

**ГОУ ВПО «Российский экономический
университет им. Г.В. Плеханова»**

**I Международная научно-практическая
конференция студентов, аспирантов,
магистров и молодых ученых
«Экономика России: посткризисный
период»**

ТОМ II.

Москва - 2010

Гостиничный рынок Санкт-Петербурга в посткризисный период

Гостиничный рынок Санкт-Петербурга имеет ряд отличительных характеристик, которые обусловили сценарий развития посткризисных реалий на этом региональном рынке.

С 2002 по 2008 гг. количество официально признанных отелей Санкт-Петербурга выросло с 344 до 388, а количество номеров увеличилось с 17632 до 25467, или на 39,3%. В то же время спрос возрос на 66,6%⁴⁴. Санкт-Петербург, второй по значимости российский город, в основном принимает тургруппы и туристов-индивидуалов. Доля корпоративного туризма, в отличие от Москвы, незначительна. Результатом этого является ярко выраженная сезонность спроса на услуги гостиниц города: номера распродаются в период с мая по август, на осень и весну приходится межсезонье, на зиму – спад. Однако несколько лет назад в структуре спроса наметились изменения: в связи с развитием банковского сектора и производства деловая активность города увеличилась, открылись отели, ориентированные на деловой туризм, такие как Radisson Novotel и Renaissance, а в мае 2010 г. после реконструкции открылось новое здание Corinthia Nevsky Palace (гостиница лидирует в своем сегменте по вместимости конференц-залов), отчасти восполняя нехватку качественных конференц-площадей в городе.

В летнем сезоне 2009 г. общая загрузка питерских гостиниц была на уровне 40%, что на 30% меньше по сравнению с аналогичным периодом 2008 г. По данным Maris Properties/CBRE, с начала 2009 г. стоимость проживания в отелях Петербурга упала на 10-15%. Отели высокого сегмента

⁴⁴ Туринфо №46 (671) 24-30 ноября 2009 г.