.

Интересным направлением для создания тематических отелей в нашей стране могут являться также культурные и исторические особенности других стран. Сегодня особенно популярна этническая направленность в оформлении номеров, в частности, японский минимализм, африканский или марокканский стиль. Такие отели всегда будут привлекать посетителей своим необычным стилем и завораживающей, таинственной атмосферой.

В России направление тематических гостиниц развивается несколько медленнее, чем в других странах. Объясняется это тем, что узкая специализация уменьшает аудиторию. Однако, этот же фактор и дает возможность выделиться особенным гостиницам на фоне общего предложения и существовать там, где спрос на них не очевиден. Тематические гостиницы могут служить центром притяжения для потенциально развивающихся туристских дестинаций, ведь туристы специально приезжают, чтобы пожить в специфических условиях. Поэтому я считаю, что нужно стараться развивать данную сферу деятельности в нашей стране, так как это является уникальной возможностью отдохнуть интересно и с огромным удовольствием получить множество незабываемых впечатлений.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Тематическая гостиница – это средство размещения, дизайн и сервисная концепция которого подчинены определенной теме. Основными чертами таких гостиниц являются уникальность предоставляемых услуг, созданный неповторимый концепт и подчинение всех элементов комплекса единой идее. Тематические гостиницы специализируются на аудитории с четко выраженными особенностями спроса, например, на ценителях истории, искусства, любителей спорта или экстремальных ощущений.

Одной из первопричин появления тематических гостиниц можно считать «усталость» современного туриста от стандартности. Путешествуя по миру в поисках ярких впечатлений, люди осознанно стали готовы платить больше за удовольствия и впечатления от отпуска. Современный отель стал не просто местом, где турист может остановиться для ночлега. Теперь это место, где он может получить новый чувственный опыт через впечатление. Наряду с традиционно ценным качеством обслуживания и комфортом, привлекательным стало необычное эстетическое оформление средств размещения, применение инновационных технологий. Отсюда и желание отельеров экспериментировать с гостиничным дизайном, стремление к созданию нестандартных вариантов размещения. В тематические отели можно приехать как на экскурсию, а туристов привлекает их основная ценность – погружение в игровое пространство, добровольное принятие правил ролевой игры.

В нашей стране тематические гостиницы появляться стали относительно недавно и представлены не в таком богатом разнообразии, нежели в западных странах. Однако в последнее время подобные средства размещения в России получают все более широкое распространение.

Исследование состава тематических гостиниц на территории Российской Федерации показало, что в нашей стране преобладающее число концептуальных средств размещения имеет тематику, посвященную какому-

либо виду или деятелю искусства, историческим событиям и личностям, а также этническо-культурным особенностям народов. В отличие от западных стран, в России, к сожалению, практически нет отелей, позволяющих погрузиться в действительно экзотическую атмосферу, наподобие всемирно известных подводных и подземных гостиниц. Однако, у отечественных отельеров уже присутствует опыт в создании отелей-тюрем, что также является довольно неординарным решением и привлекает самых искушенных путешественников, ищущих по-настоящему экстремальные впечатления.

Изученные мной данные позволяют сделать вывод о том, что в нашей стране направление тематических гостиниц развивается несколько медленнее, чем в других странах. Объясняется это тем, что узкая специализация уменьшает аудиторию. Однако, этот же фактор и дает возможность выделиться особым отелям на фоне общего предложения и существовать там, где спрос на них не очевиден. Тематические гостиницы могут служить центром притяжения для потенциально развивающихся туристских дестинаций, ведь туристы специально приезжают, чтобы пожить в специфических условиях. Поэтому я считаю, что нужно стараться развивать данную сферу деятельности в нашей стране, так как это является уникальной возможностью отдохнуть интересно и с огромным удовольствием получить множество незабываемых впечатлений.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Авилова Н.Л. Малые отели России: проблемы и перспективы развития / Н.Л. Авилова [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/malye-oteli-rossii-problemy-i-perspektivu-razvitiya>. – Дата обращения: 17.04.2020.
2. Артемова Е.Н. Основы гостеприимства и туризма: учебное пособие / Е.Н. Артемова, В.А. Козлова. – Орёл: ОрёлГТУ, 2005.
3. Барчуков И.С. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов: учебное пособие / И.С. Барчуков, Л.В. Баумгартен, Ю.Б. Башин и др. – М.: КНОРУС, 2016.
4. Березовая Л.Г. История туризма и гостеприимства: учебное пособие / Л.Г. Березовая. – М.: Юрайт, 2014.
5. Бокарев С.К. Российский гостиничный бизнес: обзор / С.К. Бокарев [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU». – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36837053>. – Дата обращения: 21.12.2019.
6. Большакова В.Е. Особенности рынка гостиничных услуг в Российской Федерации / В.Е. Большакова [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-rynka-gostinichnyh-uslug-v-rossiyskoy-federatsii>. – Дата обращения: 16.01.2020.
7. Бутик-отель «Библиотека» [Электронный ресурс]: Официальный сайт бутик-отеля «Библиотека». – Режим доступа: <http://bibliotekahotel.ru/otel>. – Дата обращения: 25.02.2020.
8. Васильева А.Д. Развитие Российского гостиничного бизнеса / А.Д. Васильева [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU». – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29175544>. – Дата обращения: 26.04.2020.

