**СОДЕРЖАНИЕ**

**Введение** 3

# История развития гостиничной индустрии в России 5

Современные тенденции развития гостиничной индустрии в России 10

# Главные проблемы российской гостиничной индустрии 13

**Заключение** 17

**Список используемой литературы** 19

**Введение**

Гостиничная индустрия – это суть системы гостеприимства. Она исходит из древнейших традиций в истории человечества – уважения гостя, торжества его приёма и обслуживания. Она органически и естественно связывает рестораны, кафе, транспорт и экскурсии в единую цепь туристско-экскурсионного обслуживания.

Сегодня гостиничная индустрия как вид экономической деятельности включает предоставление услуг и организацию краткосрочного проживания в гостиницах, мотелях, кемпингах и в других средствах размещения за вознаграждение и представляет собой мощнейшую систему хозяйства региона или туристского центра. Для привлечения потока туристов в страну требуется развитие рекламы, организация индустрии досуга, обеспечение стабильной ситуации в стране.

В течение последних десяти лет в России наблюдается стремительное развитие гостиничного бизнеса. В крупные города приходят международные отельеры, растет число маленьких частных отелей, реконструируются старые советские гостиницы. Правда, количественный рост далеко не всегда сопровождается одновременным повышением качества обслуживания и уровня сервиса. Гостиничное хозяйство – наиболее динамично развивающаяся отрасль сферы обслуживания, приносящая многомиллионные прибыли в масштабах национальных экономик многих государств, – гостиничный бизнес. Как часть туристического бизнеса, гостиничный бизнес несет в себе огромный потенциал развития и для российского рынка. Он является системообразующей отраслью, создающей сложный комплекс финансово-хозяйственных отношений между хозяйствующими субъектами различного направления.

Развитие туризма и перспективные планы развития инфраструктуры гостеприимства создали в современной России предпосылки для интенсивного развития гостиничной индустрии, но в тоже время существует ряд проблем, которые необходимо решать.

# История развития гостиничной индустрии в России

Гостиничная индустрия России развивалась в контексте общеевропейского процесса и повторяла в основных чертах этапы становления европейских гостиниц.

Развитие в России предприятий гостеприимства, связано с развитием туризма. На морских побережьях, в живописных местах, в культурных центрах, развертывается строительство крупных и мелких гостиниц. Постепенно совершенствуется их техническое оборудование, создаются комфортабельные условия для гостей, меняются формы и методы обслуживания.

Туризм и возрастающая с каждым годом гостиничная база превратились в «индустрию услуг», которая в сочетании с «индустрией развлечений» стала источником крупных доходов, получения прибыли. Современная «индустрия гостеприимства» включает в себя отели, рестораны, бары, курорты, игорные дома, казино, оздоровительные комплексы.

Таким образом, в России рост материальной и технической гостиничной базы в стране определили следующие факторы: развитие существующих городов и появление новых; рост промышленности, науки, культуры и искусства: увеличение материального благосостояния людей. Это создало предпосылки для развития внутреннего туризма, обмена делегациями, увеличения числа командированных и отпускников.

В России гостиничный бизнес начал развиваться в XII—XIII вв. с появлением постоялых дворов. Тогда они назывались ямами, использовались для отдыха гонцов и смены лошадей, располагались на расстоянии конного перехода. В это же время начали складываться первые правила в гостиничном сервисе. Они назывались «Скрой».

К XV в. постоялые дворы присоединились к почтовым станциям; в сущности их можно назвать прообразами мотелей. В больших русских городах появились гостиные дворы, отличающиеся от постоялых тем, что здесь путники получали возможность не только размещения и питания, но и совершения коммерческих операций, т.е. в гостиных дворах объединялись меблированные комнаты, торговые ряды, лавки, склады. Как правило, все это обносилось стенами и башнями с въездными воротами.

В XIX веке в России входит в моду кофе и чай. Появляются первые французские рестораны и кофейни-кондитерские. В 1882 году в Санкт-Петербурге открылась первая чайная.

