**История развития и проблемы гостиничного бизнеса в России**

**Содержание**

Введение

Глава 1. История развития гостиничного хозяйства

1.1 У истоков системы гостеприимства

1.2 Гостеприимство славян

1.3 Гостиницы во времена петровской России

1.4 Гостеприимство дореволюционной России

1.5 Гостеприимство в СССР

1.6 Гостиничное хозяйство России в 90-е годы

1.7 Гостиничный бизнес в современной России

Глава 2. Проблемы развития гостиничного бизнеса в России

2.1 Проблема «звездности»

2.2 Проблема профессионального образования в сфере гостиничного бизнеса

Заключение

Список литературы

**Введение**

Историю гостеприимства трудно отделить от истории туризма не только потому, что это две важные составляющие современной экономики, но и потому, что исторически они формировались как взаимосвязанные и взаимодополняемые социальные сферы.

Развитие туризма, появление новых его видов, расширение географии путешествий способствовали распространению гостиниц, их совершенствованию и специализации. В свою очередь улучшение обслуживания туристов, развитие транспортной инфраструктуры и гостиничного хозяйства способствовали развитию туристских потоков.

Развитие туризма и гостеприимства напрямую связано с развитием всех сфер человеческой культуры, ориентированных на отдых и лечение, образование и развлечения людей.1

*Цель курсовой*: изучение истории развития и проблем гостиничного бизнеса в России.

*Задачи*:

1. изучение материала по данной теме (литература, СМИ, источники Internet);
2. рассмотреть историю гостеприимства в разные исторические эпохи;
3. выявить проблемы развития гостеприимства в России.

**Глава 1. История развития гостиничного хозяйства**

**1.1 У истоков системы гостеприимства**

гостиничный бизнес россия

Одним из важнейших понятий, которые используется истории туризма и гостеприимства, является *“гостеприимство”.* Путешествия были бы невозможны, если путникам негде было бы остановится на ночлег и получить провизию. Гостеприимство имеет долгую историю, оно начинается с древнейшей традиции “преломлять хлеб” со странниками. У разных народов мира складывались различные традиции и обычаи встречать гостей. Особенности бытовой культуры оказывают влияние на формирование гостеприимства как необходимой составляющей индустрии туризма.

Термин *“гостеприимство”* происходит от старофранцузского слова *hospice* (хоспис), что означает странноприимный дом. В бытовом смысле гостеприимство – это свойство характера человека, отличающегося радушием и хлебосольством, а также традиции встречи гостей в разных культурах. В контексте изучения туризма как раздела культуры – это собирательное название системы обслуживания людей, находящихся в путешествии, на отдыхе вдали от своего дома. Гостеприимство включает в себя такие важнейшие направления деятельности, как размещение и питание гостей, предоставление разного рода социокультурных услуг, в том числе развлекательных, проведение конференций, организация экскурсий.

Появление первых прообразов гостиниц и профессий по обслуживанию людей, останавливающихся на ночлег, связано с ранними периодами человеческой истории и отражает особенности и традиции бытовой культуры народов Древнего мира. В обычаях разных народов было широко распространено покровительство путникам, которое выступало формой защиты их личности и имущества.2

**1.2** **Гостеприимство славян**

Практически во всех летописях отдается должное гостеприимству славян. Как пишет русский историк Н.М. Карамзин,

*«всякий путешественник был для них как бы священным: встречали его с ласкою, угощали с радостию, провожали с благословением и сдавали друг другу на руки. Хозяин ответствовал народу за безопасность чужеземца, и кто не умел сберечь гостя от беды или неприятности, тому мстили соседи за сие оскорбление, как за собственное. Славянин, выходя из дому, оставлял дверь отворенную и пищу готовую для странника. Купцы, ремесленники охотно посещали славян, между которыми не было для них ни воров, ни разбойников; но бедному человеку, не имевшему способа угостить иностранца, позволялось украсть все нужное для того у соседа богатого: важный долг гостеприимства оправдывал и самое преступление».*

Прочные традиции культурного наследия закрепились в быту Древней Руси. От отца к сыну передавались «словеса душеполезные», заветы и наставления молодым, как жить, «как себя блюсти».

Одним из значительных памятников этого периода является *«Поучение»* Владимира Мономаха, написанное им незадолго до смерти. *«Поучение»,* адресованное детям князя, охватывает широкий круг вопросов. Наряду с советами, как управлять государством, *«Поучение»* содержит и нравственные рекомендации – как должны вести себя юноши. Кроткое, смиренное поведение в обществе надо сочетать с трудолюбием и гостеприимством. В своем наказе сыновьям Владимир Мономах рекомендовал хорошо принимать иностранных купцов, или «гостей», как их тогда назвали.

Обычаи гостеприимства были закреплены в другом памятнике русской бытовой культуры, в *«Домострое».* Первая редакция «Домостроя» была составлена в Новгороде в конце XV - начале XVI в.4

Вторая редакция, значительно переработанная выходцем из Новгорода, ставшим впоследствии влиятельным советником молодого московского царя Ивана Грозного, благовещенским протопопом Сильвестром, дошла до наших пор.

В *«Домострое»* даются рекомендации хозяину дома и его домочадцам, как надо встречать и потчевать гостей.

*«Если случится приветить приезжих людей, торговых ли, или иноземцев, иных гостей, званых ли, Богом ли данных: богатых или бедных, священников или монахов, - то хозяину и хозяйке следует быть приветливыми и должную честь воздавать по чину и по достоинству каждого человека. С любовью и благодарностью ласковым словом каждого из них почтить, со всяким поговорить и добрым словом приветить, дать есть и пить или на стол выставить, или подать из рук своих с добрым приветом, а иным и послать чего-нибудь, но каждого чем-то выделить и всякого порадовать. Если какие из них ждут в сенях или сидят на дворе – и тех накормить-напоить и, за столом сидя, не забывать высылать им еду и питье. Если есть у хозяина сын или верный слуга, пусть бы и он присматривал всюду и всех почтил и добрым словом приветил, и никого б не ругал, не обесчестил, не опозорил, не высмеял, не осудил, чтобы ни хозяину, ни хозяйке, ни детям их, ни слугам не нанес осуждения».5*

*«Домострой»* представляет собой первую энциклопедию домашнего хозяйства, в которой даны примерные планы проведения важных семейный и общественных мероприятий, встреча гостей. В *«Домострое»* аккумулировалось все то, что в целом на Руси составляло понятие дом в его собирательном значении.6

**1.3 Гостиницы во времена петровской России**

На Руси постоялые дворы, именуемые *ямами*, появляются в XII-XVIII вв. Они служили для отдыха путешественников и смены лошадей. Эти предшественницы гостиниц располагались одна от другой обычно на расстоянии конного перехода.

С допетровских времен на Руси существовали особые документы – *подорожные*, которые выдавались каждому желающему отправиться в дальний путь. В подорожной указывалось имя путешествующего, цель поездки и маршрут следования. Без этого документа невозможно было ни получить лошадей, ни свободно передвигаться по территории Российской империи.

