

СОДЕРЖАНИЕ

[ВВЕДЕНИЕ 3](#_Toc515134069)

[1 Развитие гостиничного бизнеса в России 5](#_Toc515134070)

[1.1 Сущность и структурные элементы индустрии гостеприимства 5](#_Toc515134071)

[1.2 Процесс формирования гостиничного сектора в РФ 8](#_Toc515134072)

[1.3 Роль индустрии гостеприимства в экономике страны 10](#_Toc515134073)

[2 Современные состояние индустрии гостеприимства в России 13](#_Toc515134074)

[2.1 Основные показатели развития гостиничной индустрии страны 13](#_Toc515134075)

[2.2 Структура отечественного гостиничного рынка 19](#_Toc515134076)

[2.3 Особенности и проблемы функционирования отечественного гостиничного бизнеса 22](#_Toc515134077)

[3 Современные тенденции развития гостиничного бизнеса в г. Ростов-на-Дону 27](#_Toc515134078)

[3.1 Анализ городского рынка средств размещения 27](#_Toc515134079)

[3.2 Основные тенденции развития городского гостиничного бизнеса 31](#_Toc515134085)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 35](#_Toc515134086)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 37](#_Toc515134087)

[ПРИЛОЖЕНИЕ А Данные о гостиницах и аналогичных средствах размещения](#_Toc515134088)

[г. Ростов-на-Дону 39](#_Toc515134088)

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день гостиничный бизнес является одной из наиболее быстро развивающихся отраслей в мире, которая увеличивает процент мирового валового национального продукта и налоговых поступлений. Кроме того, стимулирует развитие других направлений: строительства, торговли, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления и т.д.

Гостиничный бизнес привлекает предпринимателей по многим причинам: относительно небольшие стартовые инвестиции, растущий спрос на туристские услуги, высокий уровень рентабельности. Сегодня индустрия гостеприимства представляет собой мощнейшую систему хозяйства региона или туристского центра и важную составляющую экономики туризма. Тема данной курсовой работы является актуальной, так как роль гостиничного бизнеса в современной экономике постоянно растет и меняется, происходит его внутренняя перестройка.

*Объектом исследования* является гостиничный бизнес г. Ростова на Дону.

*Предмет исследования* – современные тенденции развития гостиничного бизнеса в городе.

*Цель работы* – выявить современные тенденции развития гостиничного бизнеса в г. Ростов на Дону.

Для достижения подавленной цели были решены следующие *задачи*:

* изучить особенности и проблемы функционирования отечественного гостиничного бизнеса;
* проанализировать современное состояние индустрии гостеприимства в г. Ростов на Дону;
* выявить современные тенденции развития городского гостиничного бизнеса.

*Теоретической основой* исследования являются работы отечественных и зарубежных ученых в области гостиничного бизнеса, таких как: С.И. Байлик, Д.И. Елканова, Д.А. Осипов, В.В. Романов, Е.В. Сорокина.

*Информационная база исследования* – Hotelier.PRO, INN35 Все о гостиничном бизнесе, Ростовский научный журнал, Официальный портал Правительства Ростовской области.

*Методы исследования:* описательный, анализа, сравнительный, статистический.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, состоящего из 15 наименований и приложений. Работа изложена на 42 страницах машинописного текста, иллюстрирована 3 таблицами.

1. Развитие гостиничного бизнеса в России

1.1 Сущность и структурные элементы индустрии гостеприимства

Говоря о гостиничном бизнесе в первую очередь необходимо начать с гостеприимства. 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. [2].

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, образование.

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.

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.

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 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.

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.

Одним из понятий цивилизации, которое благодаря прогрессу и времени превратилось в сильнейшую индустрию, где работают миллионы профессионалов, которые создают все лучшее для туристов называется гостеприимство. Она включает в себя различные сферы деятельности людей – туризм, отдых, развлечения, гостиничный и ресторанный бизнес, общественное питание, экскурсионную деятельность, организацию конференций.

Индустрия гостеприимства – это комплексная сфера деятельности работников, удовлетворяющих любые запросы и желания туристов.

В структуру индустрии гостеприимства входят:

* средства размещения;
* предприятия общественного питания;
* транспортные услуги;
* культурно-развлекательные услуги.

Во многом большое внимание уделяется вопросу привлечения клиентов со стороны других предприятий. Это связано со свойствами услуги как товара. Услуга неосязаема и нематериальна и процесс реализации услуги зависит от процесса ее производства. Так же гостеприимство можно объяснить, как производство услуг с проявлением персонального внимания по отношению к туристу и способность чувствовать его пожелания и потребности. Индустрия гостеприимства и заключается в том, чтобы предоставить уют и создать ту обстановку, которая бы отвечала всем запросам и требованиям клиента.

