**1. История развития индустрии гостеприимства**

**1.1. Развитие индустрии гостеприимства в Европе**

История туризма насчитывает не одну тысячу лет и непосредственно связана с историей развития западной цивилизации. География и основные цели путешествий, состояние инфраструктуры, обслуживающей туризм, — все это определялось основными этапами истории развития общества. В свою очередь, эволюция предприятий индустрии гостеприимства, прежде всего гостиниц и предприятий питания, повторяет основные этапы становления туризма.

Упоминания о первых предприятиях индустрии гостеприимства встречаются в античных манускриптах, один из которых связан с древневосточной цивилизацией — кодекс царя Вавилонии Хаммурапи, написанный примерно в 1700 г. до н. э. (в котором определялись различные правила, например, за что хозяин таверны может быть наказан).

Одним из первых видов туризма были путешествия, связанные с развитием торговли и обмена, прежде всего в Азии и на Ближнем Востоке. Именно деловой туризм явился первопричиной появления предприятий гостеприимства на территории тех регионов, где проходили крупнейшие торговые пути. Вдоль этих путей создавались караван-сараи: специальные пункты для людей, а также загоны для верблюдов и лошадей, служащие для постояльцев защитой не только от непогоды, но и от грабителей.

В античные времена основными мотивами путешествий, помимо торговли, были изучение мира, оздоровление (поездки к минеральным источникам), образование. В период расцвета греческих городов-государств формировались центры, регулярно посещаемые путешественниками, например Олимпия во время Олимпийских игр. Для участников игр строились специальные жилые сооружения, организовывались места для тренировок, предоставлялись бытовые услуги (бани, питание, отправление культовых обрядов).

К I в. до н. э. в Римской империи возникла разветвленная сеть государственных постоялых дворов, построенных вдоль главных мощеных дорог; они были предназначены для правительственных чиновников и гонцов. Постоялые дворы располагались на расстоянии одного дня езды на лошади друг от друга и предлагали широкий спектр услуг. У древних римлян имелась определенная классификация гостиничного хозяйства. Существовали два типа «пристанищ» в провинции и в самом Риме: один из них предназначался только для патрициев (мансионас), другой — для плебеев (стабулярии). Постоялые дворы для граждан низших сословий особым комфортом не отличались и дополнительных услуг не предлагали, а многим путешествующим вообще приходилось рассчитывать только на гостеприимство домовладельцев. Места питания и отдыха также были ориентированы строго на определенные сословия: обычные таверны предназначались только для простонародья, высшее же общество предпочитало отдыхать и устраивать «банкеты» в общественных банях.

В V в., после падения Римской империи, наступает очередной этап в истории развития предприятий, оказывающих услуги гостеприимства. Нашествие кочевых племен приводит к уничтожению систем коммуникаций (первой жертвой стали мощеные дороги) античного мира. С точки зрения развития туризма и гостиничной индустрии, эпоха раннего Средневековья характеризуется сокращением количества путешествий и изменением географии основных направлений; по-прежнему преобладали деловые поездки, прежде всего связанные с торговлей, и паломничества к святым местам. Основным организатором размещения и питания для паломников была церковь, монастыри бесплатно принимали гостей. Путешествовали и крупные феодалы с вооруженной свитой, и представители высшей власти, преследовавшие государственные и личные деловые цели, и группы бродяг, состоявшие из поэтов, актеров и певцов, а также желающие заработать и обучиться наукам и ремеслам. Путешественники перемещались группами, так как вероятность нападений разбойников была достаточно велика. С ростом числа университетов в Европе распространенным явлением стали путешествия будущих студентов. Что касается таких целей путешествия, как культурно-познавательные или развлекательные, то состояние дорог, развитие средств транспорта, ментальность средневекового человека и многие другие факторы, характеризующие экономику и уровень жизни общества, не способствовали их развитию.