В период правления Петра I возрастает мобильность населения. На дорогах России в это время можно было встретить и роскошные кареты знати, запряженные большим количеством лошадей, и возки с менее состоятельной публикой, и простые телеги.

Для перевозки почты строились специальные почтовые тракты. Именно на них и стали появляться придорожные гостиницы. *Первая такая гостиница была создана в 1715 году при почтовом ведомстве в Санкт-Петербурге. Эту дату принято считать началом официальной истории отечественного гостиничного хозяйства*. Созданию сети придорожных гостиниц способствовал Указ Петра I *«Об учреждении постоялых и гостиных дворов»*, изданный им в январе 1719 года. К концу XVIII столетия в России насчитывалось уже свыше 3 тысяч почтовых станций с гостиницами – тут можно было отдохнуть после дороги, поесть и поменять лошадей.

Роль и значение гостиниц для российского общества были велики, неслучайно, что именно в них царь любил устраивать ассамблеи и торжественные приемы. Постепенно набор сервисных услуг, предлагавшихся в гостиницах, возрастал. Благодаря им стали пользоваться популярностью общественные бани. Первые бани были созданы для удобства путешественников, но постепенно ими стали пользоваться и местные жители.

Социально-политические и экономические реформы, которые проводил Петр I в России, не могли не оказать заметного влияния на систему гостеприимства. Изменения, происходившие в ней, во многом были обусловлены стремлением ввести европейские стандарты, с которыми познакомились русские послы, купцы и молодые дворяне, получавшие по воле царя образование за границей. Да и сам Петр I во время своих заграничных путешествий имел возможность лично изучить условия проживания и питания и услуги, предоставляемые гостям в европейских гостиницах и постоялых дворах. Все это заставило по-новому взглянуть на существующую в то время в России систему гостеприимства, основными элементами которой до правления Петра I были гостиные дворы и ямские станции.

**1.4 Гостиницы дореволюционной России**

В России к XVIII в. существовало немало постоялых и гостиных дворов, которые в крупных городах выполняли различные функции, в них осуществлялась торговля, коммерческие и купеческие сделки. Многие гостиные дворы принимали гостей по национальному признаку. Так, в Москве существовали «аглийский», «греческий», «армянский», в Нижнем Новгороде, к примеру, были «немецкий», «голландский» дворы. Развитие промышленного производства приводит к росту городов, численности их населения, а расширение торговых и других связей между российскими городами и губерниями оказывает благоприятное воздействие на развитие гостиничного хозяйства Российской империи. Во всех крупных городах к началу XIX в. существуют современные по тем временам гостиницы. С 1821 г. действовало Положение, регламентировавшее правила содержания гостиниц, рестораций и трактиров. Гостиницы предоставляли не только услуги размещения, но и питания с широким набором блюд и напитков. Позднее был отменен запрет на музыку в ресторанах гостиниц. Строительство гостиниц шло быстрыми темпами. В Москве в 1818 г. их насчитывается 7. В городе на улице Неглинной возводится фешенебельная гостиница «Европа», переименованная в годы советской власти в «Центральную». К началу XX в. в одном только Петербурге гостиниц уже более 320, а в целом по России в 1910 г. было более 4600 гостиниц, и это не считая постоялых дворов и трактиров с номерами. В гостиничный бизнес приходят инициативные и предприимчивые люди, такие как купец Н. И. Корзинкин, который в 1878 г. образует товарищество «Большая Московская гостиница», под которое он приобретает пятиэтажный дом с рестораном и садом.

Москва славилась своим хлебосольством и гостей встречала многочисленными питейными заведениями и трактирами. Один из первых в городе трактиров, получивший название «Истерийского», потаился в XIX в. в доме купца Шевалдышева. Отличительной чертой московских трактиров была русская национальная кухня и складывающиеся практически в каждом трактире свои обычаи и традиции. В дореволюционной России существовали трактиры, ориентированные на различные слои населения. К концу XIX - началу XX вв. в России под влиянием западной культуры получают кондитерские, различные кафе и рестораны. Если Москва славилась своими чайными, Петербург – кофейнями, где подавали вкусные пирожные. Начало XX в. Знаменуется расцветом ресторанного бизнеса в городах России, которые начинают вытеснять традиционные трактиры, превращающиеся в питейные заведения для людей низких сословий. Крупные рестораны выписывают поваров из Франции. Помимо музыки гости развлекаются бильярдом, петушиными боями. Обслуживающий персонал одевается в униформу, которая была различной в зависимости от типа заведения общего питания. Так, в ресторанах при гостиницах официанты были во фраках и белых перчатках, в трактирах гостей обслуживали половые из крестьян в белых фартуках.

**1.5 Гостеприимство в СССР**

В дореволюционной России в связи с ростом промышленного производства, развитием внутренних и международных связей сложилась система гостеприимства, основные предприятия которой были частными. В целом к началу XX века в России насчитывалось более 4500 гостиниц, не считая трактиров и постоялых дворов. В первые годы советской власти гостиничное хозяйство страны коренным образом перестраивается, его предприятия национализируются, идет строительство новых гостиниц. В предвоенные годы большие и малые гостиницы существовали в 700 городах страны. Успешно шло восстановление гостиничного хозяйства и после Второй мировой войны. Количество гостиниц к 1960 г. почти удвоилось. Появились и рекордсмены и этой области. Так, в 1967 г. была построена гостиница «Россия», имевшая 3182 номера.

В советский период существовали четыре ведомства, которые занимались гостиничным хозяйством. Это Госкоминтурист, ВЦСПС, муниципальные и молодежные организации. В каждом ведомстве были свои стандарты и принципы аттестации. При классификации гостиниц в СССР использовалась система разрядов, которая мало соответствовала европейским стандартам. До распада СССР существовала единственная гостиничная цепь «Интуриста», которая в 1970 г. занимала 23-е место в мире и насчитывала более 27 тыс. номеров.

Гостиничное хозяйство страны в этот период было крайне пестрым как по комфортабельности, так и по уровню сервиса. Наиболее комфортабельными, естественно, были гостиницы «Интуриста». Гостиницы для рядовых советских граждан чаще всего отличались невысоким уровнем сервиса и комфорта и были в основном нерентабельными.

Особенно благоприятную роль в развитии инфраструктуры гостеприимства сыграли крупные международные мероприятия, проведенные в СССР. В частности, для Олимпийских игр 1980 г. было построено несколько крупных гостиничных центров, в том числе туристский комплекс «Измайлово» в Москве, который имел пять 30-этажных корпусов на 9568 мест (номера на 1—2 человек), туристский кабинет, культурный центр. Гостиничное хозяйство страны в это время насчитывало более 7000 гостиниц общей вместимостью 700 тыс. койко-мест и было представлено разнообразными средствами размещения. Вблизи крупных городов, историко-культурных центров, вдоль популярных маршрутов строятся мотели и кемпинги, рассчитанные на прием автотуристов, в курортных зонах создаются ведомственные гостиницы, близ железнодорожных вокзалов и аэропортов строятся отели, в городах появляются Дома туристов и Дома колхозников, рассчитанные на прием специализированных категорий посетителей и т.д.