В конце XIX — начале XX в. Происходит активная строительство гостиничных предприятий. Среди них роскошные гостиницы, рассчитанные на удовлетворение спроса миллионеров и знати. Это «Метрополь» и «Националь» в Москве, «Европа» в Петербурге. В 1910 году в России было 4685 гостиниц, не считая постоялых дворов и трактиров с номерами.

После Октябрьской революции декретом Советского правительства все гостиницы были национализированы, гостиничное хозяйство подверглось коренной перестройке.

К 1940 году гостиницы были построены в 669 городах. В годы Великой Отечественной войны был нанесен огромный ущерб всему народному хозяйству, в том числе и гостиничному. В послевоенные годы развернулись большие работы по реконструкции и строительству новых гостиниц. Уже к 1960 году в Советском Союзе обслуживали в 1476 гостиницах. Дальнейшее развитие гостиничной индустрии предопредели урбанизация, промышленный рост, увеличение материального благосостояния людей.

В 1980 г., в канун московской Олимпиады, гостиничное хозяйство СССР насчитывало 7000 гостиниц обшей вместимостью 700 тыс. мест. Было построено много крупных, комфортабельных гостиниц.

К сожалению, в 1990-е годы, из-за экономической и политической ситуации в стране произошел значительный спад спроса на гостиничные услуги. Количество гостиничных предприятий сократилось, произошло разорение большей части загородных гостиниц. Наиболее крупные по размерам номерного фонда гостиницы находятся в Москве и Санкт-Петербурге.

С начала 90-ых годов гостиничная индустрия характеризуется интенсификацией процессов слияний и поглощений. Наблюдается быстрый рост гостиничных корпораций, увеличение заключенных франчайзинговых соглашений, объединение обособленных гостиниц в консорциумы. Прежде всего это связано с использованием гостиничными цепями типовых форм организации труда и экономией средств за счет масштаба деятельности в таких областях, как продвижение торговой марки, закупка необходимых ресурсов и профессиональное развитие персонала.

Рынок гостиничных услуг, предоставляемых на уровне западных стандартов, в России стал складываться с 1993 г. В табл. 1. отражены собранные основные показатели гостиничных предприятий РФ в период с 1993 по 2005 г.

**Таблица 1. Гостиничная база России**

|  |  |
| --- | --- |
| Год | Число гостиниц |
| 1993 | 6258 |
| 1994 | 5858 |
| 1995 | 5504 |
| 1996 | 5294 |
| 1997 | 5043 |
| 1998 | 4319 |
| 1999 | 4224 |
| 2000 | 4182 |
| 2001 | 4120 |
| 2002 | 3873 |
| 2003 | 3828 |
| 2004 | 3873 |
| 2005 | 3626 |

Из таблицы 1. видно, что количество гостиничных предприятий за отображённые 12 лет постоянно уменьшалось, что влекло за собой и уменьшение номерного фонда.

Наблюдавшееся до 2005 года сокращение спроса на российские гостиницы было обусловлено постоянно возрастающей стоимостью услуг (проживание, питание), а также удорожанием транспорта, в результате чего резко сократился поток туристов и экскурсантов. Начиная с 2006 года количество гостиничных предприятий постепенно увеличивается, причем надо отметить, что оно растет только за счет туристов из стран дальнего зарубежья и стран СНГ, а поток российских граждан в отечественные отели снижается.

Таким образом, можно выделить ряд основных проблем, с которыми столкнулась Российская гостиничная индустрия в период с 1993 по 2005 год:

-Обособленные гостиницы имели низкий коэффициент загрузки, они предлагали непривлекательные номера, масштаб их деятельности был крайне низок, ощущался недостаток квалифицированного персонала.

-Падение спроса, высокая стоимость капитала, неразвитость туристических объектов, дороговизна строительных работ, бюрократия и коррупция при распределении земельных участков являлись основными внешними препятствиями для развития гостиниц.

-Значительная часть гостиниц находилась в собственности муниципалитетов, которые не могли удовлетворить потребности гостиниц в инвестиционных ресурсах.