XV–XVI вв. — это время глобальных изменений в Европе, связанных и с техническим прогрессом, и с географическими открытиями, и, что немаловажно, с пересмотром отношения к человеческой жизни. Все эти факторы оказали существенное влияние на развитие сервисных отраслей. К началу XV в. в Англии появляются законы, регулирующие работу постоялых дворов (их тогда насчитывалось порядка 600), тогда же во Франции вводится обязательный учет постояльцев. В Англии после того, как собственность церкви была переведена Генрихом VIII в светскую, путешественники не могли больше рассчитывать на бесплатный постой в монастырях, зато это явилось толчком для развития частных постоялых дворов. Кроме того, развитие системы дорог и почтовой связи между Францией, Италией, Англией и Испанией способствовало появлению специальных станций (предназначенных прежде всего для государственного транспорта) и постоялых дворов (прообразов «мотелей»), где путешественники могли останавливаться, менять лошадей. С увеличением количества путешественников соответственно увеличилось и число придорожных постоялых дворов. По современным стандартам они все еще оставались примитивными: помимо крова (постояльцы часто спали вповалку на матрацах на полу одной большой комнаты) и незамысловатого питания, они могли предоставлять услуги по отправке и получению почты, уходу за лошадьми и починке транспортных средств. Возросший платежеспособный спрос потребителей — богатые путешественники требовали комфорта в соответствии со своим статусом — обусловил повышение уровня качества обслуживания в местах остановок. Теперь среди целей путешествия можно выделить и культурно-познавательные, и лечебные (получают распространение поездки «на воды»). С XVI в. появляются первые проекты настоящих курортных предприятий.

К XVI в. относится и появление первых кофеен, которые к концу XVII в. становятся своего рода центрами культурной жизни того времени. В 1553 г. в Париже появляется уникальное для своего времени заведение — ресторан Tour d’Argent, единственной задачей которого было предоставление питания. Для этого же времени характерны таверны для простонародья, где за общим столом подавались дежурные блюда по фиксированной цене. В сельской местности один постоялый двор обслуживал всех приезжих: состоятельные люди обслуживались в столовой или у себя в комнате, бедняки обычно ели вместе с хозяином постоялого двора и его семьей на кухне.

Изменения спроса, развитие средств транспорта, расширение географии передвижений и ряд других факторов способствовали не только количественным, но и качественным изменениям в предложении услуг предприятий индустрии гостеприимства. К XVII в. становится очевидным различие между городскими и сельскими средствами размещения и по набору услуг, и по цене. Среди сельских средств размещения можно выделить постоялые дворы и трактиры, обычно предлагавшие ночлег и завтрак. В городе основными средствами размещения являлись меблированные комнаты, пансионы и гостиницы, которые предоставляли все удобства и полное обслуживание.

К концу XIX в. в крупных городах появляются многоэтажные гостиничные здания с современными удобствами: канализацией, горячим водоснабжением, центральным отоплением, подъемными машинами (прообразами лифтов), электричеством в номерах и т. д. К таким отелям относился и парижский Grand Hotel, открытый в 1862 г., техническая оснащенность и отделка которого по своим масштабам была уникальной для Европы.

Первая официальная классификация отелей в Европе делит гостиницы на три группы [33]:

гранд-отели — предлагают, помимо роскошного интерьера, обслуживание высококвалифицированным персоналом, изысканную кухню и т. д., свою репутацию они зарабатывали годами;

курортные гостиницы — традиция поездок к минеральным источникам способствует появлению сначала центров лечения, которые постепенно становятся курортными центрами с разного рода развлечениями: танцевальными вечерами, карнавалами и азартными играми и т. д.;

транзитные гостиницы — это своего рода потомки трактиров и постоялых дворов, не отличающиеся особым комфортом и высокой ценой за обслуживание. Они стали основой для стандартов обслуживания, характерного для современной гостиничной индустрии.

Стремительно развиваются и предприятия питания: появляются рестораны с высоким уровнем сервиса, предлагающие своим посетителям обслуживание по меню (а la carte), организуются системы питания для образовательных учреждений и больниц. В 1898 г. в Лондоне открылся отель Savoy, его управляющий Сезар Ритц и шеф-повар Огюст Эскоффе совершили настоящую революцию в организации ресторанов, и обеды в этой гостинице стали атрибутом светского образа жизни.

