РАЗВИТИЕ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ КАК ОТРАЖЕНИЕ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПОТРЕБНОСТЕЙ ТУРИСТОВ

О.А. Суранова

Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация

Информация о статье

Дата поступления

11 июля 2019 г.

Дата принятия к печати

10 декабря 2019 г.

Дата онлайн-размещения

20 декабря 2019 г.

Ключевые слова

Туризм; рынок гостиничных услуг; средства размещения; дифференциация потребностей туристов

Аннотация

В XX в. туризм стал доступным для многих слоев населения и превратился в мощный двигатель экономического развития. Одним из важных факторов, влияющих на этот процесс, является возможность реализации различных потребностей туристов. Так, удовлетворение базовой потребности в комфортной и безопасной среде проживания в период туристских поездок осуществляется с помощью разнообразных средств размещения. Возможности и направления развития туризма и направления развития средств размещения взаимообусловлены. Дифференциация потребностей туристов отражается на направлениях развития различных видов средств размещения, особенно индивидуальных. Цель данной работы — рассмотрение дифференциации потребностей туристов в качестве фактора появления и развития разнообразных средств размещения. Для достижения поставленной цели использовался комплекс качественных и количественных методов исследования, включая методы анализа и синтеза. Определена роль средств размещения в развитии туризма, изучено изменение потребностей туристов в условиях массового туризма, доказано, что увеличение разнообразия средств размещения выступает ответом на дифференциацию потребностей туристов. Средства размещения организуют свою деятельность в ответ на появление и развитие разнообразных культурных, духовных, познавательных и других потребностей туристов, что, в частности, обеспечивает их сохранение на рынке гостиничных услуг. Таким образом, средства размещения развиваются естественным путем, что свидетельствует об их объективной необходимости. Задача внешней среды, в частности в аспекте институциональных воздействий, заключается в создании оптимальных условий для сохранения и развития средств размещения в соответствии с дифференциацией потребностей туристов.

DEVELOPMENT OF ACCOMMODATION FACILITIES AS A REFLECTION OF DIFFERENTIATION OF TOURIST NEEDS

Oxana A. Suranova

Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation

Article info

Received

July 11, 2019

Accepted

December 10, 2019

Available online

December 20, 2019

Keywords

Tourism; hotel services market; accommodation facilities; differentiation of tourist needs

Abstract

Tourism in the 20th century has become available to many population segments and turned into a powerful engine of economic development. One of the important factors of this process is an opportunity of implementing various needs of tourists. Thus, meeting the basic needs in a comfortable and safe living environment during tourist trips is carried out by various accommodation facilities. Opportunities and directions for tourism development and directions for development of accommodation facilities are interdependent. Differentiation of tourist needs is reflected in the directions of developing accommodation facilities, especially individual ones. The aim of this work is to consider the differentiation of the tourist needs as a factor of emergence and development of various accommodation facilities. To achieve this goal, a complex of qualitative and quantitative research methods, including methods of analysis and synthesis, is used. The paper specifies the role of accommodation facil-

ities in development of tourism, investigates changes of tourist needs in terms of mass tourism, proves that increasing the variety of accommodation facilities is a response to the differentiation of tourist needs. Accommodation facilities organize their activities in reply to emergence and development of diverse cultural, spiritual, cognitive and other needs of tourists, which, in particular, ensures their preservation on the hotel services market. Thus, accommodation facilities are developing naturally, which testifies their objective need. The task of the external environment, in particular, in terms of institutional influences is creation of optimal conditions for their preservation and development of accommodation facilities in accordance with differentiation of tourist needs.

Введение

Развитие доступной и комфортной туристической среды определено в Стратегии развития туризма до 2020 г. Ее формирование во многом обусловлено имеющимся туристским потенциалом территорий и туристских дестинаций России [1; 2]. В ходе исследования доказывается, что дифференциация потребностей туристов является фактором появления и развития разнообразных средств размещения, определяется роль средств размещения в развитии туризма, изучается изменение потребностей туристов в современном мире, обосновывается мысль о том, что увеличение разнообразия средств размещения выступает ответом на дифференциацию потребностей туристов.

В исследовании решается проблема выявления последствий развития средств размещения, возникающих в результате изменения потребностей туристов, формулируется гипотеза о том, что дифференциация потребностей туристов предопределяет разнообразие направлений развития средств размещения.