9. Волк Е.Н. Управление впечатлениями в гостеприимстве и сервисе / Е.Н. Волк [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU». – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36837062>. – Дата обращения: 16.01.2020.

10. Гостиницы: история возникновения [Электронный ресурс]: Универсальная научно-популярная онлайн-энциклопедия «Кругосвет». – Режим доступа: <https://www.krugosvet.ru/enc/ekonomika-i-pravo/gostinitsa>. – Дата обращения: 11.12.2019.

11. Гостиницы под управлением международных операторов в России в 2019 г. [Электронный ресурс]: Официальный сайт компании «ЕУ». – Режим доступа: https://assets.eu.com/content/dam/eu-sites/eu-com/ru_ru/topics/real-estate-hospitality-and-construction/eu-ihb-russia-analytics-2019-rus.pdf – Дата обращения: 15.01.2019.

12. Гостиничная экзотика [Электронный ресурс]: Портал коммерческой недвижимости Москвы и России «КРЕ». – Режим доступа: <https://www.cre.ru/news/4382>. – Дата обращения: 11.12.2019.

13. Гулеева А.В. Туризм и гостеприимство как ресурс сохранения и развития народных художественных промыслов / А.В. Гулеева [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU». – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36837068>. – Дата обращения: 09.01.2020.

14. Джанджугазова Е.А. Инновационный комплекс маркетинга гостиницы: «семь чувственных нот гостеприимства» / Е.А. Джанджугазова [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека «КиберЛеника». – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnyu-kompleks-marketinga-gostinitsy-sem-chuvstvennyh-not-gostepriimstva>. – Дата обращения: 06.02.2020.

15. Джанджугазова Е.А. Концептуальные отели как средство сохранения культурноисторического наследия / Е.А. Джанджугазова, И.В. Степанов [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека «КиберЛеника». – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/>

kontseptualnye-oteli-kak-sredstvo-sohraneniya-kulturnoistoricheskogo-naslediya. – Дата обращения: 12.12.2019.

16. Диво дивное: тематические отели [Электронный ресурс]: Электронный журнал «Хорека Магазин». – Режим доступа: <http://www.horeca-magazine.ru/article/2357>. – Дата обращения: 05.12.2019.

17. История гостиничного дела [Электронный ресурс]: Живой Журнал. – Режим доступа: <https://hoteladvisor.livejournal.com/32450.html>. – Дата обращения: 26.01.2020.

18. Казакова С.А. Концептуальные средства размещения как элементы креативных кластеров / С.А. Казакова, Т.М. Кривошеева [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека «КиберЛеника». – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualnye-sredstva-razmescheniya-kak-elementy-kreativnyh-klasterov>. – Дата обращения: 28.01.2020.

19. Колобкова В.А. Особенности продвижения гостиничных услуг с использованием современных маркетинговых методов / В.А. Колобкова, Д.С. Суворова [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека «КиберЛеника». – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-prodvizheniya-gostinichnyh-uslug-s-ispolzovaniem-sovremennyh-marketingovyh-metodov>. – Дата обращения: 30.01.2020.

20. Крылов Н.А. Проблемы развития гостиничного бизнеса в Российской Федерации / Н.А. Крылов [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU». – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36837104>. – Дата обращения: 30.01.2020.