**1.6 Гостиничное хозяйство России в 90-е годы**

Перестроечные процессы оказали негативное влияние на состояние гостиничного хозяйства в России. Сокращение туристских потоков привело к снижению спроса на гостиничные услуги, что, в свою очередь, повлекло сокращение числа гостиниц. С начала 90-х гг. наблюдается особенно резкое сокращение числа гостиниц и их загрузки. Даже в таких крупных городах, как Москва, коэффициент загрузки гостиниц составляет немногим более половины. В целом же по России гостиницы заполняются только на треть. Основная причина — резкое сокращение централизованного финансирования гостиничного хозяйства. Во многих регионах страны четко проявилась тенденция убыточности гостиничного хозяйства. Основная часть гостиниц нуждается в реконструкции и обновлении материальной базы, поскольку они в настоящее время не соответствуют мировым стандартам.

Проблемы отечественного гостиничного хозяйства в этот период связаны с низким уровнем сервиса, недостаточной материально-технической оснащенностью, нехваткой профессиональных кадров, в том числе и специалистов в области гостиничного менеджмента, способных работать в новых рыночных условиях. Одним из негативных факторов развития гостиничной индустрии была неравномерность гостиничного фонда. Более 60% гостиниц были расположены в городах, причем в основном в крупных городах, и только 30% гостиниц находилось в сельской местности.

В гостиничном бизнесе России крайне неравномерно начинается процесс воссоздания индустрии гостеприимства, восстановление утраченных связей между гостиничными предприятиями стран СНГ и Латвии. В 1992 г. была создана международная Ассоциация туристских организаций «ЕвроАзия», цель которой направлена на восстановление разрушенных традиционных связей между отделениями «Интуриста» в области обслуживания иностранных туристов и организации зарубежных поездок для отечественных туристов.

На смену монополизированному гостиничному хозяйству с 1993 г. в России стал складываться рынок гостиничных услуг. В настоящее время в гостиничном бизнесе России принимает большое число предприятия с различными формами собственности: акционерные общества, совместные предприятия, муниципальные предприятия, ведомственные гостиничные предприятия и малые частные гостиницы и пансионаты. Раньше у каждого ведомства были свои критерии и принципы аттестации гостиниц. В 1995 г. на территории России была введена единая система классификации по категориям от 1 до 5 звезд.

**1.7 Гостиничный бизнес в современной России**

Процессы, происходившие в 90-е годы, свидетельствовали о нелегких временах гостиничного бизнеса. Шло ветшание и сокращение гостиничного фонда страны. Согласно данным Государственного комитета РФ по статистике, за один только год количество гостиниц, мотелей и общежитий в стране сократилось с 5294 в 1996 г. до 5043 в 1997 г., т.е. на 251. Число гостиничных номеров сократилось соответственно с 207 362 до 202 033, т.е. на 5329. В 1999 г. насчитывалось уже 4225 гостиниц, мотелей и общежитий. Этот процесс затронул, главным образом, сельские и муниципальные гостиницы, являющиеся собственностью города, и другие средства размещения, которые стали убыточными и не могли успешно функционировать в рыночных условиях. Заметную роль в сокращении спроса сыграли повышение стоимости услуг гостиничного хозяйства, удорожание транспорта.

Представители гостиничного бизнеса в 90-е годы создали национальные ассоциации для укрепления своих позиций, для поддержки отечественного гостиничного бизнеса и защиты интересов национальных производителей гостиничных услуг. ***Российская гостиничная ассоциация*** была учреждена ГАО «Москва», Российской ассоциацией туристских агентств, АО «Совет по туризму и экскурсиям Санкт-Петербурга» и др. В настоящее время РГА является членом Всемирной туристской организации и Международной ассоциации гостиничного и ресторанного бизнеса. В нее входят около 50 гостиниц из Москвы, Санкт-Петербурга, Сочи, Рязани, Калининграда, Ярославля и др. городов России.

К концу 90-х годов происходят заметные изменения, которые коренным образом меняют положение гостиничного хозяйства в стране. В РФ начинается формирование гостиничных цепей, прежде всего при поддержке иностранного капитала. Рынок гостиничных услуг ориентируется на западные стандарты. Отличительной особенностью развития гостиничного хозяйства стало внедрение иностранных гостиничных компаний из Австрии, Франции, США, Великобритании и других стран, а также привлечение иностранных инвестиций для реконструкции гостиниц в крупных городах и туристских центрах России. На российский рынок пришли международные гостиничные цепи («Аккор», «Марко Поло», «Кемпински», «Мариотт», Холидей Инн» и др.), которые подняли стандарты обслуживания, ввели гибкую ценовую политику и усилили конкуренцию на рынке гостиничных услуг.

Начинается строительство новых гостиниц на месте старых, не отвечающих требованиям международного туризма. Планируется демонтаж еще нескольких гостиниц в историческом центре города, таких как «Минск», «Киевская», на месте которых будут построены современные гостиничные комплексы. Коренной реконструкции будет подвергнута и знаменитая московская гостиница «Россия».

Функционирование гостиничного хозяйства России на современном этапе выявило наличие благоприятной тенденции постепенного выхода этой отрасли из кризиса, что проявляется в увеличении рентабельности предприятий, повышении загрузки гостиниц, особенно тех, которые расположены в крупных городах, в курортных местах, традиционных туристских центрах. Хотя в целом состояние этого бизнеса остается еще достаточно нестабильным и тяжелым, особенно в российских регионах.12

Отечественный гостиничный рынок в последнее время лихорадит: появляются все новые управляющие компании, уже заявлены, по меньшей мере, пять национальных отельных брендов, а в течение последнего года сделано сразу несколько громких заявок на создание общероссийских сетей из десятков и даже сотен объектов размещения.

Как полагают специалисты, владельцы российских гостиниц в большинстве своем пока не готовы к внедрению внешнего управления. «Идеи объединения в среде наших хотельеров не пользуются популярностью, - отмечает руководитель консалтинговой компании Hotel Consulting & Development Group Александр Лесник. — Даже соглашаясь на отдельные совместные акции, владельцы гостиниц или их директора не готовы допустить посторонних ни к маркетингу, ни тем более к ценовой политике или влиянию на механизмы управления».

Действительно, сегодня российские управляющие компании в гостиничном бизнесе в большинстве своем либо сами являются собственником управляемых объектов, либо представляют собой дочернюю организацию собственника.

Характерно, что такая форма управления прижилась в государственном секторе. Еще в 1994 г. было создано государственное акционерное общество «Москва», нынче преобразованное в открытое акционерное общество, для представления интересов города в принадлежащих ему частично или полностью столичных отелях. Компания даже пробовала создать на своей базе гостиничную сеть «Норд-Отель», которая должна была объединить гостиницы в районе ВДНХ, но не имела в этом проекте успеха. В настоящее время «ГАО «Москва» хотя, вероятно, и сохраняет рычаги воздействия на деятельность подконтрольных ему гостиниц, уже не позиционирует себя в качестве управляющей компании и занято в основном поддержкой городских программ развития гостиничного хозяйства.