Изменения в европейской гостиничной индустрии начала XX в. связаны с изменениями в обществе: ускоряется ритм жизни (благодаря совершенствованию средств передвижения, появлению радио, телефонной связи, распространению электрического освещения), происходит социальная перестройка общества в сторону демократизации (с 1936 г. правительством Франции вводятся ежегодные оплачиваемые отпуска, в начале 1950-х гг. для жителей западных стран это становится нормой); все это приводит к появлению спроса на стандартизированное обслуживание: комфортное, но недорогое.

Начало новейшей истории для гостиниц Европы стало «золотой эрой» и продлилось с начала 60-х и до конца 80-х гг. XX в. Это была эпоха масштабного строительства средств размещения и их высокой загрузки [33]. Среди основных причин этого явления можно выделить: демографический взрыв после Второй мировой войны, развитие туризма в качестве одной из ведущих отраслей экономики в западных странах и политику этих стран в социальной сфере. С 1960 г. начинается строительство новых гостиниц на средиземноморских курортах, а вскоре и в скандинавских странах. Активное строительство бизнес-отелей началось с 1970-х гг., что было обусловлено увеличением числа бизнес-поездок.

Теория управления во времена «золотой эры» отводила вопросы, связанные с сокращением издержек и повышением качества услуг, на второй план, а основной упор делался на цены. Инфляция, характерная черта экономики практически всех европейских стран того времени, повышала стоимость недвижимости, а гостиницы поднимали цены на проживание в соответствии с ростом уровня жизни [33]. Все это позволяло инвесторам, вкладывающим деньги в гостиничный бизнес, получать прибыль. Однако антиинфляционная политика правительств приводит к изменениям в сферах приложения капиталов: теперь вкладывать денежные средства в строительство недвижимости не так выгодно, как раньше. Новая экономическая ситуация заставляет менеджеров гостиниц отказаться от экстенсивного пути развития предприятий и использовать для получения прибыли интенсивный путь. То есть на смену повышению цены на проживание как способу обеспечения рентабельности приходит необходимость обеспечения роста эффективности работы гостиницы. Реальные трудности, с которыми гостиничная индустрия столкнулась в конце 1980-х гг., потребовали использования новых методов повышения эффективности, в числе которых можно отметить технические приемы, направленные на увеличение потребительского спроса, и организационно-управленческие, основанные на внедрении новых форм управления [33]. Франчайзинг и контракт — это наиболее распространенные формы управления в гостиничном бизнесе, но широкого применения в Европе они не получили, в отличие от Северной Америки (примеры истории развития ряда европейских гостиничных и ресторанных цепей приведены в приложениях I и II).

Подводя итог, можно сказать, что гостиничная индустрия Европы развивалась, во-первых, благодаря изменениям в менталитете общества и социально-экономическим преобразованиям, во-вторых, вследствие технического прогресса: в гостиницах появились технические новинки (стали использоваться новые материалы и технологии строительства, средства связи и т. д.).

**1.2. Эволюция американской индустрии гостеприимства**

Американские гостиницы колониального периода были расположены в основном в портовых городах и были построены по европейскому образцу. Но более демократичные взгляды американских «хотельеров» на классовую принадлежность постояльцев позволяют им оказывать услуги любому, кто способен за них заплатить, в отличие от европейских гостиниц.

Таверны в Америке всегда оставались центрами общественной жизни, местами политических сборищ; одна из первых таверн была открыта в Бостоне в начале XVII в. Одной из наиболее известных была открытая в 1642 г. в Нью-Йорке (тогда он назывался Новый Амстердам) голландской компанией Dutch East India таверна Stadt Huys.

Первой американской гостиницей, для которой специально было построено здание, стала открывшаяся в 1794 г. на Бродвее в Нью-Йорке City-Hotel. Гостиница стала центром общественной жизни города и по тем временам считалась «громадным заведением» (в ней было 73 номера) [33]. Подобные заведения в это же время появляются и в других американских городах.

Первый первоклассный отель Нового Света — Tremont House — был построен в Бостоне в 1829 г., его называют «праотцом современной гостиничной индустрии» [33]. Этот отель славился своей архитектурой, богатством и роскошью отделки, а также множеством новинок, вроде переговорного устройства, отдельных одно- и двухместных номеров и даже бесплатного мыла. Считается, что с появлением этой гостиницы, самой лучшей на тот момент не только в Америке, но и в Европе, американский гостиничный менеджмент занял лидирующие позиции в мире [33].