Среди проблем с которыми столкнулась Российская гостиничная индустрия в период с 1993 по 2005 год, можно назвать и отсутствие системы управления качеством услуг, недостаточно развитый механизм инвестирования в гостиничное хозяйство и ограниченное присутствие на российском рынке мировых сетей и т.д.

Следует отметить, что рыночная модель экономики требует разработки принципиально новых подходов к формированию организационно-экономического механизма развития гостиничного хозяйства России.

Изучение истории развития гостиничной индустрии в России, обнаружило, что данный процесс весьма сложен и требует серьезной перестройки экономических и социальных отношений не только в гостиницах, но и в целом в сфере туризма. Для этого необходим глубокий анализ текущего состояния российской гостиничной индустрии, прогноз будущих состояний и разработка моделей развития.

**Современные тенденции развития гостиничной индустрии в России**

интерес к гостиничному строительству в России наметился около пяти лет назад и продолжает расти. Подкрепляется он сохраняющимся дефицитом предложения гостиничных услуг практически во всех ценовых категориях при стабильном спросе. Кроме того, гостиничный бизнес позволяет гибко варьировать тарифы не только в течение месяца или недели, но и на ежедневной основе. Договора аренды офисных или торговых площадей являются долгосрочными и не предусматривают возможности пересмотра условий в течение срока аренды. В условиях постоянно меняющейся динамики рынка это обстоятельство может быть решающим аргументом в пользу строительства гостиничного предприятия.

Последние десять лет российский гостиничный рынок ежегодно рос на 15-20%, а объем рынка составил порядка $ 4 млрд. Всего на российском рынке работает около 4000 гостиниц, включая санатории и пансионаты, что составляет более 410 тысяч мест.

Важной тенденцией российского ранка гостиничных услуг является проникновение международных сетевых компаний. Это в первую очередь связанно с недостатком опыта российских компаний в гостиничном бизнесе. Их проникновение на российский рынок происходит различным путем: присоединением уже построенных гостиниц, поглощение конкурирующих гостиничных цепей, строительством новых объектов по своим технологиям и на свои средства.

С этим напрямую связана тенденция к росту числа инвестиционных проектов по строительству и реконструкции гостиниц. Здесь необходимо отметить некую противоречивость рынка гостиничных услуг. Несмотря на то, что в основном рост инвестиций характерен для гостиниц высокого сегмента – «4 звезды» и «5 звезд», существует тенденция к сокращению числа подобных гостиниц. Такая тенденция объясняется тем, что сроки окупаемости дорогих отелей гораздо меньше, а заполняемость остается наиболее высокой среди всех сегментов.

Развитие отмечено практически во всех регионах, однако наиболее привлекательны г. Москва и г. Санкт-Петербург. Это связано с рентабельностью гостиниц. В регионах она составляет – 15-20%, а в Москве 17-25%. Вследствие этого для инвесторов наиболее прибыльным и перспективным является московский рынок гостиничной недвижимости. По данным международного агентства TRI Hospitality Consulting, в первом полугодии 2007 года каждый гостиничный номер в столице принес его владельцу €149 чистой прибыли, что на €36 больше, чем в Лондоне, занявшем второе место. По имеющимся данным, всего в российской столице 34,4 тысяч гостиничных номеров, 40% приходится на гостиницы категории "три звезды", 28% - на "две звезды", 18% - на "четыре звезды", 8% - на "пять звезд. Московские гостиницы высшей категории составляют хоть и небольшую, но весьма существенную часть рынка. Отели, принимающие первых лиц иностранных государств и деловую элиту, по определению не могут играть иной роли. Что касается гостиничного бизнеса Санкт-Петербурга, то там функционирует 329 гостиниц, совокупный номерной фонд которых составлял около 18 тысяч номеров. Из них к категории «5 звезд» относится 9 гостиниц, 20 отелей имеют категорию «4 звезды», 91 гостиница – категорию «3 звезды».