Индустрия гостеприимства направлена на создание позитивной программы по привлечению туристов, отдыхающих, путешественников. Ведь путешествие у людей в любом уголке мира должно сопровождаться радушием и внимательностью со стороны персонала, оказывающего ему услуги [5].

Благодаря новым технологиям в XXI в. удалось удовлетворить потребности туристов, не прибегая к личному общению с персоналом (включая бронирование номеров в гостиницах, заказ еды в номер и т.п.). Технический прогресс позволил нам значительно сократить контакты персонала с клиентами, сохраняя при этом положительные эмоции и теплую обстановку для клиента.

Техническое оснащение гостиницы играет важную роль в гостиничном бизнесе. Неисправность оборудования – это огромное упущение, которое негативно сказывается на мнение отдыхающего. Для туриста это может показаться проявлением неуважения и безразличия к гостю [6].

Гостеприимство — это, безусловно, слаженная работа всего коллектива. Ничто не способствует отличной работе на предприятии, как сплоченная команда профессионалов. Для продуктивного функционирования любого предприятия туризма необходимо четкое разделение труда. При этом обслуживающему персоналу нужно помнить, что желание гостя – это закон, и они должны его неукоснительно выполнять. Умение предусматривать и предугадывать желания клиента, выполнять и удовлетворять его просьбы – это одна из самых главных задач индустрии гостеприимства.

Ответственность за гостеприимство персонала несет не только руководство, но и сам персонал, каждый работник, при этом одной из наиболее важных их обязанностей является поддержание благоприятной обстановки в отеле. Важно четкое и неукоснительное исполнение любых пожеланий и запросов гостей.

Для того чтобы укрепить положение на рынке, предприятия индустрии должны совершенствоваться и изобретать все новые технологии и программы для привлечения клиентов, так как конкуренция между предприятиями индустрии гостеприимства и в международном масштабе [10].

1.2 Процесс формирования гостиничного сектора в РФ

Что касаемо мировой гостиничной индустрии, то самым важным фактором является глобализация. Можно выделить факторы, которые определяют выбор туристического направления:

1. Природные ресурсы.
2. Транспортные средства.
3. Ресурсы гостеприимства.
4. Инфраструктура.

В начале 1990-х гг. кризисная ситуация в гостиничном комплексе в России заставила руководство страны принять меры по решению проблем в гостиничной отрасли.

В РФ рынок гостиничных услуг начинает складываться еще с 1993 г. Сегодня в гостиничном бизнесе большое количество предприятий с различными формами собственности. Раньше у каждого из отелей были свои категории и принципы аттестации. С 1995 г. в РФ вводится единая система классификации гостиницы по категориям от 1 до 5 звезд, без звезд. В связи с этим за один только год численность мотелей, отелей, общежитий и гостиниц в стране сократилось на 251. Количество гостиничных номеров сократилось в соответствии с этим на 5329.

На этапе 1995–1997 гг. были предположения подготовить реконструкцию и строительство объектов, которые расположены в туристских регионах, развитие материальной базы туризма.

С 1995 г. на строительство и реконструкцию гостиниц практически не поступало денежных средств. Из 2 млрд руб., которые должны были поступить на обновление гостиниц, поступило всего лишь около 168 млн, а это всего лишь 9%. По мимо этого на состояние гостиничного бизнеса в России негативное влияние оказал кризис, наступивший в 1998 г. Единственные города которых не коснулся кризис – это Москва и Санкт-Петербург, где так же активно продолжалось строительство высококлассных отелей.

На 1998 г. в России насчитывалось более 5 тыс. средств размещения, из них около 4 тыс. гостиниц. В городской местности находилось 66% гостиниц, а в сельской около 34%. Уже к 1999 г. Существовало более 4225 гостиниц, общежитий, мотелей.

В 90-е гг. создаются национальные ассоциации для поддержания собственных позиций, для помощи российскому гостиничному бизнесу и охраны интересов государственных производителей гостиничных услуг. В РФ формируются гостиничные цепи, наступает возведение новейших гостиниц на месте ветхих, которые не отвечали притязаниям интернационального туризма. Намечается ремонт еще нескольких отелей в историческом центре города. Коренной реконструкции будет предана и великая столичная гостиница «Россия».