Другая государственная управляющая компания в гостиничном бизнесе — ГУП «Сеть Президент-отелей и здравниц Руси» — была создана в 2000 г. В ее ведении находятся объекты размещения Управления делами Президента РФ: московские отели Golden Ring, «Президент-отель» и «Арбат», а также более 20 пансионатов в Подмосковье, Сочи, Новгородской, Самарской, Курской, Тверской областях и в Ставропольском крае. Сейчас Управление делами президента строит новый отель в С.-Петербурге в составе комплекса зданий Константиновского дворца. Ведомство создавалось для повышения доходности государственных средств размещения и было призвано заниматься коммерческой работой, в том числе представлять отели и санатории на международных туристических выставках, осуществлять рекламную деятельность, вести работу с корпоративными клиентами. В ведение сети была передана и кадровая политика директора гостиниц могут назначаться и сниматься по ее представлению. Со стороны складывается впечатление, что наиболее активно ГУП проявляет себя именно в этом вопросе.

Государственный опыт переняли и частные предприятия. Пионером здесь стала корпорация «Алроса», создавшая дочернюю управляющую компанию «Гостиницы «Алроса» в 1998 г. Год спустя в Москве открылся корпоративный отель «Алроса», под управление дочерней организации перешли также принадлежащие алмазному гиганту гостиницы «Зарница» в Мирном и «Алса» в Горно-Алтайске, базы отдыха в Анапе и Солнечногорске. В начале этого года открылся новый корпус отеля «Пур-Наволок» в Архангельске, в котором «Гостиницы «Алроса» имеют контрольный пакет акций. Сейчас компания завершает строительство отеля «Полярная звезда» в Якутске и строит туристическую гостиницу в С.-Петербурге.

В прошлом году подобную структуру создало ОАО «Иркутскэнерго». В управление его дочерней туристической компании «Гранд Байкал» были переданы санатории, пансионаты, базы отдыха и гостиница предприятия в Иркутске и его области.

Схемы такого корпоративного менеджмента возникают не только при попытках крупных собственников как-то структурировать управление своей недвижимостью, но и вследствие «разрастания» бизнеса отдельных успешных гостиничных предприятий. Характерный пример — новгородская управляющая компания «Новтуринвест», которая создавалась в 1995 г.- для управления отелем «Береста Палас» в Великом Новгороде. В последующем «Новтуринвест» приобрел и отремонтировал гостиницу «Волхов» и ресторанный комплекс «Хольмгард», организовал собственное турагентство «Магазин путешествий». В течение последних двух лет компания получает предложения по управлению и приобретению гостиниц в таких городах, как Старая Русса, Валдай, Великий Новгород, турбаз в Новгородской области. Сейчас «Новтуринвест» прорабатывает проект организации речного круиза С.-Петербург — Великий Новгород.

В Иркутске работает группа, имеющая отношение к кипрской строительной компании Hemi Trade, в которую входят отель «Солнце», его филиал «Солнышонок» и туристическая компания Sun Tours. Диверсифицировать свой бизнес решило ЗАО «Европа-Отель», управляющее петербургским отелем «Европа».

В С.-Петербурге работает и другая небольшая цепочка объектов, принадлежащих одному собственнику. Под маркой «Престиж-отель» здесь представлены две мини-гостиницы: бизнес-класса и туристического класса. Определенную известность получили подмосковные дачные отели под маркой «Холидей». В собственности компании «Истра-Холидей» сегодня находятся два дачных отеля «Истра-Холидей» в Лопотово и «Лада-Холидей» в Трусово, а также коттеджный поселок «Новое время».

Вольно или невольно функции отельных управляющих компаний берут на себя российские туристические фирмы, постепенно обрастающие гостиничной собственностью. Некоторым из них объекты размещения достались по наследству еще с советских времен, другим приходится отстраиваться с нуля, но ни те, ни другие пока не привлекали для управления своей собственностью сторонние организации. Так, «Пермтурист» — правопреемник «Пермского областного совета по туризму и экскурсиям» - оперирует уже пятью гостиницами: «Уралом» и недавно открывшимся «Алмазом Урала» в Перми, «Сталагмитом» в г. Кунгур, «Волной» в г. Чайковский, а с прошлого года и новым «Северным Уралом» в г. Чердынь. «Центральный совет по туризму и отдыху» также только расширяет число гостиничных объектов в своей собственности. Компания уже владеет акциями около 20 предприятий гостинично-туристского комплекса и продолжает проводить реконструкцию старых и строительство новых объектов. В 2000 г. ЦСТЭ открыл пансионат «Виктория» в Кисловодске, в 2001 г. — мини-отель «На Озерковской» в Москве, в прошлом завершил строительство первой очереди санатория «Виктория» в подмосковном Тишково. Программу создания цепочки гостиниц разрабатывает и ВАО «Интурист», однако никаких конкретных проектов оператор пока не представил. К процессу диверсификации туристического бизнеса подключаются и относительно молодые туристические компании 5е бурного советского прошлого, например, иркутский оператор «Гринэкспресс» управляет уже тремя объектами размещения.13

**Гостиничные сети**

В России объявлено уже несколько проектов создания гостиничных сетей в общенациональном масштабе, однако большинство из них пока далеки от практической реализации.

Более года назад группа «Русское золото» зарегистрировала компанию «Интерсетьотель» для реализации своего проекта строительства сети из 200 отелей в крупнейших деловых и туристических центрах России. Однако до сих пор не было представлено ни одного конкретного проекта строительства нового отеля. С первыми адресами «Русское золото» определится только к лету. По некоторым данным, один из первых отелей сети «Интеротель» будет построен в Петрозаводске.

В феврале проект создания экономичной гостиничной сети анонсировала группа «Менатеп». Компания намерена построить в общей сложности около 40 отелей под маркой Courtyard (группа Marriott). Управление проектом поручено инвестиционному банку «Траст». На первом этапе «Менатеп» планирует построить 2-3 гостиницы на 100-150 номеров каждая, инвестиции в размере $30-40 млн. выделит дочерняя компания группы GM Investment & Со. В дальнейшем для реализации проекта будут привлекаться сторонние инвесторы. Как сообщили «ТБ» в банке «Траст», группе хотелось бы возводить по 3-4 отеля в год, но все зависит от реальной ситуации на рынке. Строительство первых объектов «Менатеп» планирует начать уже в этом году, однако до сих пор конкретные площадки не называются, так как еще не завершен процесс оформления разрешительной документации. Определенность здесь появится также ближе к середине года.

Наконец, в марте о своем намерении создать в течение 15 лет экономичную сеть из 50 отелей объявили компании Delta Capital Management и Rezidor SAS Hospitality.