В XXI в. дифференциация потребностей в аспекте персонификации запросов туристов будет углубляться, что неизбежно приведет к увеличению разнообразия средств размещения. Установка на соблюдение условий обеспечения комфортного и безопасного размещения и проживания требует актуализации соответствующих норм и правил.

Источником данных для настоящего исследования выступают официальные документы, аналитические обзоры и результаты предшествующих исследований. В работе использовался комплекс качественных и количественных методов исследования, включая методы анализа и синтеза.

Результаты

В ходе исследования определена роль средств размещения как фактора развития туризма. Изучено изменение потребностей туристов в современном мире, которые можно рассматривать в качестве важнейшего фактора, предопределяющего появление и развитие

разнообразных средств размещения. Доказано, что увеличение разнообразия средств размещения выступает ответом на дифференциацию потребностей туристов. Рассмотрены возможные последствия дифференциации средств размещения, обусловленные дифференциацией потребностей туристов.

Определение роли средств размещения как фактора развития туризма. Размещение туристов во время путешествия занимает центральное место в комплексе предоставляемых им услуг и является неотъемлемой частью каждого тура¹.

Конференция ООН по международным путешествиям и туризму, состоявшаяся в 1963 г., признала важность как традиционных (гостиница, мотель и др.), так и дополнительных (лагеря, молодежные hostels, гостевые дома, квартиры и др.) средств размещения для развития международного туризма². Последующие изменения, происходившие в сфере туризма и гостеприимства, подтвердили справедливость данного положения. Неслучайно в преамбуле приказа Росстата от 12 декабря 2014 г. № 700 заведения, предоставляющие услуги краткосрочного размещения, а также заведения, предоставляющие услуги общественного питания, и бюро путешествий рассматриваются как образующие индустрию туризма страны, что соответствует положениям, изложенным в Международных рекомендациях по статистике туризма³.

Изучению различных аспектов проблемы развития средств размещения посвящены теоретические и практические разработки

¹ Индустрия туризма. URL: <http://portal-1.ru/tur/srraztur.html>.

² Развитие туризма (общая резолюция) : конф. ООН по междунар. туризму и путешествиям. Рим (Италия), 21 авг. — 5 сент. 1963 г. URL: <http://docs.cntd.ru/document/901813699>.

³ Об утверждении Официальной статистической методологии формирования отдельных показателей деятельности коллективных средств размещения по полному кругу хозяйствующих субъектов : приказ Росстата от 12 дек. 2014 г. № 700. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_147530; Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 г. URL: <https://docviewer.yandex.ru>.

как зарубежных, так и отечественных исследователей. В частности, А.Н. Бузни, обращая особое внимание на естественный характер развития средств размещения, отмечает: «Средства размещения как приют для странствующих формировались естественным путем с древнейших времен». Продолжая свою мысль, он пишет, что «потребность в них становится особо актуальной с массовым развитием туризма во всем мире» [3].

Sabre Corporation, ведущий поставщик технологий для мировой индустрии путешествий, опубликовал результаты исследования, проведенного совместно с аналитической компанией Trend Watching. Эксперты отмечают, что «индустрия гостеприимства постоянно меняется в ответ на новые ожидания путешественников»⁴.

Представляет интерес попытка выделения социокультурного аспекта средств размещения с позиции ресурсного подхода, в частности представленная в работе Н.В. Волковой [4], которая обращает внимание на то, что в настоящее время средства размещения приобретают все большее значение как целевые ресурсы. Она считает, что это связано с расширением их функций в направлении увеличения видов и количества предлагаемых услуг, следствием чего является восприятие туристом средства размещения как места назначения в аспекте особой достопримечательности.

Поскольку средства размещения представляют собой значимую составляющую сферы туризма и предназначены для размещения и проживания туристов, то как таковые они связаны с выполнением туризмом социальных функций, определенных и описанных в [5; 6]:

1. *Познавательная функция* — знакомство с историческими, этнографическими, природными памятниками и традициями.

2. *Эстетическая и эмоционально-психологическая функция* — возможность наслаждаться красотой окружающей среды, включая объект временного проживания. Эстетическая функция тесно связана с эмоционально-психологической, под которой понимается возможность снятия напряжения и усталости после напряженного труда, получение положительных эмоций от встреч с людьми и впечатлений от интересных объектов проживания.

3. *Социокультурная функция* проявляется как в отношении туристов, так и в отношении владельцев средств размещения, принимающих туристов. Интерес туристов к истории и культуре мест проживания вызывает у местного населения потребность

познания собственных исторических корней, бытовой культуры своего народа.