Принято считать, что ресторанное дело в США имеет французские корни. В результате революции многие из французских шеф-поваров пересекли океан и оказались в Америке, главным образом в Новом Орлеане — единственном истинно французском городе Нового Света. На новом месте почти все они занялись ресторанным бизнесом. К середине XIX в. каждый первоклассный отель имел в своем штате повара-француза. Первый ресторан Delmonico в Америке был открыт в Нью-Йорке в 1831 г., он предлагал изысканную кухню и безупречное обслуживание (здесь впервые было введено меню на двух языках). В ресторанах доминировала швейцарско-французская кухня, которая долгое время задавала тон американским кулинарам.

Начало и середина XIX в. были «золотым веком» для американской гостиничной индустрии. В крупных городах начинают появляться гостиницы, не только не уступающие европейским отелям ни по размерам, ни по уровню комфорта, но порой и превосходящие их. Например, Palace Hotel, построенный в Сан-Франциско, занимал площадь в 2,5 акра, в нем было 800 номеров, а структура управления, оснащенность и комфорт были поистине уникальными [33]. К концу XIX в. происходит расслоение гостиничного продукта: с одной стороны, это первоклассные гостиницы, а с другой — маленькие отели в небольших городах, в которых останавливались только в случае крайней необходимости [33]. Такая ситуация вряд ли устраивала основную массу путешественников, которые предпочли бы останавливаться в гостиницах со стандартным обслуживанием и невысокими ценами. Запросы увеличивающегося количества туристов среднего класса заставили владельцев гостиниц задуматься о появлении нового типа средства размещения: комфортного и доступного по цене. Открытие в 1908 г. отеля Statler в Буффало стало началом истории «современных» гостиниц, где за умеренную плату предлагалось качественное обслуживание и комфортное размещение. Statler, благодаря своим нововведениям (среди которых — централизованное холодное водоснабжение, ванная комната в каждом номере, свет при входе в номер, униформа для персонала и др.), долгие годы оставался образцом для подражания.

Для американской гостиничной индустрии 20-е гг. XX в. стали периодом массового строительства гостиниц, в том числе и тех, которые известны и функционируют до сих пор (Penta и Waldorf-Astoria в Нью-Йорке, Hilton&Towers в Чикаго).

В это же время на дорогах Америки начали появляться рестораны быстрого обслуживания и заведения, в которых проезжающие обслуживались не выходя из машины. Эти заведения получили название «драйв-ин» (drive in — «заезжай во двор»), автомобилисты назвали этот способ обслуживания «вскакиванием на подножку» (car hopping): чтобы принять заказ, официант вскакивал на подножку автомобиля. Драйв-ины стали неотъемлемым атрибутом американского образа жизни.

Экономическая обстановка в стране в годы Великой депрессии не могла не отразиться на гостиничной и ресторанной индустриях: падение спроса привело к тому, что 85% всех гостиниц оказались на грани банкротства [33]. Многим предприятиям питания пришлось адаптироваться к новым условиям: так, рестораны Delmonico начали предоставлять готовые завтраки и обеды на Уолл-стрит, ужины для вечерних и праздничных мероприятий.

Несмотря на рост спроса на гостиничные услуги во время Второй мировой войны и после ее окончания, вызванный многочисленными передвижениями населения, уровень развития гостиничной индустрии 1920-х гг. не был достигнут вплоть до 1950-х гг., когда начался период нового строительства. Это связано прежде всего с массовым распространением автомобиля как основного средства транспорта и появлением новой концепции организации гостиничного бизнеса. Речь идет о появлении мотелей и мотор-отелей (большие мотели), располагающихся преимущественно на дорогах за городом и ориентированных на туристов, путешествующих на своих автомобилях. Первоначально эти небольшие средства размещения (до 50 номеров), помимо парковки, предлагали ограниченное количество услуг (размещение, реже с питанием), но к 1960-м гг. их средний размер уже достигал 100 номеров, а перечень услуг значительно расширился.