Партнеры даже называют конкретные сроки реализации первого этапа: в течение трех лет должны появиться около 8 новых гостиниц под маркой Country Inn. Однако конкуренты называют эти планы нереалистичными: если компании рассчитывают на такие темпы развития сети, уже должно было начаться строительство отдельных объектов, пока же даже не названы площадки.

Пожалуй, ближе других к реализации оказался отечественный проект создания гостиничной сети, принадлежащий компании «Корстон», созданной на базе «Комплекса гостиницы «Орленок». Компания планирует построить несколько многопрофильных объектов в регионах России. Единые комплексы будут включать в себя гостиницу категории 3-4\* вместимостью 150-300 мест, конференц-центр с самым большим залом больше 1000 кв. м, бизнес-центр с офисами свободной планировки, развлекательный комплекс с казино, бильярдом, боулингом, кинотеатрами, дискотекой, детским парком, ресторанами быстрого питания и торговый комплекс. Общее управление объектами будет осуществлять управляющая компания группы. По отдельным видам деятельности, в том числе гостиничной, планируется привлекать сторонних иностранных операторов как для прямого управления, так и для образования российского оператора на базе «Корстона». Уже ведется строительство двух такт комплексов. Первая очереди комплекса в Казани будет сдана в декабре 2006 г., первый этап комплекса в Йошкар-Оле завершится в январе 2007 г. Правда, в первую очередь идет строительство торгово-развлекательной части, гостиницы и конференц-зал будут строиться последним. Полностью объекты будут сданы в 2008 г.15

***Вывод****: таким образом, исходя из проанализированного нами материала, на каждом историческом этапе гостиничная индустрия приобретала новые характерные черты, будь то название предприятий, от «ямы» до «отеля», или форма собственности, от государственной до частной. Можно сказать одно – гостиничный бизнес с каждым годом набирает новый виток в своем развитии.*

**Глава 2. Проблемы развития гостиничного бизнеса в России**

Анализ гостиничного бизнеса России позволил выявить, что развитие данной сферы в настоящее время находится лишь на начальном уровне, по сравнению с другими странами. Этому мешает ряд проблем.

|  |  |
| --- | --- |
| Проблема | Содержание проблемы |
| Низкий профессионализм | Недостаток практических и теоретических знаний, низкий уровень подготовленности менеджеров |
| Низкое качество российского продукта | Отсутствие культуры обслуживания в российских гостиницах, не позволяющее эффективно продавать данные услуги |
| Отсутствие информации о ситуации в регионах России | Отсутствие развитых межрегиональных связей, объективной информации о специфике потребностей в регионах России. Недостаток информации о динамике и особенностях спроса среди различных групп региональных потребителей |
| Культура корпоративных отношений | Крайне низкий уровень бизнес-коммуникаций между гостиницами и гостиничными цепями, направленных на совместное решение рыночных проблем (сокрытие информации, нечистоплотная конкуренция, демпинг, закрытость, недоброжелательность) |

В целом по России общая численность работников, занятых в гостиничной индустрии примерно составляет 147,2 тыс. чел. Средняя численность работников, обслуживающих одну гостиницу, составляет 19 чел. В городской местности на одну гостиницу, в среднем, приходится 28 человек обслуживающего персонала, а в сельской местности - 3 человека. Наибольшая численность персонала характерна для гостиниц с иностранным участием (152 человека), а наименьшая - для муниципальных и частных гостиниц (в среднем 10-15 чел.).

Гостиничный бизнес — один из наиболее динамично развивающихся сегодня сегментов рынка. Эксперты считают, что ужесточающаяся с каждым днем конкуренция через несколько лет вынудит хотельеров снижать цены и повышать качество услуг. В результате этого даже гостиницы экономкласса перестанут ассоциироваться с дешевой отделкой и отсутствием элементарных удобств. Денежная емкость гостиничного рынка России оценивается в $1,7–2 млрд., а темпы роста — в 20–25% в год. Такие данные приводятся в аналитическом отчете «Тенденции развития российского гостиничного рынка» агентства ABARUS Market Research в 2006 г. В то же время, по оценкам специалистов DISCOVERY Research Group, в последние годы доля обеих российских столиц в общем отраслевом балансе сокращается. Если в 1999 г. отели Москвы и Санкт-Петербурга генерировали свыше 80% дохода, то в 2002 г. — уже только 70%, а сейчас их совокупные доходы не достигают 50%. Процесс деконцентрации происходит на фоне оживления этого рынка в других регионах. Гостиничный бизнес активно развивается в ряде российских городов-миллионников. Это вызвано ростом экономических, культурных и деловых. С 2003 г., когда в гостиничную отрасль пошли активные инвестиции, количество отелей в городе увеличилось более чем на 50%. Минувший год ознаменовался появлением сетевых игроков. В ближайшем будущем ожидается приход новых сетей, включая и крупные международные бренды.

Исследования гостиничного хозяйства России, проведенные отечественными и зарубежными специалистами, выявили ее негативные черты, которые заключаются в устаревшей инфраструктуре, в недостаточном профессионализме обслуживающего персонала, а также в недостаточном количестве гостиниц, соответствующих мировым стандартам. Ныне существующие столичные гостиницы пока не соответствует требованиям международного туризма. Очень мало высококлассных, т.е. 4—5-звездочных гостиниц, из 200 московских отелей чуть более 10% соответствуют этому уровню. Территориально гостиницы также неравномерно расположены, большая их часть находится в центре, меньшая — на северо-западе столицы.

Гостиничный рынок становится все более зрелым, предлагая «игрокам» новые инвестиционные возможности и разнообразие конкурентоспособного продукта. В результате сформировались различные сегменты гостиничного рынка, которые можно классифицировать следующим образом: гостиницы класса премиум, среднего и выше среднего класса и экономкласса. Многим городам не хватает дешевых гостиниц. Несмотря на бурный рост рынка, отелей все еще не хватает, особенно в период деловой активности — с ноября по май (исключая новогодние праздники). Заведения особенно загружены со вторника по четверг. Наблюдается несоответствие существующей гостиничной инфраструктуры высокому потенциалу. Недостаточно развитая инфраструктура сдерживает поток туристов в регионы, особенно остро ощущается нехватка гостиниц экономкласса, ориентированных на командированных, школьников, на небогатые категории населения. Люди приезжают по делам, им необходимы дешевые номера. Спрос на них очень велик. Но большинство новые гостиницы строятся от трех звезд и выше. Опытные хотельеры утверждают, что строить одно-, двухзвездочные отели — все равно, что увидеть на улице плохо одетого человека и дать ему денег, чтобы он купил себе хорошую одежду. Проще построить офис и сдать его в аренду: хлопот намного меньше, а доходы те же самые. Развитие рынка должно идти в среднем и выше среднего сегменте. Именно этот сегмент пока и развивается. Большинство городских отелей работают на уровне от трех звезд, хотя далеко не все прошли процедуру добровольного категорирования. Экономсегмент занимает всего около 10% местного рынка, примерно столько же приходится на долю премиума, оставшиеся 80% — это отели среднего и выше среднего классов. Сегодня многие гостиницы начинают реконструкцию жилого фонда, и в основном сразу же повышают уровень. Поскольку инвесторы неохотно вкладывают средства в строительство и реконструкцию гостиниц экономкласса, вряд ли в ближайшие годы такие заведения появятся в достаточном количестве.

