



«Туризм это самая интегрированная отрасль мировой и отечественной экономики. Более 30 отраслей народного хозяйства взаимодействуют с ним. Гостиничное хозяйство, являясь неотъемлемой частью инфраструктуры туризма, представляет собой самостоятельный вид бизнеса. Без адекватного развития гостиничного бизнеса невозможно развитие туризма».

Федеральный закон РФ от 24 ноября 1996 года N 132-ФЗ (в ред. Федеральных законов от 03.05.12 г.) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» рассматривает индустрию туризма как объединение гостиниц и других средств размещения, транспортных средств, санитарно-курортных объектов лечения и отдыха; объектов общественного питания, развлечений, познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения; организаций, занимающихся туроператорской и турагентской деятельностью и оказывающих услуги экскурсоводов, гидов-переводчиков и инструкторов-проводников; операторов информационных систем туризма.

Составляющими структуры индустрии гостеприимства являются гостеприимство, путешествия и туризм. Действительно гостеприимство, в узком смысле слова, охватывает продовольственный сектор и сектор размещения. Путешествия и туризм, в свою очередь, предполагают отдых и развлечения, транспорт, агентства и туроператорские фирмы.

**Гостеприимство** является гармоничным сочетанием создания туристских услуг, комфортности условий отдыха вежливого поведения персонала, который обслуживает и должен удовлетворять потребности гостей, гарантируя им безопасность, физический и психологический комфорт.

**Гостеприимство** - важнейшая потребительская черта туристского продукта, а именно: искусство дать понять клиенту, что ему здесь рады, умело показать ему своё внимание и обходительность.

На развитие индустрии гостеприимства влияет ряд факторов, которые бывают внешние и внутренние. *Внешние* зависят от воздействия компонентов окружающей реальности, которые не связаны с деятельностью индустрии гостеприимства. *Внутренние* просто тесно связаны с индивидуальностями предприятий и

функционирования организаций индустрии гостеприимства: политико-правовые, безопасность путешествий, экономические и финансовые, культурные, инфраструктурно\_коммуникационные, демографические, развитие торговли, новые и новейшие технологии.

Гостиничный бизнес считается наиболее динамично развивающей подотраслью туризма, приносящей многомиллионную прибыль в масштабах национальных экономик многих государств.

Гостиничный бизнес, являясь частью туристического, несёт в себе большие возможности расширения рынка России. Это системообразующая отрасль, создающая сложный комплекс финансово-хозяйственных отношений между руководящими людьми разных направлений. Гостиничную индустрию в международной практике считают самой выгодной подотраслью туризма, имеющую ежегодный прирост около 4,2 %.

Для развития российской индустрии гостеприимства необходимо выделить два направления:

**Первое** - это зарубежные гостиничные цепи. Сотрудничество с крупными международными компаниями способствует активному развитию гостиничного бизнеса у нас в стране, где начинают создаваться гостиничные бренды, которые достаточно известны в мире: Marriott brand (состоит из 17 брендов), Hilton, Rezidor SAS, Radisson SAS, Royal Hotel, Novotel, Accor Hotels.

Внедрение иностранных гостиничных компаний в России относится к началу 1990 года, до распада СССР была одна лишь гостиничная цепь - «Интурист» на 27 тысяч номеров, занимающая 23 - е место в мире. Гостиницы данной цепи являлись наилучшими в стране, хотя уровень обслуживания был низким и не соответствовал мировым стандартам. В первую очередь иностранные компании начали строительство, реконструкция и их управление в столице и Санкт-Петербурге. Гостиничные сети постоянно добавляются: «Hilton» и «Choice Hotels Intern» и другие.

**Второе** - это собственные национальные сети, которые в последнее время выходят в России на рынок и представлены такими собственными национальными управляющими компаниями как, «Амакс Гранд Хотелс» («Amaks Grand Hotels»), состоящей из 22 гостиниц в европейской части России; «Аккорд менеджмент групп» («Accord management group»); «Интурист Отель Групп» («Intourist Hotel Group»), созданный на базе ВАО «Интурист»; «Отели АЛРОСА»; «Евразия»; «

Форстон» («Fareston») и др.