4. *Культурно-воспитательная функция* проявляется через знакомство с историей и культурой других стран, расширяет кругозор человека, углубляет его эстетическое восприятие объектов проживания.

5. *Социально-коммуникативная функция* реализуется через возможность участников путешествия общаться друг с другом в неформальной обстановке, без производственной субординации и учета социального положения, возраста, национальности, гражданства и других признаков, различающих людей. Впечатления от конкретного путешествия — это чаще всего впечатления от общения с новыми людьми.

Средства размещения туристов позволяют создавать пространства, в которых проявляются культурные и общечеловеческие ценности принимающей стороны (страны). О.Н. Кострюкова, рассматривая массовый туризм, замечает, что «туризм выступает как мощный инструмент межкультурной коммуникации не через особые, значительные культурные мероприятия и достопримечательности, но посредством более демократичного и повседневного подхода к межкультурному взаимодействию» [7]. А.П. Суходолов и В.В. Бережных отмечают: «...развитие туризма способствует благоустройству городов и населенных пунктов, повышению культуры обслуживания населения, решает проблему занятости» [8].

Таким образом, разнообразие функций, реализуемых в рамках средств размещения, отражает наличие различных потребностей туристов, дифференциация которых может свидетельствовать, в частности, о формировании так называемого нового туриста.

Изучение изменения потребностей туристов в современном мире, которые можно рассматривать в качестве важнейшего фактора, предопределяющего появление и развитие разнообразных средств размещения. В XXI в. процесс диверсификации туризма углубляется, появляются новые рыночные сегменты и ниши. Происходит персонификация запросов потребителей, и туризм вступает в эпоху индивидуализации. В результате основной задачей туризма становится идентификация, стимулирование и удовлетворение разнообразных потребностей туристов [9]. Однако реализация данной задачи сдерживается рядом факторов, которые можно разделить на внешние (политические, социальные, экономические и т.д.) и внутренние (мотивация, психические свойства, привычное поведение и пр.). Сходный подход находим у

⁴Buying Business Travel Russia. URL: <https://buyingbusinessstravel.com.ru>.

Т.П. Розановой [10], которая рассматривает факторы — стимуляторы туристической активности и факторы — барьеры, снижающие туристический поток (табл. 1).

Ю.Е. Кошурникова, опираясь на разработки Я. Качмарека, отметила, что происходящие под воздействием указанных выше факторов изменения в туризме способствуют развитию нового туризма, имеющего следующие характеристики: эластичность, экологичность, интегрированность, разнообразие. Названные особенности современного туризма изменяют как потребности, так и поведение современного туриста. На основе анализа литературы, опубликованных отчетов и прогнозов, с помощью подхода регионального форсайта Ю.Е. Кошурникова сделала попытку разработать общую мо-

дель нового туриста [11; 12]. Характеристики данной модели представлены в табл. 2.

Отмеченные характеристики общей модели нового туриста свидетельствуют об изменении поведения современного туриста, что оказывает влияние на различные аспекты сферы туризма и гостеприимства, в том числе на появление разнообразных средств размещения. В частности, в работах отечественных авторов представлены некоторые трактовки причин дифференциации средств размещения, среди которых отмечено изменение вкусов и целей путешествия туристов, возрастание социально-культурной ценности туристских ресурсов (табл. 3).

Имеются различные подходы к трактовке понятия «средство размещения» (а также его синонимов, представленных в литера-

Таблица 1

**Факторы — стимуляторы туристической активности
и факторы — барьеры, снижающие туристический поток***

Факторы	Состав
Стимуляторы	Развитие транспортных средств, улучшение их надежности, безопасности; повышение транспортной доступности территории; развитие туристской инфраструктуры (доступность, разнообразие, повышение качества). Повышение уровня доходов населения; ухудшение состояния среды обитания человека. Сокращение рабочего и увеличение свободного времени. Техническая революция средств связи
Барьеры	Террористические угрозы, вооруженные, политические конфликты, эпидемии, стихийные бедствия. Колебания экономической конъюнктуры, колебания курсов валют, таможенные и визовые ограничения. Стереотипы как психологические факторы. Дифференциация уровня социально-экономического развития регионов. Увеличение транспортных издержек как следствие роста цен на топливо

* Составлена по: [10].