Основные потребители гостиничных услуг — бизнес-туристы, доля которых — 70% от общего объема въездного туризма. Их можно условно поделить на две категории. Первая — дипломаты, руководители и менеджеры иностранных компаний, вторая — люди из регионов России и стран СНГ, посещающие промышленные предприятия, банки, коммерческие и иные структуры. В связи с явным преобладанием бизнес-туристов большинство отелей ориентируются на дополнительные услуги: конференц-залы, комнаты для переговоров, компьютер, факс, услуги переводчиков, заказ билетов, встреча и проводы в аэропорту, оздоровительные центры, прачечная, химчистка и т. д. Именно дополнительные услуги способствуют повышению доходности гостиничного бизнеса. Сервис такого рода предлагают многие гостиницы сегментов среднего и выше среднего, в том числе мини-отели вместимостью до 50 номеров — их в последние годы становится все больше. Между тем новые российские гостиницы предлагают свое понимание уровня сервиса: все красиво, шикарно и дорого. Спрос есть и на те, и на другие виды гостиничных услуг. С приходом новых “игроков” на гостиничный рынок особенно актуальной оказывается задача повышения профессионализма кадров. Неотвратимым становится решение проблемы неграмотного менеджмента гостиниц, поиск и воспитание профессионалов, способных разработать рыночную стратегию деятельности гостиничного предприятия для оптимизации соотношения доходов и расходов и обеспечения прибыльности отелей. Новые гостиницы будут появляться, однако невысокий профессиональный уровень работников этой сферы может стать весомой проблемой в формировании рынка качественных гостиничных услуг. По мнению хотельеров, конкуренция невозможна без улучшения качества обслуживания и расширения спектра услуг. Вряд ли удастся привлечь иностранного потребителя, не предоставив ему то, что он привык воспринимать как норму: комфортное размещение, качественное питание, залы для заседаний с эргономичной мебелью, климат-контролем, дневным освещением и беспроводным Интернетом, а также транспортное, экскурсионное и другое обслуживание. В борьбе за привлечение клиента гостиницы соперничают «через формирование лучшего соотношения цена/качество, а также нацеливаясь на конкретные рыночные сегменты. Тенденция последнего времени: Выбор потребителей останавливается не на роскошных, а скорее на более простых, но качественных и ориентированных на гостей отелях. Но тенденции могут меняться. В конце концов, успех отеля зависит от соотношения цена/качество, которое он создает для своих целевых сегментов. Обострившаяся конкуренция заставляет хотельеров пересматривать цены в сторону уменьшения. Рентабельность бизнеса снижается на 15–20% в год: цены не поднимаются, а коммунальные услуги становятся все дороже. Увеличившееся количество гостиниц привело к оттоку числа клиентов: раньше с понедельника по пятницу заполняемость была 100%, запись велась за две недели вперед, а теперь и в середине недели есть свободные номера. Поэтому многие гостиницы начали снижать цены. В ближайшие годы существующие на рынке отели с целью сокращения затрат станут модернизировать помещения, переоснащать номера, создавать автономные цепи электро-, тепло— и водоснабжения. Чтобы достойно противостоять иностранным сетевым игрокам, часть отелей формирует собственные сети.15

Рынок гостиничных услуг еще далек от перенасыщения и продолжает формироваться. По мнению экспертов, его развитию должны сопутствовать такие факторы, как создание развитой городской инфраструктуры, предприятий общепита, рост розничной торговли и банковских учреждений, разработка туристических маршрутов, появление инвестиционно привлекательного. В недалекой перспективе (эксперты называют срок от трех до пяти лет) в России будет достаточное количество отелей, рассчитанных на разные категории потребителей и предлагающих номера для проживания по относительно доступной цене. Как минимум цены сохранятся на сегодняшнем уровне, но с учетом инфляции через несколько лет это уже не будет считаться огромной суммой.

Выход на рынок международных и отечественных профессиональных гостиничных операторов, открытие новых гостиничных комплексов и реконструкция существующих, а также привлечение к управлению ими профессиональных менеджеров с рыночной ориентацией и появление на рынке здоровой конкуренции — это первые шаги в развитии гостиничного хозяйства современной России, которые должны привести к становлению качественного сервиса и высокой культуры обслуживания наряду с адекватным уровнем цен. У профессионалов гостиничного рынка есть перспективы — они могут грамотно управлять отелями, имеют правильное видение бизнеса.17

«Еще одна проблема для развития гостиничного бизнеса и инфраструктуры в целом в России сложные отношения между собственником и управляющими. Собственники не доверяют управляющим и, чтобы ситуация изменилась к лучшему, российская экономика должна стать прозрачной, - говорит Александр Удалов, президент компании UMACO. — Однако когда я говорю, что эти отношения очень сложные, это не означает, что они не меняются». Как отмечает Александр Лесник, «еще год-другой тому назад сама мысль о том, что детищем, на которое затрачены немалые средства, будет распоряжаться кто-то чужой, претила сознанию российского предпринимателя. Сегодня он уже осознает важность профессионального управления и допускает возможность возложить на чужие плечи почетную, но слишком хлопотную обязанность обслуживания клиентов».

**2.1 Проблема «звездности»**

Одним из препятствий, которое мешает развитию гостиничного бизнеса, является не6совершенство классификации средств размещения.

В настоящее время в Государственном реестре Госстандарта России зарегистрированы четыре добровольные системы сертификации средств размещения.

1. Система добровольной сертификации услуг центров отдыха (рекреационных центров) образована Одинцовской торгово-промышленной палатой (зарегистрирована в 1999 г.). Руководящий орган системы ЗАО «АНЭКС». На конец прошлого года в ней были сертифицированы 400 центров отдыха, аккредитовано 52 эксперта и создано 18 центров по добровольной сертификации в Москве, Краснодаре, Новороссийске, Голицыне, Владимире, Нижнем Новгороде, Уфе, Красноярске, Иркутске, Владивостоке, Пскове, Барнауле и Казани. В этой системе оценивается как качество средств размещения (обозначается звездами в кругах от «без звезды» до 5 «звезд»), так и природной зоны отдыха (категория от D до А). Высшей категории пока удостоен пансионат «Надежда» в Геленджике — Б 5 «звезд».

2. Система добровольной сертификации санаторно-оздоровителъных услуг образована Всероссийским научно-исследовательским институтом классификации, терминологии и информации по стандартизации и качеству (ВНИИКИ) (зарегистрирована в 2000 г.). Присваивается категория от 1 до 4 «звезд». В системе аккредитовано 15 органов по сертификации в Москве, Коломне, Сергиевом Посаде, Сочи, Ставрополе, Перми, С.-Петербурге, Новосибирске, Казани, Саратове, Владимире, Пятигорске и Новороссийске. К началу этого года в ней прошли сертификацию 153 санаторно-оздоровительных учреждения.