Согласно прогнозу Российской гостиничной ассоциации (РГА) на ближайшие годы количество гостиничных сетей будет увеличиваться. В настоящее время действующее вступает отечественный инвестор, который уже не боится за большие сроки окупаемости проектов.

Гостиничная индустрия начала принимать современный облик во второй половине XX века, когда начали происходить кардинальные преобразования в мировом гостиничном бизнесе. В конце XIX - начале XX веков гостиницы были индивидуальными, а чаще семейными предприятиями, а в настоящее время, современные гостиницы - это сложные хозяйственные предприятия, выполняющие разные производственные, хозяйственные и управленческие функции.

Индустриализация сферы услуг полностью и гостиничной индустрии в частности выдвинула на основные значения большие гостиничные комплексы, корпорации, цепи, которые достаточно оснащены техническими и технологическими средствами и объединяют тысячи гостиниц по всему миру. Поэтому, малому, семейному гостиничному бизнесу приходится отодвигаться на периферию туристских потоков и занимать рыночные ниши соответствующе собственных объёмов и потенциалов.

Значительные, эволюционные изменения появились не только в правилах и методах управления гостиницами, но и непосредственно в гостиничном продукте, который становится высокотехнологичным и в совершенстве ориентируется на потребителя.

Краткий ретроспективный анализ развития мировой гостиничной индустрии в XX веке допускает выделение нескольких периодов.

**XX век, 50-ые годы** - индустриализация и крупномасштабная рыночная сегментация гостиничной индустрии. Для этого периода характерен инновационный подход к развитию сети придорожных средств размещения, или мотелей, под маркой корпорации Holiday Inn. Этот подход содействовал образованию в гостиничной индустрии двух главных сегментов предложения, или вида продукта:

1) Отель, представляющий продукт делового центра города, который предназначен в основном для бизнес-туристов;

2) Мотыль - загородный гостиничный продукт, который рассчитан на обслуживание туристов, путешествующих самостоятельно, и рынка семейного отдыха.

**XX век, 60 - 80-ые годы** - Золотой век гостиничной индустрии, отмеченный бурным строительством новых гостиниц по всему миру, не только в Америке, но также это затронуло Европу, Азию и Австралию. Общий экономический подъём, динамично растущий спрос на продукты и услуги индустрии гостеприимства являются характерным стимулом крупномасштабного увеличения мирового гостиничного хозяйства.

**XX век, 90-ые годы** характеризуется спадом бурного роста.

**XXI век**, постепенно устанавливается период относительной стабилизации гостиничного бизнеса. В настоящее время гостиничным предприятиям приходится работать в жесткой конкурентной среде.

Такие факторы, как, развитие стратегий поглощения и консолидации; выход на рынок новых компаний; использование прогрессивных маркетинговых стратегий сегментации рынка, усиливают влияние на конкуренцию на рынке гостиничных услуг.

Хорошим примером успешного использования стратегии консолидации и поглощения является деятельность французской компании «Аккор» («Ассог») или соединение компаний «Days Inn» и «Hospitality Franchise System». Данные объединившиеся компании получают привилегии от повышения их доли рынка, завоевывают новые сегменты, сокращают расходы на маркетинг, разрабатывают корпоративные программы, продвигают гостиничные продукты и занимаются подготовкой кадров.

В Москве функционировало всего семь гостиниц в 1818 году, в Петербурге 1900 год - 325 единиц, Россия 1910 год - 4 685 ед., в это количество не входят постоянные дворы и трактиры с номерами, которые были в руках частных лиц и чисто коммерческие. Гостиницы национализируются, и гостиничное хозяйство и подвергаются коренной перестройке в 1918 году (декрет Советского правительства).[8]

В СССР гостиничное хозяйство было одной из отраслей сферы услуг, но быстрые темпы развития характерны только в послевоенный период. В 1940 году гостиничное хозяйство насчитывало 793 предприятий на 64 тысячи мест, в 1960 году соответственно: 1476 единиц на 137 тысяч мест, в 1980 году: 7000 единиц на

700 тысяч мест.

Грузия, Украина, регионы Сибири и дальнего Востока начинает развивать санитарно-курортное дело в 60-70 годы. В восьмидесятые годы формируются большие гостиничные комплексы; строятся отели, мотели, кемпинги; образуются крупные курортные зоны: на побережье Балтийского моря в Прибалтике, в Крыму и на Черноморском побережье Кавказа. Начинают строить предприятия гостиничного хозяйства, учитывая исторические места, туристические маршруты в стране, промышленные и новые города.