21. Мартышенко Н.С. Нестандартные средства размещения и их роль в формировании туристских потоков дестинаций / Н.С. Мартышенко [Электронный ресурс]: Научно-методический электронный журнал «Концепт». – Режим доступа: <https://e-koncept.ru/2013/13224.htm>. – Дата обращения: 17.12.2019.

22. Мини-отель «Краски» [Электронный ресурс]: Сервис по онлайн-бронированию гостиниц «Ночи Ком». – Режим доступа: <https://hotel-kraski-krasnodar.nochi.com>. – Дата обращения: 25.03.2020.

23. Мышьякова Н.М. Гостиничное дело: учебное пособие / Н.М. Мышьякова, С.Г. Шкуропат. – СПб.: СПбГУСЭ, 2013.

24. Необычные отели мира [Электронный ресурс]: Полевской туристско-краеведческий портал. – Режим доступа: <http://www.polevskoy-turcentr.ru/studentam/2/chitaem.html>. – Дата обращения: 11.12.2019.

25. Нуроянова А. Индустрия гостеприимства: тенденции развития гостиничного бизнеса / А. Нуроянова [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU». – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36837118>. – Дата обращения: 30.01.2019.

26. Отель-замок Богатырь [Электронный ресурс]: Официальный сайт отеля-замка «Богатырь». – Режим доступа: <https://bogatyr-castle.ru>. – Дата обращения: 25.02.2020.

27. Пережогина О.Н. Концептуальные основы развития отелей-музеев в современном туристском пространстве / О.Н. Пережогина, М.С. Рузавина [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualnye-osnovy-razvitiya-oteley-muzeev-v-sovremenном-turistskom-prostranstve>. – Дата обращения: 08.01.2020.

28. Постановление Правительства РФ от 16.02.2019 N 158 «Об утверждении Положения о классификации гостиниц» [Электронный ресурс]: Информационно-правовой портал «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_318372. – Дата обращения: 20.12.2019.

29. Психология восприятия интерьера отелей [Электронный ресурс]: Портал «Welcome Times» о специфике гостиничной индустрии и туристического бизнеса. – Режим доступа: <https://welcometimes.ru/opinions/>

psihologiya-vospriyatiya-interera-oteley-sovety-dizaynera. – Дата обращения: 28.02.2020.

30. Самые необычные отели России [Электронный ресурс]: Деловой журнал «ТМН». – Режим доступа: <http://1tmn.ru/ratings/russia/samye-neobychnye-oteli-rossii-4151293.html>. – Дата обращения: 25.02.2020.

31. Скрипова Т.В. Подводные отели в современной структуре гостеприимства: культурно-философский аспект / Т.В. Скрипова [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека «КиберЛеника». – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/podvodnye-oteli-v-sovremennoy-strukture-gostepriimstva-kulturno-filosofskiy-aspekt>. – Дата обращения: 25.02.2020.

32. Степанов И.В. Две методики работы над образом содержания концепт-отеля / И.В. Степанов [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека «КиберЛеника». – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/dve-metodiki-raboty-nad-obrazom-soderzhaniya-kontsept-otelya>. – Дата обращения: 14.01.2020.

33. Степанов И.В. Концептуальные отели: научно-практические основы функционирования / И.В. Степанов [Электронный ресурс]: Научно-практический журнал «Современные проблемы сервиса и туризма». – Режим доступа: https://spst-journal.org/Archive_article/2010/2010_02/8.pdf. – Дата обращения: 21.12.2019.

34. Тематические отели. Взгляд со стороны [Электронный ресурс]: Интернет-портал «Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса». – Режим доступа: <https://www.frontdesk.ru/article/tematicheskie-oteli-vzglyad-so-storony>. – Дата обращения: 21.12.2019.

35. Уокер Дж.Р. Введение в гостеприимство: учебное пособие / Дж.Р. Уокер. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.

36. Файзров Р.В. Современные тенденции развития индустрии туризма и гостеприимства в России и пути решения возникающих проблем / Р.В. Файзров [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека

«eLIBRARY.RU». – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36837189>. – Дата обращения: 30.01.2020.

37. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ. [Электронный ресурс]: Информационно-правовой портал «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462. – Дата обращения: 21.12.2019.

38. Фомина Е.Д. Применение маркетинговых концепций в индустрии гостеприимства / Е.Д. Фомина [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека «КиберЛеника». – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-marketingovyh-kontseptsiy-v-industrii-gostepriimstva>. – Дата обращения: 21.01.2020.