3. Система добровольной сертификации услуг гостиниц и других средств размещения на категорию образована Госстандартом России (зарегистрирована е 2001 г.). Руководящий орган системы — ВНИИС. В системе присваивается категория от 1 до 5«звезд». С ней прошли сертификацию порядка 30 средств размещения. Системой аккредитованы эксперты в Москве, Екатеринбурге, Нижнем Новгороде, Казани, Уфе, Владивостоке, Новороссийске и Краснодаре.

4. Система добровольной сертификации услуг гостиниц образовав ВНИИКИ (зарегистрирована 2001 г.). В системе присваивается категория от 1 до 5 «звезд». В ней аккредитовано 11 органов по сертификации в Москве, Коломне, Сергиевом Посаде, Сочи, Ставрополе, Перми, С.-Петербурге, Новосибирске и Казани. К началу 2006 г. в ней прошли сертификацию 67 гостиничных предприятий.

На протяжении прошлого года при Департаменте туризма Минэкономразвития РФ работала комиссия по разработке положений новой системы классификации гостиниц. В составе комиссии наряду с сотрудниками департамента и экспертами были практики - директора 16 московских отелей уровня от трех до пяти звезд. Результатом ее работы стал проект Положения о системе классификации гостиниц и других средств размещения, который в ближайшее время должен быть рассмотрен Правительством РФ. В органах отраслевого госуправления наденутся, что новая классификация станет для российских гостиниц обязательной.

*С чем связана необходимость введения единой национальной системы классификации российских гостиниц?*

В настоящее время в России существуют четыре добровольные системы сертификации средств размещения. В результате, если тому или иному отелю отказали в присвоении желаемой категории в одной системе, никто не мешает ему обратиться к другой и, возможно, там ему повезет больше. Часто встречаются и вовсе парадоксальные ситуации: отель уровня две звезды, а отдельные этажи в нем заявляются как четыре звезды. И это при том, что по российскому законодательству в системах сертификации вообще не могут присваиваться «звезды». Один из самых популярных вопросов, которые задают нам министры по туризму иностранных государств и представители зарубежных СМИ, когда же, наконец, в России будет приведено в соответствие соотношение «звездности» и качества гостиничных услуг. Директора российских гостиниц, страдающих от подобной недобросовестной конкуренции, сами обратились в Департамент туризма с просьбой навести порядок в этой сфере. Задача - привести в соответствие стандарты обслуживания иностранного потребителя и российскую «звездность». Наибольшим спросом у массовых туристов, как известно, пользуются трехзвездные гостиницы. Формально в России такие отели есть, но качество их услуг не устраивает зарубежных гостей. Причем, как только в гостинице проводится маломальский ремонт, ее категория тут же поднимается руководством до 4\*. Еще одной важной задачей, решение которой влечет за собой классификация - создание единой национальной системы классификации, отвечающую запросам потребителей. В новой системе будут классифицироваться как гостиницы, так и другие средства размещения, за исключением специализированных санаториев Минздрава России. Средства размещения будут подразделяться на некатегорийные и по категориям от 1 до 5\*.

*Что составит основу новой системы классификации?*

Разрабатывал новую систему классификации по поручению Департамента туризма Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации (ВНИИС) Госстандарта России, являющийся автором одной из упомянутых выше систем добровольной сертификации. Все разработки ВНИИС рассматривались и подвергались экспертизе директорами гостиниц, входившими в состав рабочей группы, в том числе при привлечении сторонних консалтинговых компаний. За основу был взят ГОСТ Р 50645-94 и ряд национальных систем классификации европейских стран. Как известно, в ГОСТе не содержатся положения о качественных требованиях. В новой системе классификации предусмотрены базовые требования к гостинице в целом и ее номерам и балльная оценкакачественных показателей и работы персонала. При работе надновым классификатором мы старались учитывать зарубежный опыт, прежде всего французский. В рамках сотрудничества с программой ТАСИС членырабочей группы прослушали курс лекций о европейском опыте в классификации средств размещения.

*Как будет организована работа по классификации?*

Классификация будет находиться в ведении Минэкономразвития РФ. Будут образованы аттестационная, созданная на базе рабочей группы, иапелляционная комиссии. Будет назначен орган по классификации, в ведении которого будетнаходиться сеть независимых экспертов. Есть стремление уйти от системы органов по сертификации, что отвечает политике Госстандарта. Сейчас в России работают несколько сотен таких организаций, более — из них находятся в Москве.

Квалификация экспертов, отвечающих в этих органах за сертификацию средств размещения, часто оставляет желать лучшего, многие из них вовсе не имеют опыта работы в гостиничном бизнесе. Эксперты будут обследовать средства размещения на местах, а орган по классификации анализировать материалы и передавать свои рекомендации в аттестационную комиссию, откуда документы попадут на утверждение в Департамент туризма России. Решение можно будет обжаловать в апелляционной комиссии. Учитывая сегодняшнее положение дел, довольно часто отели вместо желаемых четырех звезд будут получать три, а вместо пяти — четыре. Однако как только они приведут качество своих услуг в соответствие с национальными требованиями, то смогут подать документы на классификацию повторно. Планируется, что гостиницы будут получать подтверждение категории на три года, но если за этот период не будет получено рекламаций, срок действия лицензии на использование знака соответствия будет автоматически продлеваться.

Сейчас в Минэкономразвития РФ рассматривается вопрос о возможной передаче регионам полномочий по классификации средств размещения категории до 2\* включительно.

**2.2 Проблема профессионального образования в сфере гостиничного бизнеса**

Одной из проблем, затрудняющих развитие гостиничного бизнеса в России – это нехватка профессиональных кадров и недостаточное финансирование образования в сфере гостиничного бизнеса.

Комиссия, составленная Министерством образования РФ из руководителей российских специализированных вузов и экспертов EURHODIP, завершает разработку программы подготовки кадров для гостиничной индустрии и общественного питания. В июне она будетпредставлена на утверждение Минобразования России. О принятии программы, возможно, будет объявлено уже в июле на конференции EURHODIP в Москве, которая пройдет с 5 по 9 июля на базе отеля «Ирис Конгресс-Отель**».** В дальнейшем ее смогут взять на вооружение все специализированные российские вузы, а EURHODIP, со своей стороны, готов содействовать переподготовке преподавательских кадров.

В настоящее время в России действуют около 200 высших образовательных учреждении, готовящих специалистов в области гостиничного и ресторанного дела. Однако то, что подготовка кадров для гостиничной индустрии в России оставляет желать лучшего, ни для кого не секрет. Российско-европейская комиссия по высшему образованию в гостиничном бизнесе отметила несколько принципиальных отличий между российской и европейской системами образования в этой сфере. Если в России подготовка кадров для туризма и гостиниц обычно не разделена, то в Европе персонал для туристических компаний и персонал для гостиниц и предприятий общественного питания готовят по разным программам и зачастую разные учебные заведения. При этом, по данным Всемирной туристской организации, сегодня 90% вакансий приходит именно из гостиничной индустрии и только 10% - от туристических компаний.