Меду тем, всё больше начинает применяться иностранный туризм: Госкоминтурист за 1971-1975 годы построил 25 гостиниц на 14 тысяч мест; 36 гостиниц в 24 городах СССР, пять мотелей, пять кемпингов были построены за 1976-1980 годы.

Чтобы решить эту серьёзную проблему, строятся громадные гостиничные комплексы, а именно: г. Ленинград - гостиница «Прибалтийская» на 2400 мест; г. Ялта - «Ялта» тоже на 2400 мест; г. Сочи - «Жемчужина» и «Дагомыс» с мотелем. Строятся гостиницы в городах Золотого кольца, Суздаль, Владимир, Псков, Соловецкие острова и другие, являющихся древними историческими центрами.

В этот период проблема качества представляла слабое звено в развитии гостиничного хозяйства, по причине не соответствия уровня качества обслуживания и категории номеров международным стандартам в области средств размещения туристов.

Чтобы решить эту серьёзную проблему, строятся громадные гостиничные комплексы, а именно: г. Ленинград - гостиница «Прибалтийская» на 2400 мест; г. Ялта - «Ялта» тоже на 2400 мест; г. Сочи - «Жемчужина» и «Дагомыс» с мотелем. Строятся гостиницы в городах Золотого кольца, Суздаль, Владимир, Псков, Соловецкие острова и другие, являющихся древними историческими центрами.

Конечно, гостиничное хозяйство Москвы соответственно развивается, особенно во время подготовки к открытию XXII летних Олимпийских игр в 1980 году. За этот период капитальный ремонт и обновление прошли 25 работающих гостиниц Мосгорисполкома, значительно реконструировали гостиницы Госкоминтуриста и других ведомств. Вводится в эксплуатацию гостиница «Саяны» на 520 мест, «Восход» на 1400 мест; гостиничные комплексы «Космос» на 3 400 мест и «Севастополь» на 4000 мест, построенные «Госинтуристом».

Самая важная веха в развитии гостиничного дела для Москвы было строительство наибольшего туристского комплекса «Измайлово» на 10 000 мест и гостинично-туристского комплекса «Салют» на 2 020 мест. Впервые, в Советском Союзе, в Москве освоено строительство Центра международной торговли и научно-технических связей с зарубежными странами - Всесоюзное объединение «Совинцентр» Торгово-промышленной палаты СССР, включающий два гостиничных комплекса: «Международный» и «Союз» категории «люкс». Развитая и современная инфраструктура сервиса, включающая организации питания, конгресс-залы, спортивные залы, залы для просмотра концертов и фильмов. Эти организации до настоящего времени представляют значительную степень в гостиничном хозяйстве столицы.

Начиная с 1991 года, для отечественного гостиничного бизнеса характерен довольно трудный и болезненный этап. В связи распада СССР нарушено единое экономическое и политическое пространство, и поэтому приходит процесс приватизации, захватывающий гостиничную индустрию и разрушающий привычную административно-хозяйственную систему: в основном гостиничные предприятия акционируются, другие переходят в коллективную или индивидуальную собственность. Всё это приводит к уменьшению рентабельности гостиничных организаций, сокращению загрузки номерного фонда, падению качества предоставляемых услуг, росту текучести кадров.

Для гостиничных гигантов наступила наиболее сложная ситуация, ранее получавшие субсидирования с государственных и профсоюзных фондов, рассчитанные на массовые потоки туристов. Социально-экономическая политика страны поменялась, пришла система рыночных отношений, которые создавали условия жесткой конкуренции между гостиничными предприятиями, вместе с этим, материально-техническая база старела, отсутствовали инвестиции, нехватка необходимых кадров - всё это ставило многие гостиницы на грань выживания.

На начало 1996 года Россия имела 5 294 средств размещения, из них 4 150 гостиниц на 410 592 мест, что составляло примерно 2 % от общемировых показателей и 4 % от общеевропейских. Загрузка номерного фонда, по одной из рыночной характеристики гостиничной индустрии, составила почти 30%.