Инвесторы, управляющие компании и администрация города как структуры, формирующие спрос на рынке строительства гостиниц, в настоящее время достаточно активны и на развитии отелей среднего ценового сегмента (сегмента малых гостиниц). Сюда включены придорожные мини-гостиницы, апарт-отели и частный сектор гостиничного бизнеса.

В настоящий момент серьезной альтернативой гостиницам в таких условиях становятся съемные квартиры с посуточной оплатой – апартаменты. Можно сказать, что именно из таких апартаментов «вырос» петербургский рынок мини-отелей, которые по большей части представляют собой выкупленные подъезды в многоквартирных домах. К настоящему времени предложение гостиничных услуг этого сектора в Санкт-Петербурге находится на том уровне, когда уже можно говорить о конкуренции. Подтверждением этому служит возникновение ассоциации мини-гостиниц. Такая кооперация, скорее всего, поспособствует еще и тому, что теперь услуги большинства мини-гостиниц, до сих пор разрозненные, обретут некоторый регламент и выйдут на более цивилизованный уровень. Московский рынок мини-гостиниц пока развивается медленно, несмотря на то, что инвестиционная деятельность в этом секторе имеет хорошую перспективу.

Несомненно, что гостиничные рынки Москвы и Санкт-Петербурга оказывают доминирующее влияние на состояние гостиничной отрасли страны в целом. Однако в последние годы и здесь наметились некоторые сдвиги, проявляющиеся, в первую очередь, в сокращении доли столиц в общем отраслевом балансе. Процесс деконцентрации происходит на фоне оживления гостиничных рынков других регионов. К числу таких стремительно развивающихся районов относится, в первую очередь, город-курорт Сочи, инвестиционная привлекательность которого не уступает столичным городам, Краснодарский край, а также ряд городов-миллионеров, например, Екатеринбург. В ряде регионов гостиничный бизнес развивается даже более динамично, чем другие сектора рынка недвижимости: жилищный и торгово-офисный. В значительной степени там активно развивается сегмент мини-отелей и гостиниц среднего ценового уровня.

# Главные проблемы российской гостиничной индустрии

Гостиничный бизнес, как и любой другой имеет свою специфику. Гостиничная индустрия в России характеризуется большим множеством проблем.

«Анализ структуры гостиничного хозяйства России по данным Госкомстата РФ выявил проблему неравномерности распределения гостиничных объектов по территории страны. Наибольшая концентрация гостиниц приходится на крупные мегаполисы, а анализ хозяйственной деятельности российских гостиниц позволяет утверждать, что отели крупных городов, промышленных и культурных центров России, например, Москвы, оказывают решающее воздействие на результаты деятельности гостиничного хозяйства в целом.[[1]](#footnote-1)»

Анализ показывает следующие основные проблемы, существующие в российском гостиничном хозяйстве:

-несоответствие мировым стандартам качества обслуживания при мировом уровне цен на услуги;

-несоответствие структуры спроса и предложения, проявляющееся в неразвитости рынка небольших отелей среднего ценового сегмента, на который предъявляется наибольший спрос;

-отсутствие организационных знаний в области гостиничного менеджмента и маркетинга, не позволяющих эффективно управлять гостиничными предприятиями;

-устаревание номерного фонда большинства гостиниц, необходимость проведения реконструкции и ремонта;

-нехватка собственных финансовых ресурсов, отсутствие программ финансирования;

-отсутствие системы лицензирования и сертификации гостиничных услуг.

Решение этих проблем видится в совершенствовании организационных условий развития гостиничных предприятий путем радикального изменения действующих систем управления.

«Становится очевидным, что главный потенциал развития современных гостиничных предприятий содержится в уровне менеджмента. Опыт показывает, что ни разработка и реализация эффективной стратегии, ни успешные организационные изменения в гостинице невозможны, если у нее нет действующего механизма управления деятельностью, а высокие показатели эффективности управления недостижимы без централизации управления, формирования целостной и эффективной системы, отвечающей самым высоким требованиям современного менеджмента.[[2]](#footnote-2)»

Касаясь проблем гостиничного бизнеса России необходимо большее внимание уделять проблеме управления гостиницами и выстраивать более гибкую систему тарифов на номера в гостиницах, реагируя на изменения спроса-предложения. Кризис может сказаться на проблемах, связанных с бронированием мест в гостиницах.