Не менее значимым событием для американской гостиничной и ресторанной индустрий стало широкое распространение цепей и практики заключения франчайзинговых договоров. Среди первых американских гостиничных цепей были Hilton, Sheraton, скупавшие существующие гостиницы, и Statler, в основном строившая собственные гостиницы [33].

Несомненно, гостиничное хозяйство США развивалось более динамично, чем европейское. И если к 1950-м гг. основные характеристики моделей развития гостиничной индустрии не отличались, то дальнейшие пути развития гостиничного и ресторанного менеджмента позволили американской индустрии гостеприимства занять лидирующее положение в мире, в основном за счет стандартизации предложения, обусловившего распространение гостиничных цепей и ресторанных сетей (истории развития некоторых из них приведены в приложениях I, II) и использование понятия «торговая марка»

Развитие индустрии гостеприимства в России [Статьи](http://www.turbooks.ru/stati/) » [Гостиничный ресторанный бизнес](http://www.turbooks.ru/stati/gostinichnyjj-restorannyjj-biznes/)

Английское слово «hospitality» (гостеприимство) происходит от старофранцузского «хоспис», что означает «странноприемный дом». Появление первых прообразов гостиниц, как и самой профессии по обслуживанию людей, останавливающихся на ночлег, уходит своими корнями в далекое прошлое.  
Гостиные дома располагались в городах и на дорогах, ведущих из одних стран в другие. Помимо путешественников услугами этих гостиных домов пользовались гонцы, курьеры, правительственные служащие. Б гостиных домах людям предоставляли ночлег, убежище, пищу, там же кормили и меняли лошадей.  
В средние века в Европе постоялые дворы начинали создаваться при монастырях. Церковь обязывала организовывать «госпиции» для путешественников, паломников, священников, путешествующих по святым местам. Со временем из бесплатного приюта они становятся предприятиями, рассчитанными на получение дохода.  
Прообразы гостиниц имелись и на Ближнем Востоке, и в Средней Азии, и в Закавказье. Купцы с караванами товаров путешествовали по пустыням и предгорьям. Ночевали они обычно в шатрах, но иногда останавливались в караван-сараях — своеобразных гостиничных комплексах, включавших в себя загон для верблюдов и помещения для ночлега людей, окруженные крепостной стеной.  
Развитие торговых связей привело к значительному росту гостиничного хозяйства в Европе. Например, в Милане в XIV в. насчитывалось уже 150 гостиниц. Однако гостиничное хозяйство того периода было крайне примитивным: в гостиницах отсутствовали удобства, их санитарный уровень был чрезвычайно низок.  
В XVIII—XIX вв. с ростом экономических и политических связей между государствами начинается бурное развитие гостиничного хозяйства, особенно в городах Европы. Гостиничное дело превращается в важную отрасль, приносящую большую прибыль.  
  