Таблица 2

Характеристики общей модели нового туриста*

Характеристика	Описание
Демографическая	Представитель стареющего общества, создающий семью в более старшем возрасте, предпочитающий другую модель семьи (2+1), зачастую одинокий или бездетный человек, часто работающая женщина
Предсказуемость	Менее предсказуемый, более спонтанный, предпочитающий потреблять гибридные продукты, зачастую не планирующий свой отпуск, имеет различные потребности в краткосрочном периоде
Система ценностей	Следующий принципу «не иметь, но быть», понимающий последствия своего поведения для окружающей среды, ищущий естественность и реальность, уважающий местные обычаи, культуру, религию, допускающий различия (открытый, толерантный), готовый завязывать новые знакомства, способный к самоограничению своих потребностей
Зависимость	Более независимый; желающий во время отпуска как-то позиционировать себя; допускающий риск; желающий выделяться из толпы
Опыт	Большой опыт путешествий, легче адаптируется к встречаемым условиям, знающий собственные потребности, лучше образованный, быстро обучающийся (благодаря доступности информации), не открывающий мир заново, а только подтверждающий свои знания о нем, требующий больше аттракций и развлечений, обладающий большими возможностями и особыми потребностями
Стиль жизни	Более обеспеченный, имеющий больше свободного времени, ведущий здоровый образ жизни, активный, занимающийся спортом, реализующий больше коротких отпусков, имеющий гибкий рабочий график, рассматривающий путешествие как возможность для обучения, ожидающий от путешествия самореализации и духовного развития

* Составлена по: [12].

Некоторые трактовки причин дифференциации средств размещения

Трактовка причин	Источник
Современные путешественники диктуют рынку средств размещения свои условия, с которыми представители гостиничного бизнеса не могут не считаться. Мировые отельеры отмечают, что современный гостиничный рынок многих развитых стран претерпевает значительные изменения под влиянием изменяющихся вкусов туристов. Многие туристы ищут новые впечатления, и им уже неинтересны стандартные условия современной гостиницы. Однотипные услуги, получившие распространение в крупных гостиничных сетях, начинают наскучивать туристу	[13]
Разнообразие форм и видов средств размещения увеличивается в зависимости от развития сферы туризма и путешествий. Данный процесс связан с дифференциацией целей путешествия и прибытия гостя, используемым транспортом и т.д.	[14]
Рост потенциала средств размещения осуществляется путем вовлечения новых видов объектов, оказывающих услуги туристам, и возрастания социально-культурной ценности туристских ресурсов, используемых в настоящее время	[4]

турных источниках, — объекты размещения, заведения размещения, учреждения размещения туристов) (табл. 4).

Рассмотрение представленных трактовок понятия «средство размещения» позволило выявить ключевые характеристики средств размещения, к числу которых можно отнести имущественный комплекс — здание/здания/часть здания (строения/сооружения); оборудованное помещение; временное проживание, ночевка; разовое или регулярное (регулярное или эпизодическое);

предоставление по договоренности; различный уровень сервиса. Набор из представленных характеристик позволяет сгруппировать средства размещения в зависимости от потребностей определенных групп туристов. Например, разделить средства размещения на коллективные и индивидуальные. Данное деление представлено в стандартной классификации средств размещения туристов, разработанной экспертами ВТО⁵, что отражает

⁵ World Tourism Organization UNWTO. URL: <https://www2.unwto.org>.

Таблица 4

Трактовки понятия «средство размещения»

Содержание понятия «средство размещения»	Источник
Любой объект, предназначенный для временного проживания людей	[15]
Средство размещения, предоставляющее для путешественника размещение на ночь в комнате или в каком-либо ином помещении, однако число мест, которое в нем имеется, превышает определенный минимум для групп лиц, превышающих отдельную семейную единицу; а все места в данном заведении должны подчиняться единому руководству коммерческого типа, даже если оно не ставит целью извлечение прибыли	[14]
Любое средство, которое обеспечивает психологическую базу для туристов или частных лиц, которые временно находятся вдали от своего обычного места жительства или работы	[16]
Любой объект, регулярно или эпизодически предоставляющий места для ночевки (обычно в помещении)*	—
Имущественный комплекс, включающий в себя здание или часть здания, помещения, оборудование и иное имущество и используемый для временного размещения и обеспечения временного проживания физических лиц**	—
Объект туристской индустрии, включающий в себя здание/здания/часть здания (строения/сооружения), в которых расположены одно или несколько оборудованных жилых комнат/помещений, предназначенных для размещения и временного проживания туристов***	—
Здания различных типов и видов (от деревянного убежища в горах до большого отеля), приспособленные специально для приема и организации ночевки временных посетителей с различным уровнем сервиса****	—
Любые жилые объекты, которые по договоренности предоставляются туристам с целью ночевки. Предоставление средства размещения может быть разовое или регулярное, когда туристы проживают в одном месте на протяжении какого-то времени или более одной ночи	[17]

* World Tourism Organization UNWTO. URL: <https://www2.unwto.org>.

** Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 24 нояб. 1996 г. № 132-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».

*** ГОСТ Р 51185-2014. Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования [Электронный ресурс] : утв. и введ. в действие приказом Федер. агентства по технич. регулированию и метрологии от 11 нояб. 2014 г. № 1542-ст. // СПС «КонсультантПлюс».

**** Сельский зеленый туризм: организация предоставления услуг гостеприимства. URL: <http://bibook.ru/books/22022/default.htm>.

развитие сферы туризма и гостеприимства. Фактически данный подход был использован для классификации средств размещения в Российской Федерации. На основе указанной выше классификации в России был разработан ГОСТ Р 51185-98 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования», введенный в действие в 1999 г., а также действующее постановление правительства РФ «Об утверждении Положения о классификации гостиниц» от 16 февраля 2019 г. № 158⁶.

Результаты исследований классификаций средств размещения, проведенных различными авторами, показывают, что наиболее распространенными направлениями дифференциации потребностей туристов в гостиничном бизнесе являются местоположение гостиницы; историческая ценность здания; спектр услуг; имидж; состояние материально-технической базы; персонал; качество питания; программа поощрения постоянных гостей [18; 19].

Доказано, что увеличение разнообразия средств размещения выступает ответом на дифференциацию потребностей туристов.

Рассмотрение возможных последствий дифференциации средств размещения, обусловленных дифференциацией потребностей туристов. По мере развития туристской отрасли неизбежно развивается и рынок средств размещения, который делится на различные сегменты, т.е. происходит дифференциация средств размещения. По нашему мнению, изучение этого вопроса целесообразно, поскольку данный процесс имеет ряд следующих последствий, оценка которых в экономическом и социальном аспектах необходима:

1. Дифференциация средств размещения в гостиничном бизнесе является одним из значительных факторов повышения конкурентоспособности, роста числа потребителей и объемов оказываемых услуг [20].

2. Дифференциация средств размещения позволяет конкретизировать признаки, характеризующие их принадлежность к индустрии туризма:

– непосредственная связь с туристскими ресурсами, степень освоенности которых во многом зависит от наличия и качества соответствующих средств размещения и их транспортной доступности;

– сезонность видов туризма, определяющих тип средств размещения (постоянные, временные, сезонные и др.);

– контингент туристов и их потребительские предпочтения, обуславливающие требования к комфортабельности и категориальности (звездности) средств размещения;

– связь средств размещения с конкретным видом туризма, что проявляется в выборе конкретных средств размещения (отель, коттедж, бунгало, приют, палаточный городок и т.п.) [21].

В связи с многообразием видов средств размещения возникает проблема уточнения их классификации, которая усложняется по причине не всегда явных их различий, а также национальной специфики и субъективизма владельцев, создающих для своей собственности дополнительные определения, затрудняя тем самым разработку единой классификации, необходимость которой подтверждается практикой перехода на звездность.

3. Дифференциация средств размещения должна осуществляться с установкой на соблюдение условий обеспечения комфортного и безопасного размещения и проживания и требует актуализации соответствующих норм и правил.

Заключение

Основной целью данной статьи было рассмотрение влияния дифференциации потребностей туристов на появление и развитие разнообразных средств размещения. Исследование показало, что средства размещения выступают значимой составляющей сферы туризма и связаны с выполнением туризмом социальных функций (познавательная, эстетическая и эмоционально-психологическая, социокультурная, культурно-воспитательная, социально-коммуникативная). Разнообразие функций, реализуемых в рамках средств размещения, отражает наличие разнообразных потребностей туристов, дифференциация которых может свидетельствовать о формировании современного туриста в условиях нового туризма. В частности, для малых средств размещения характерен более внимательный и чуткий подход к клиентам, персонализированный стиль обслуживания, в том числе с учетом национальных особенностей [22]. В соответствии с темпами развития туристской отрасли будут развиваться и средства размещения: меняющиеся тенденции туристического спроса, а также потребности современного туриста диктуют необходимость дифференциации предложения и развития востребованных на рынке средств размещения туристов.