39. Шкуропат С.Г. Литературно-тематические отели в социокультурном пространстве Санкт-Петербурга / С.Г. Шкуропат [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека «КиберЛеника». – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/literaturno-tematicheskie-oteli-v-sotsiokulturnom-prostranstve-sankt-peterburga>. – Дата обращения: 08.01.2020.

ПРИЛОЖЕНИЕ А



Рисунок А.1 – Внутренняя отделка помещений в отеле-замке
«Богатырь»

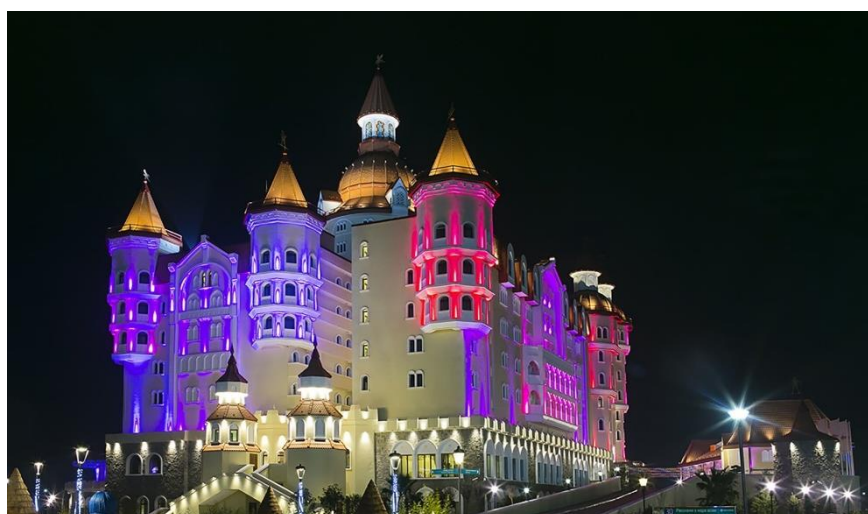


Рисунок А.2 – Внешний облик отеля-замка «Богатырь»

ПРИЛОЖЕНИЕ Б



Рисунок Б.1 – Внешний облик бутик-отеля «Библиотека»



Рисунок Б.2 – Номер, оформленный в стиле книги «Вино из одуванчиков»

ПРИЛОЖЕНИЕ В



Рисунок В.1 – Эко-отель «LeapRus»



Рисунок В.2 – Эко-отель «LeapRus»

ПРИЛОЖЕНИЕ Г



Рисунок Г.1 – Мини-отель «Краски»

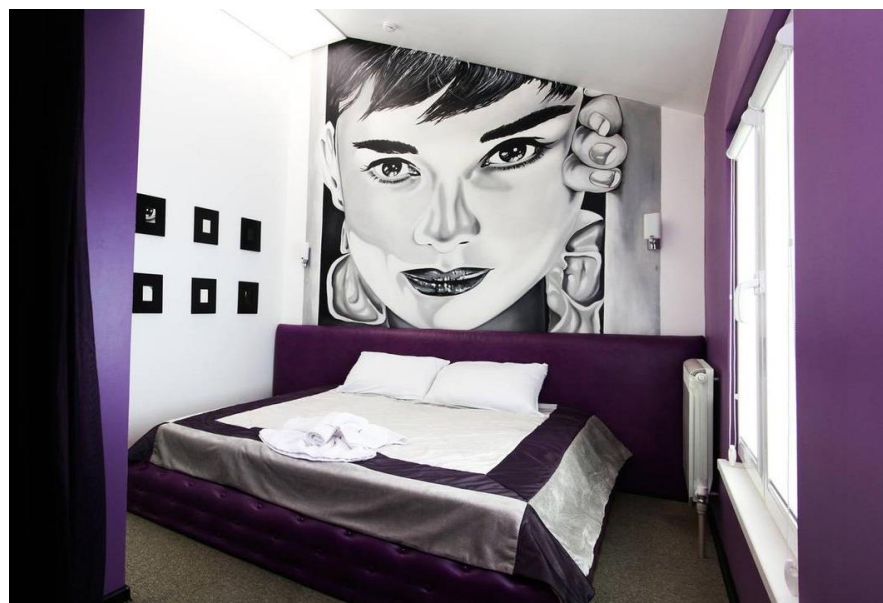


Рисунок Г.2 – Мини-отель «Краски»