В истории развития гостиничного дела различают четыре этапа:  
• до начала XIX века — предыстория гостиничного дела;  
• начало XIX века - начало XX века — зарождение специализированных предприятий по производству гостиничных услуг;  
• начало XX века — до Второй Мировой войны — массовое появление предприятий гостинично-ресторанного сервиса;  
• после окончания Второй Мировой войны и до настоящего времени — массовое развитие гостиничной индустрии, формирование индустрии гостиничных услуг как основы современного туризма и социальных потребностей современного общества.  
Первый этап — предыстория гостиничного дела.  
 В античные времена основными мотивами передвижений части общества были торговля, образовательные цели, паломничество, лечение, исполнение государственных (властных) функций. Имели место и спортивные поездки (Древняя Греция) к месту проведения Олимпийских игр участников и зрителей, собиравшихся со всей страны.  
В Средние века усиливается религиозный фактор мотива посещения определенных мест — поклонение святыням христианства и мусульманства. Эпохи Ренессанса и Просвещения ослабили религиозные мотивы передвижений части общества, однако усилили индивидуальный характер и образовательную направленность поездок, соответственно, и временное пребывание в незнакомой местности. Молодые дворяне в порядке вещей отправлялись в своеобразный «гран-тур» по Европе, прежде чем вступить на поприще профессиональной или политической деятельности.  
Второй этап — зарождение специализированных предприятий по производству гостиничных и сопутствующих им (до-полпительных) услуг.  
Важнейшую роль в строительстве специализированных предприятий гостинично-ресторанного сервиса сыграли революционные изменения в развитии транспорта: изобретение парохода Фултоном (1807), паровоза Стефенсоном (1814), совершенствование почтовой связи и расширение сети дорог в Европе. Все это становится важными экономическими факторами массового передвижения населения.  
Во второй половине XIX века индустрия отдыха расширяет сферу своего производства: к предприятиям гостиничного хозяйства разной комфортности добавляются первые бюро путе-шествий, в задачу которых входила организация туристических поездок. Гостиницы же повсеместно, особенно в курортных местностях, предлагали своей клиентуре различные экс-курсии по местным историческим и культурным достопримечательностям.   
Третий этап — начало массового появления предприятий гостинично-ресторанного сервиса.  
Первая Мировая война, экономическая депрессия 30-х годов и Вторая Мировая война оказали негативное влияние на развитие гостиничного хозяйства. Однако именно в период между двумя мировыми войнами появляются новые предприятия индустрии гостеприимства.  
Четвертый этап — массовое развитие гостиничной индустрии.  
Вторая Мировая война парализовала туризм, гостиничное хозяйство ввиду отсутствия достаточного количества клиентов влачило жалкое существование. Новые объекты не вводились, а старые, особенно в воюющих странах, перепрофилировались для нужд армии, тыла и т. д. Дальнейшее развитие гостиничный бизнес получает только в послевоенный период. Именно в этот период приобретает действительно массовый характер туризм. Формируется мощная индустрия отдыха со своими институтами, продуктом, производственным циклом, методами организации и управления производством. В западноевропейских странах 50-60-е годы — это период массового строительства гостиниц, мотелей, разного рода увеселительных заведений.  
Современная «индустрия гостеприимства» включает в себя отели, рестораны, бары, курорты, игорные дома, казино, оздоровительные комплексы.  
На Руси постоялые дворы, предшественники первых гостиниц, появляются в XII—XIII вв. В них гонцы отдыхали и меняли лошадей. Эти постоялые дворы — «ямы», как их называли, располагались один от другого на расстоянии конного перехода.  
В это же время строятся многочисленные гостиные и постоялые дворы. В гостиных дворах не только торговали, в них жили и совершали коммерческие операции.  
В связи с ростом промышленного производства и расширением торговых связей в XVIII —XIX вв. растет население городов, открываются новые гостиницы. В 1818 г. в Москве функционирует 7 гостиниц. В Петербурге в 1900 г. насчитывалось уже 325 гостиниц.  
В 1910 г. в России было 4685 гостиниц, не считая постоялых дворов и трактиров с номерами. Все они принадлежали частным лицам и были чисто коммерческими предприятиями.  
После Октябрьской революции декретом Советского правительства все гостиницы были национализированы, гостиничное хозяйство подверглось коренной перестройке.  
Наряду со строительством крупных гостиниц значительное внимание уделялось также строительству небольших типовых гостиничных проектов. Первые типовые проекты гостиниц на 50, 75, 100 и 150 мест были разработаны в 1931 году Временной правитель-ственной комиссией по отбору и изданию типовых проектов гражданских сооружений Цекомбанком.  