⁶ ГОСТ Р 51185-2014. Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования [Электронный ресурс] : утв. и введ. в действие приказом Федер. агентства по технич. регулированию и метрологии от 11 нояб. 2014 г. № 1542-ст // СПС «КонсультантПлюс» ; Об утверждении Положения о классификации гостиниц [Электронный ресурс] : постановление Правительства РФ от 16 февр. 2019 г. № 158 // Там же.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Рубцова Н.В. Туристский потенциал регионов Сибирского федерального округа / Н.В. Рубцова // Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов : материалы 4-й Всерос. науч.-практ. конф., г. Иркутск, 17 мая 2018 г. В 2 ч. Ч. 1. — Иркутск, 2018. — С. 521–527.
2. Рубцова Н.В. Факторы эффективности функционирования сферы туристско-рекреационных услуг региона: теоретические и прикладные аспекты / Н.В. Рубцова // Вестник Забайкальского государственного университета. — 2018. — Т. 4, № 6. — С. 129–138.
3. Бузни А.Н. Средства размещения: нюансы праксиологии / А.Н. Бузни // Экономика, политика, право : сб. науч. ст. — Пенза : Глобус, 2019. — С. 57–75.
4. Волкова Н.В. Формирование и развитие средств размещения как части туристских ресурсов региона (на примере Московской области) : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Н.В. Волкова. — Москва, 2004. — 22 с.
5. Даниленко Н.Н. Туризм и устойчивое развитие региона: социальный и институциональный аспекты / Н.Н. Даниленко, Н.В. Рубцова. — Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2013. — 158 с.
6. Даниленко Н.Н. Роль индивидуальных средств размещения в развитии гуманитарного сотрудничества (Россия — Монголия) / Н.Н. Даниленко, О.А. Суранова // Евразийский интеграционный проект: цивилизационная идентичность и глобальное позиционирование : материалы междунар. Байкал. форума, г. Иркутск, 20–21 сент. 2018 г. / под ред. Е.Р. Метелевой. — Иркутск, 2018. — С. 337–346.
7. Кострюкова О.Н. Туризм как эффективный инструмент диалога культур и цивилизаций в современном обществе / О.Н. Кострюкова // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. — 2012. — № 3. — С. 28–34.
8. Суходолов А.П. Перспективы российско-монгольского сотрудничества в сфере международного туризма в Байкальском регионе (на примере туристского маршрута Байкал — Хубсугул) / А.П. Суходолов, В.В. Бережных // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права. — 2011. — № 2. — URL: <http://brj-bguer.ru/reader/article.aspx?id=7782>.
9. Попова И.В. Современные тенденции туристского спроса / И.В. Попова // Вестник ДГТУ. — 2009. — № 2. — С. 334–343.
10. Розанова Т.П. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма : практикум / Т.П. Розанова, Т.В. Муртузалиева. — Москва : Дашков и К°, 2011. — 130 с.
11. Кошурникова Ю.Е. Разработка портрета современного туриста как основа клиентоориентированности туристского продукта / Ю.Е. Кошурникова // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 2-2. — URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=22851>.
12. Качмарек Я. Туристический продукт: замысел, организация, управление / Я. Качмарек, А. Стасяк, Б. Влодарчик. — Москва : Юнити, 2008. — 495 с.
13. Мартышенко Н.С. Нестандартные средства размещения и их роль в формировании туристских потоков дестинаций / Н.С. Мартышенко // Концепт. — 2013. — № 11. — С. 56–60.
14. Лебедева Г.Н. Роль и место услуг размещения в сфере гостеприимства / Г.Н. Лебедева // Сервис в России и за рубежом. — 2011. — № 6. — С. 167–178.
15. Асанова И.М. Деятельность службы приема и размещения : учебник / И.М. Асанова, А.А. Жуков. — Москва : Академия, 2011. — 288 с.
16. Mensah I. Management of Tourism and Hospitality Services / I. Mensah, R. Dei-Mensah. — New York : Kindle Ed., 2013. — 399 p.
17. Мишина Л.А. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта / Л.А. Мишина, О.Ю. Грачева, Ю.В. Мишунина. — Москва : Науч. кн., 2010. — 272 с.
18. Карпова Г.А. Классификация в туризме: практика и методология / Г.А. Карпова, Л.В. Хорева // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. — 2012. — № 2. — С. 66–71.
19. Скобкин С.С. Стратегия развития предприятия индустрии гостеприимства и туризма : учеб. пособие / С.С. Скобкин. — Москва : Инфра-М, 2010. — 429 с.
20. Войткевич Н.И. Конкурентные стратегии на рынке гостиничных услуг / Н.И. Войткевич, Е.Н. Рябова // Вестник Самарского государственного экономического университета. — 2009. — № 9 (59). — С. 15–21.
21. Морозов К.В. Экономические основы формирования гостиничного хозяйства : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / К.В. Морозов. — Москва, 2008. — 157 с.
22. Современные тенденции мирового рынка гостиничных услуг / Т.П. Добровольская, М.В. Солодков, Н.Р. Эпова, А.О. Борисова // Современные тенденции в социально-экономических и гуманитарных науках: теория и практика : сб. науч. тр. / под ред. Т.Г. Озерниковой, Т.Л. Музычук. — Иркутск, 2017. — С. 130–137.