В России практически все учебное время отводится изучению теории, в то время как в европейской традиции примерно 60% учебных часов отводится теории и 40% — практике. Соответственно, продолжительность стажировки российских студентов незначительна, а их европейские коллеги на каждом году обучения проводят 4-5 мес. на производственной практике. Первые годы обучения в европейских гостиничных школах посвящены практическому знакомству с индустрией гостеприимства, к изучению менеджмента студенты приступают только на старших курсах, когда уже знают работу гостиниц изнутри. В России же центральное место в учебных программах занимают общеобразовательные предметы, а специализация начинается только на последних двух курсах обучения.

Как отметил Ален Себбан, президент EURHODIP, пилотная программа, разработанная комиссией, призвана соединить российский и европейский опыт подготовки кадров в гостиничной индустрии, и рассчитана на пять лет обучения. Программой предусмотрено значительное увеличение практической составляющей учебного процесса. Практика на втором году обучения должна составить 16 недель стажировки в сфере общественного питания, на третьем — 16 недель работы в службе приема и размещения или в хозяйственной службе гостиницы, на четвертом — 16 недель производственной практики в администрации отеля, на пятом - 12 недель работы в соответствии с выбранной специальностью. Таким образом, на 120 недель теории должно приходиться 60 недель практики. Другим нововведением станет смещение акцента с общеобразовательных дисциплин к специальным предметам. Разработчики программы подчеркивают, что она не является окончательной и в дальнейшем может дорабатываться.20

***Вывод:*** *из всего выше изложенного, можно сказать, что ситуация на современном гостиничном рынке совсем не идеальная, существует множество проблем, препятствующие развитию гостиничного бизнеса в России, еще многое предстоит сделать.*

**Заключение**

Гостиничный бизнес как вид экономической деятельности включает предоставление гостиничных услуг и организацию за вознаграждение краткосрочного проживания в гостиницах, кемпингах, мотелях, домах для приезжих и т. п.

Как и любая другая сфера хозяйственной деятельности, индустрия гостеприимства является весьма сложной системой, степень развития которой зависит от степени развития экономики страны в целом.

Экономический подъем в различных отраслях и рост уровня жизни в развитых странах привели к частым передвижениям деловых людей и туристов в различные регионы мира. В гостиничную индустрию были направлены значительные инвестиции на обновление гостиничной базы, новое строительство, внедрение современных технологий, форм обслуживания.

Развитие рекреационной сети всегда было тесно связано с политико-экономической обстановкой. Происшедшие в последние годы коренные изменения в этих сферах самым непосредственным образом сказались на современном состоянии будущем развитии гостиничного хозяйства России.

Организационный отдых все больше становится доступен лишь состоятельной части населения, которая предпочитает зарубежье. Для основной же массы людей он делается все более и более недоступным.

Заметную роль в сокращении спроса играет постоянно возрастающая стоимость услуг гостиничного хозяйства, а также удорожание транспорта. Последнее сильно отразилось на объемах и дальности поездок – резко сократился поток экскурсантов, прекратились дальние выезды. Одно из главных условий подъема гостиничного хозяйства – возрождение внутреннего туризма.

Западные специалисты, исследующие состояние гостиничного хозяйства России, отмечают недостаточное количество гостиниц, соответствующих мировым стандартам, плохо обученный персонал, устаревшую инфраструктуру и сложности со средствами сообщения.

***Вывод:*** *таким образом, гостиничное хозяйство России прошло в своем развитии долгий путь и сегодня является одной из наиболее успешно развивающихся отраслей хозяйства.*

*В России гостиничный бизнес - развивающаяся отрасль. Во всех сферах гостиничной деятельности, как на уровне государственных структур, так и в области формирующегося гостиничного бизнеса, идет поиск новых форм работы, расширение сферы предложения и углубление его специализации. Российским предприятиям сферы гостеприимства и российским хотельерам в частности еще предстоит много работы над качеством и расценками на предлагаемые услуги.*

**Список литературы**

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебник/А.Ю. Александрова. — М.: Аспект Пресс, 2002.— 470 с.
2. Борисова Ю.Н., Гаранин Н.И., Забаев Ю.В., Сеселкин А.И. Менеджмент гостиничного и ресторанного обслуживания. - М.: РМАТ, 1997.
3. Браймер Р. А. Основы управления в индустрии гостеприимства / Пер. с англ. - М.: Аспект Пресс, 1995.
4. Воронкова Л.П. (ред.) Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник Москва, Аспект Пресс, 2002, 367 с.
5. Воронкова Л.П. История туризма и гостеприимства: учебное пособие. / Л. П. Воронкова. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004 – 304 с.
6. Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности. Нолидж, М., 1996г.
7. Домострой / Сост., вст. Ст., пер. и комм. В. В. Колесова. М., 1990.
8. Журнал «Турбизнес», №3, 2004, ст. «Повод для оптимизма», авторы С. Владимиров, Т. Криволуцкая.
9. Журнал «Турбизнес», №5 (74), апрель 2006, 80 с., ст. «Российские отели получат национальные «звезды», автор Анастасия Грачева.
10. Журнал «Турбизнес» №7 (76), май 2006, 80 с., ст. «Гостиничный менеджмент по-русски», автор Михаил Шугаев.
11. Журнал «Турбизнес» №7 (76), май 2006, 80 с., ст. «Гостиничные цепи», автор Анастасия Грачева.
12. Журнал «Турбизнес», № 8 (77), июнь 2006, 72 с., ст. Российских хотельеров будут учить по европейским стандартам», автор Михаил Шугаев.
13. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма: Справочник. – М.: Финансы и статистика, 2003.
14. Карамзин Н. В. Предания веков. Сказания, легенды, рассказы из «Истории государства Российского». М., 1988.
15. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства (отели и рестораны). М.: ОАО «НПО Изд-во «Экономика», 2000. – 207с.
16. Семенов B.C., Каминский И.С., Попова Н.А. Гостиничное хозяйство. "Стройиздат", М.: 1995.
17. Сенин В. С. Организация международного туризма. М., 1999.
18. Сенин В.С., Денисенко А.В. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения, Москва, Финансы и статистика, 2004, 144 с.
19. Соловьев Б.Л., Толстова Л.А. Менеджмент гостеприимства – Москва 1997, Российская международная академия туризма.
20. Уокер Д. Введение в гостеприимство: Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ, 1999.
21. Ходорков Л.Ф. Мировое гостиничное хозяйство. ВКШ по иностранному туризму. М.: 1991.
22. Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт. - М.: `Финансы и статистика`, 2005.
23. www.hotelnews.ru
24. [www.hospitality.ru](http://www.hospitality.ru)
25. www.hotelcosmos.ru
26. [www.hoteldiscount.ru](http://www.hoteldiscount.ru)
27. www.novotel.ru