Главные проблемы российского гостиничного бизнеса – отсутствие единой политики и конкуренции между отелями. Отсюда недостаточная загрузка, завышенные цены, долгий срок окупаемости (семь-восемь лет, в отличие от трех-четырех, которые требуются для доведения до рентабельности объекта за рубежом), а также административные барьеры и кадровый дефицит.

Катастрофическая нехватка отелей, способных принимать российских и иностранных гостей среднего класса, портит туристический имидж нашей страны уже не один год. О необходимости нового отельного строительства говорится давно, но только сейчас неудовлетворенный спрос стимулировал приток инвестиций в гостиничный сектор.

По данным Российского союза туриндустрии (РСТ), принимающие компании сейчас вынуждены отказывать 30-50% иностранных туристов, желающих посетить **Россию.** Дело в том, что гостей негде размещать. Положение исправится еще не скоро, в каждом регионе, обладающем туристическими возможностями (например, на Золотом кольце, в Краснодарском крае, Карелии, на Камчатке), необходимо построить минимум по 15-20 гостиниц уровня "три звезды" примерно на 70-100 номеров каждая. Постройка одного такого нового отеля (или глобальная реконструкция старого) обходится в $10-15 млн. Общую сумму, требуемую России на создание полноценной туристической инфраструктуры, специалисты боятся даже подсчитывать.

Агентство маркетинговых коммуникаций «Медиалайн» провело независимое исследование российских гостиничных сетей.

В рамках исследования был проведен экспертный опрос специалистов рынка недвижимости, руководителей консалтинговых компаний, предоставляющих услуги в области недвижимости, а также корреспондентов и редакторов, ведущих деловых и специализированных СМИ.

По мнению экспертов, на территории РФ наблюдается острый дефицит гостиничных мест всех сегментов. В ближайшие годы будет сохраняться дефицит гостиничных мест, особенно в сегменте трехзвездочных гостиниц. Не менее острый дефицит в номерном фонде наблюдается в экономическом классе гостиниц (1-2 звезды).

Несмотря на дефицит гостиничных мест в среднем классе, на российском гостиничном рынке все же продолжают строится гостиницы категории 4-5 звезд. Это связано с тем, что гостиничный сегмент характеризуется высокими затратами на строительство и высокими сроками окупаемости (9-11 лет). Строительство более «звездных» гостиниц позволяет уменьшить срок окупаемости за счет высоких цен.

Однако по мнению экспертов, путешествия по стране россиянам становятся все менее интересны - в силу высоких цен на проживание, а также недешевых билетов на авиа- и железнодорожный транспорт. Как известно, в Египте отдохнуть сегодня можно в два-три раза дешевле, чем на том же Байкале.

Вместе с тем негативное влияние на развитие отрасли оказывают и социально-экономические факторы: распределение населения по уровню доходов, уровень жизни, образ жизни, возрастная структура, соотношение городского и сельского населения (городское население более подвижно), уровень преступности, развитие туризма и т.п.

Естественно также, что состояние отрасли непосредственно зависит от законодательства (налоговое и трудовое законодательство, правила лицензирования, санитарно-гигиенические требования, правила пожарной безопасности, законы о правах потребителей и др.)

Также к главной проблеме российской гостиничной индустрии относится стремительное устаревание номерного фонда и самих гостиниц. В типичном российском городе предложение, главным образом, представлено гостиницами, построенными в советский период, часто не имеющими официальной категории. Проводимая в подобных отелях реконструкция неизбежна по причине стремительного устаревания номерного фонда, но к существенному росту качества услуг, как правило, реконструкция не приводит. В то же время спрос на качественные отели постоянно растет. Особенно сильно дефицит качественных услуг, соответствующих мировым стандартам, ощущается в среднем и бюджетном сегментах.