Гостиницы, построенные в этот период, были недостаточно благоустроенными. Мебель была низкого качества, освещались помещения плохо.  Многие номера не были оснащены санитарно-техническим оборудованием.  
Единых тарифов на услуги гостиниц до этого не было. И только Постановление Совета Народных Комиссаров РСФСР «Об упорядочении гостиничного хозяйства и уста-  
новлении тарифов на номера и койки в гостиницах» № 687 от 27.07.1934 г. установило единую методику исчисления тарифа для всей республики.  
В этом же году приказом был утвержден типовой устав гостиничного треста местного Совета. Гостиничный трест являлся самостоятельной хозяйственной единицей и действовал на принципах хозяйственного расчета. На него возлагались хозяйственное управление пе-реданными ему гостиницами и подсобными предприятиями, разработка и проведение мероприятий по внедрению хозрасчета в гостиничном хозяйстве и на предприятиях треста, проведение мероприятий по всемерному улучшению состояния гостиниц и обслуживания проживающих в них граждан и т. д. Этим же приказом НККХ утверждался типовой устав гостиницы, непосредственно подчиненной местному Совету. Согласно Уставу, гостиница являлась самостоятельной хозяйственной единицей, действовавшей на принципах хозяйственного расчета. Гостиница пользовалась правами юридического лица, отвечала по своим обязательствам в пределах того имущества, на которое по действующим законам могло быть обращено взыскание.  
Годы второй и третьей пятилеток характеризуются развитием строительства вообще и гостиниц в частности. Повышаются требования как к благоустройству гостиниц, так и к ху-дожественному оформлению их интерьера.  
К 1940 г. 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 восстановлению, реконструкции и строительству новых гостиниц.   
В освобожденных от немецко-фашистских захватчиков городах и сёлах, не дожидаясь окончания войны, восстанавливали гостиничный фонд. Ряд гостиниц («Астория» в Ленинг-раде, «Приморская» в Сочи и др.) во время войны были переоборудованы в госпитали.  
Появились нормативные документы, целью которых было улучшить работу гостиничных предприятий, повысить их рентабельность. Типовые должностные инструкции предусматривались для дежурных администраторов, портье, паспортистов, дежурных по этажу, горничных, уборщиц и т. д.  
Постановлением СНК СССР № 2263 от 2.09.1945 г. предусматривались показатели для гостиниц повышенного типа обслуживания.  
В послевоенный период много гостиниц было построено в разных городах страны: в Ленинграде, Киеве, Риге, Курске, Орле, Воронеже, Вольске и др.  
В соответствии с общей направленностью послевоенных лет интерьерам гостиниц придавали дворцовую пышность.  
Отсюда некоторая абстрагированность архитекторов от рассмотрения вопросов, связанных с лучшей организацией быта проживающих в гостиницах граждан. К мебели, оборудованию, освещению предъявлялись не столько функциональные, сколько эстетические требования. Это предопределило использование во внутренней отделке дорогостоящих материалов и изделий, значительно удорожавших строительство гостиниц.  
К 1960 г. в 1364 городах Советского Союза гостей обслуживали в 1476 гостиницах.  
Дальнейший 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.  
С развитием народного хозяйства, успешным выполнением пятилетних планов росла и подвижность населения, отечественный и зарубежный туризм, расширялись экономические и культурные связи с зарубежными странами. Одновременно возросла потребность в увеличении гостиничного фонда в СССР.  
В РСФСР за годы десятой пятилетки построено 158 гостиничных предприятий на 30 тыс. мест. Построены высотные, оснащенные современной техникой и оборудованием гостиницы в Волгограде, Новосибирске, Мурманске, Архангельске, на 1000 мест каждая.  
Наряду с гостиницами общего типа в стране велось интенсивное строительство ведомственных гостиниц, пансионатов, кемпингов, мотелей, туристических баз и лагерей. Большую работу в этом направлении проводили такие ведомства, как Государственный Комитет СССР по иностранному туризму и экскурсиям ВЦСПС, Бюро Международного молодёжного туризма «Спутник», Министерство гражданской авиации СССР и др.  
Интенсивно развивалось гостиничное хозяйство с 1970 по 1980 год, что частично было вызвано подготовкой к проведению XXII Олимпийских Игр.  
В 1980 г., в канун московской Олимпиады, гостиничное хозяйство СССР насчитывало 7000 гостиниц общей вместимостью 700 тыс. мест. Было построено много крупных, комфортабельных гостиниц.  
Одной из самых больших гостиниц России является гостиничный комплекс «Измайлово», рассчитанный на 10 тыс. мест.  
К сожалению, в 1990-е гг. из-за экономической и политической ситуации в стране произошел значительный спад спроса на гостиничные услуги. В конце 1990-х гг., согласно данным Государственного комитета Российской Федерации по статистике, Россия имела 5043 предприятия гостиничного типа с общим числом мест 390 931.  
В целом по России в городской местности находится 60% гостиниц и в сельской местности — 34%.  
Наиболее крупные по размерам номерного фонда гостиницы располагаются Москве и Санкт-Петербурге.