REFERENCES

1. Rubtsova N.V. Tourism Potential of the Siberian Federal District. *Aktivizatsiya intellektual'nogo i resursnogo potentsiala regionov. Materialy 4-i Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, Irkutsk, 17 maya 2018 g.* [Intensification of Intellectual and Resource Potential of Regions. Materials of the 4th All-Russian Research Conference, May 17, 2018]. Irkutsk, 2018, pt. 1, pp. 521–527. (In Russian).
2. Rubtsova N.V. Factors of the Effectiveness of Tourist and Recreational Services Area of the Region: Theoretical and Applied Aspects. *Vestnik Zabaikal'skogo gosudarstvennogo universiteta = Transbaikalian State University Journal*, 2018, vol. 4, no. 6, pp. 129–138. (In Russian).
3. Buzni A.N. Means of Accommodation: the Nuances of Praxiology. *Ekonomika, politika, pravo* [Economics, Politics, Law]. Penza, Globus Publ., 2019, pp. 57–75. (In Russian).

4. Volkova N.V. *Formirovanie i razvitie sredstv razmeshcheniya kak chasti turistskikh resursov regiona (na primere Moskovskoi oblasti)*. Avtoref. Kand. Diss. [Formation and development of accommodation facilities as part of regional tourism resources (in terms of Moscow Oblast). Cand. Diss. Thesis]. Moscow, 2004. 22 p.
5. Danilenko N.N., Rubtsova N.V. *Turizm i ustoychivoe razvitie regiona: sotsial'nyi i institutsional'nyi aspekty* [Tourism and Sustainable Development of the Region: Social and Institutional Aspects]. Irkutsk, Baikal State University of Economics and Law Publ., 2013. 158 p.
6. Danilenko N.N., Suranova O.A. The Role of Individual Means of Accommodation in the Development of Humanitarian Cooperation (Russia — Mongolia). In: Meteleva E.R. (ed.). *Evrasiiskii integratsionnyi proekt: tsivilizatsionnaya identichnost' i global'noe pozitsionirovanie. Materialy Mezhdunarodnogo Baikal'skogo foruma, Irkutsk, 20–21 sentyabrya 2018 g.* [Eurasian Integration Project: Civilization Identity and global Positioning. Materials of the International Baikal Forum, Irkutsk, September 20–21, 2018]. Irkutsk, 2018, pp. 337–346. (In Russian).
7. Kostryukova O.N. Tourism as an effective instrument of the dialogue of cultures and civilizations in modern society. *Vestnik Assotsiatsii vuzov turizma i servisa = Universities for Tourism and Service Association Bulletin*, 2012, no. 3, pp. 28–34. (In Russian).
8. Sukhodolov A.P., Berezhnykh V.V. Prospects of Russian-Mongolian Cooperation in Sphere of International Tourism in Baikal Region (by the Example of Tourist Route Baikal — Hubsugul). *Izvestiya Irkutskoi gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii (Baikal'skii gosudarstvennyi universitet ekonomiki i prava) = Izvestiya of Irkutsk State Economics Academy (Baikal State University of Economics and Law)*, 2011, no. 2. Available at: <http://brj-bguep.ru/reader/article.aspx?id=7782>. (In Russian).
9. Popova I.V. Modern Tendencies of Touristic Demand. *Vestnik DGTU = Vestnik of DSTU*, 2009, no. 2, pp. 334–343. (In Russian).
10. Rozanova T.P., Murtuzalieva T.V. *Marketing uslug gostepriimstva i turizma* [Marketing of Hospitality and Tourism Services]. Moscow, Dashkov i K° Publ., 2011. 130 p.
11. Koshurnikova Yu.E. Working the Likeness of Modern Tourist as Basis of the Tourist Product Focused on Clients. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya = Modern Problems of Science and Education*, 2015, no. 2-2. Available at: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=22851>. (In Russian).
12. Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B. Produkt turystyczny: pomysł, organizacja, zarządzanie. Polskie Wydawn. Ekonomiczne, 2005. 389 p. (Russ. ed.: Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B. *Turisticheskii produkt: zamyсел, organizatsiya, upravlenie*. Moscow, Yuniti Publ., 2008. 495 p.).
13. Martishenko N. Non-standard Accommodation and its Role in the Formation of Tourist Destination Streams. *Kontsept = Concept*, 2013, no. 11, pp. 56–60. (In Russian).
14. Lebedeva G.N. Role and place of services for accommodation in the sphere of hospitality industry. *Servis v Rossii i za rubezhom = Services in Russia and Abroad*, 2011, no. 6, pp. 167–178. (In Russian).
15. Asanova I.M., Zhukov A.A. *Deyatel'nost' sluzhby priema i razmeshcheniya* [Activity of service for reception and accommodation]. Moscow, Akademiya Publ., 2011. 288 p.
16. Mensah I., Dei-Mensah R. *Management of Tourism and Hospitality Services*. New York, Kindle Ed., 2013. 399 p.
17. Mishina L.A., Gracheva O.Yu., Mishunina Yu.V. *Organizatsiya turisticheskogo biznesa: tekhnologiya sozdaniya turprodukta* [Tourism business organization: technology of creating tourism product]. Moscow, Nauchnaya Kniga Publ., 2010. 272 p.
18. Karpova G.A., Khoreva L.V. The Classification in Tourism: Practice and Methodology. *Izvestiya Sankt-Petersburgskogo universiteta ekonomiki i finansov = Izvestia of Saint-Petersburg University of Economics and Finance*, 2012, no. 2, pp. 66–71. (In Russian).
19. Skobkin S.S. *Strategiya razvitiya predpriyatiya industrii gostepriimstva i turizma* [Strategy of Enterprise Development in Hospitality and Tourism Industry]. Moscow, Infra-M Publ., 2010. 429 p.
20. Voitkevich N.I., Ryabova E.N. Competitive Strategies in Hotel Market. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta = Vestnik of Samara State University of Economics*, 2009, no. 9 (59), pp. 15–21. (In Russian).
21. Morozov K.V. *Ekonomicheskie osnovy formirovaniya gostinichnogo khozyaistva. Kand. Diss.* [Economic basics of developing hotel economy. Cand. Diss.]. Moscow, 2008. 157 p.
22. Dobrovolskaya T.P., Solodkov M.V., Epova N.R., Borisova A.O. Modern Trends in the Development of International Hotel Service Market. In: Ozernikova T.G., Muzychuk T.L. (eds.). *Sovremennye tendentsii v sotsial'no-ekonomicheskikh i gumanitarnykh naukakh: teoriya i praktika* [Contemporary Trends in Socio-economic Sciences and Liberal Arts: Theory and Practice]. Irkutsk, 2017, pp. 130–137. (In Russian).

Информация об авторе

Суранова Оксана Александровна — аспирант, кафедра менеджмента, маркетинга и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: SuranovaSU@mail.ru.

Author

Oxana A. Suranova — Ph.D. Student, Department of Management, Marketing and Service, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: SuranovaSU@mail.ru.

Для цитирования

Суранова О.А. Развитие средств размещения как отражение дифференциации потребностей туристов / О.А. Суранова. — DOI: 10.17150/2500-2759.2019.29(4).678-685 // Известия Байкальского государственного университета. — 2019. — Т. 29, № 4. — С. 678–685.

For Citation

Suranova O.A. Development of Accommodation Facilities as a Reflection of Differentiation of Tourist Needs. *Izvestiya Baikal'skogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Baikal State University*, 2019, vol. 29, no. 4, pp. 678–685. DOI: 10.17150/2500-2759.2019.29(4).678-685. (In Russian).