**Заключение**

В заключение хотелось бы отметить, что наиболее динамично развивающаяся отрасль сферы обслуживания, приносящая многомиллионные прибыли в масштабах национальных экономик многих государств, – гостиничный бизнес. Как часть туристического бизнеса, гостиничный бизнес несет в себе огромный потенциал развития и для российского рынка. Он является системообразующей отраслью, создающей сложный комплекс финансово-хозяйственных отношений между хозяйствующими субъектами различного направления. Фактором отсутствия очередей в российские гостиницы является не достаточное их количество, а высокая цена обслуживания. Однако цена гостиничного обслуживания не может быть ниже суммы объективных стоимостных составляющих, если заведение претендует на солидный статус. Поэтому в качестве методов поддержания стабильности бизнеса начинают выступать технологии информационного воздействия на потребителей. На основании всего этого были сделаны следующие выводы: индустрия гостеприимства это мощная система хозяйства, как страны, так и региона в целом, важная доходная составляющая экономики. Индустрию гостеприимства в части размещения составляют различные средства коллективного и индивидуального размещения: отели, гостиницы, пансионаты, апартаменты и т.д. рассчитанные на разного потребителя. Для привлечения потока туристов в страну требуется развитие рекламы, организация индустрии досуга, обеспечение стабильной ситуации в стране. Нельзя сказать, что рост числа гостиниц в нашей стране происходит опережающими темпами. В России практически отсутствует система сетей малых отелей, рассчитанных на массовый недорогой туризм, а проживание в большинстве столичных отелей доступно иностранцам и небольшому числу обеспеченных россиян. Поэтому именно массовый недорогой туризм требует разработки и реализации наиболее активных (агрессивных) мероприятий по рекламе. Для привлечения массового туриста администрациям гостиниц следует провести ряд организационных мероприятий, определяющих направление преобразований, их сущность и качество. Эффективность этих мероприятий рассматривается с точки зрения достижения стабильной, постоянной рентабельности. То есть, менеджерам гостиниц предлагается применять стратегическое планирование в качестве основополагающего мотивационного принципа принятия важных для предприятия управленческих решений. Одним из путей реализации общей стратегии фирмы является стратегия маркетинга в части обеспечения доступности информации о гостинице, как о фирме с видным общественным статусом, позитивной деловой репутацией, высоким качеством обслуживания посетителей.

**Список используемой литературы**

1. Барышев А. Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве. – М.: Финансы и статистика, 2007.
2. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес: Учеб. пособие. Ростов н/Д., 2006.
3. Гордин В.Э., Сушинская М.Д. Менеджмент сферы услуг. – СПб.: Бизнес-пресса, 2007.
4. Иванов В.В., Волов А.Б. Гостиничный менеджмент. – М.: Инфра-М, 2007.
5. Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учеб., 2005.
6. Катлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник / Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкенз Д., 1998.
7. Кусков А.С. Гостиничное дело. – М.: Дашков и К, 2008.
8. Лойко О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство. – Томск: ТПУ, 2005.
9. Ляпина И.Ю. Гостиничное дело. Организация и технология гостиничного обслуживания: Учебник. 2-е изд., стер. М.: Издательский центр «Академия», 2005.
10. Филипповский Е.Е., Шмарова Л.В. Экономика и организация гостиничного хозяйства. – М.: Финансы и статистика, 2006.
11. Чудновский А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство/ А.Д. Чудновский. – М.: Тандем, 2000.
12. Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма. – М.: КНОРУС, 2005.

Шапкин А.С., Шапкин В.А. Теория риска и моделирование рисковых ситуаций. – М: Дашков и Кє, 2007.

1. Шматько Л.П. Туризм и гостиничное хозяйство. – М.: Март, 2007.
1. Шапкин А.С., Шапкин В.А. Теория риска и моделирование рисковых ситуаций. – М: Дашков и Кє, 2007. - 640 с. [↑](#footnote-ref-1)
2. Шапкин А.С., Шапкин В.А. Теория риска и моделирование рисковых ситуаций. – М: Дашков и Кє, 2007. - 640 с. [↑](#footnote-ref-2)