Объекты питания тоже будут претерпевать определенные изменения, которые, правда, не будут носить массовый характер. В частности, меню ресторанов баров кафе, будут состоять из ассортимента, разнообразием, учитывая возрастающую популярность экзотической кухни. В качестве фона к процессу приема пищи будут использоваться национальная музыка и развлекательные программы.

Процессы перестройки оказали отрицательное действие на состояние гостиничного хозяйства в РФ. Уменьшение туристских потоков привело не только к понижению спроса на гостиничные сервисы, но и повлекло уменьшение количества отелей. В 90-е гг. можно наблюдать внезапное уменьшение количества гостиниц и их загрузки. В Москве коэффициент загрузки составлял не более половины, ну а в РФ отели заполнялись лишь на 30% Причина всего этого внезапное уменьшение финансов гостиничного предприятия. Многие гостиницы нуждаются в реконструкции и обновлении, потому что сегодня они не соответствуют мировым эталонам. В этот период наблюдаются проблемы гостиничного хозяйства, которые связанны с технической оснащенностью, невысоким уровнем сервиса, нехваткой экспертов в сфере гостиничного маркетинга, не хватает умеренных кадров, которые способны трудиться в новейших рыночных условиях. Одной из негативных причин становления гостиничного сектора была неравномерность гостиничного фонда [3].

1.3 Роль индустрии гостеприимства в экономике страны

Сегодня индустрия гостеприимства представляет собой мощнейшую систему хозяйства региона или туристского центра и важную составляющую экономики туризма. Индустрию гостеприимства составляют различные средства коллективного и индивидуального размещения: отели, гостиницы, мотели, молодёжные хостелы и общежития, апартаменты, туристские приюты, а также частный сектор, участвующий в размещении туристов Васьков С.Т. Территориальное управление в новых хозяйственных условиях.

Гостиничная индустрия как вид экономической деятельности включает предоставление услуг и организацию краткосрочного проживания в гостиницах, мотелях, кемпингах и в других средствах размещения за вознаграждение. Индустрия гостеприимства – бизнес, направленный на обеспечение приезжих людей жильем, питанием, а также на организацию их досуга. Туристские услуги, в том числе и в рамках гостиничного обслуживания, отнесены к социально-культурным услугам. Они строятся на принципах современного гостеприимства, что повышает их роль в развитии отечественного туризма, а также ставит определённые задачи в системе подготовки кадров для туристско-гостиничного сервиса [4].

Гостиничное дело, так или иначе, оказывает воздействие на экономику практически по всем аспектам фундаментального определения этой сферы жизни общества. В экономическом отношении гостиничный бизнес рассматривается как:

* определенная совокупность общественных отношений в сфере производства, обмена и распределения продукции;
* часть экономики данной страны, включающая определенные отраслевые виды производства и экономической деятельности;
* экономическая наука, изучающая гостиничный бизнес как отрасль хозяйства страны или региона (экономика гостиничного дела);
* общественная наука, изучающая поведение в сферах производства гостиничного продукта, его потребления, распределения и обмена. Экономисты анализируют процессы, происходящие в этих сферах, прогнозируют их последствия для физических лиц, организаций и общества в целом;
* современная экономическая теория, изучающая поведение людей как хозяйствующих субъектов на всех уровнях гостиничной экономической системы в процессах производства, распределения, обмена и потребления гостиничных услуг в целях удовлетворения человеческих потребностей при ограниченных ресурсах семьи, фирмы и общества в целом

С точки зрения фундаментальной экономики гостиничный бизнес представляет собой экономический комплекс, развитие которого в большей степени объясняется мирохозяйственными процессами и отношениями, чем внутренними причинами. Гостиничный бизнес также выступает важнейшим катализатором экономического роста многих быстро развивающихся стран, поскольку выступает каналом перераспределения валового национального продукта между странами, которое не сопровождается вывозом (импортом) товаров и услуг. Другими словами, если японцы отдыхают в гостиницах Филиппин, а россияне в Турции, то они не только вывозят туда часть заработанных в других производствах средств, но и создают там новые рабочие места

Современный гостиничный бизнес как экономическое явление:

* имеет индустриальную форму;
* выступает в виде гостиничного продукта и услуг, которые не могут накапливаться и транспортироваться;
* создает новые рабочие места и выступает зачастую пионером освоения новых районов и способствует ускоренному развитию национальной экономики;
* выступает как механизм перераспределения национального дохода в пользу стран, специализирующихся в гостиничном бизнесе;
* является мультипликатором роста национального дохода, занятости и развития местной инфраструктуры и роста уровня жизни местного населения;
* характеризуется высоким уровнем эффективности и быстрой окупаемостью инвестиций;
* выступает как эффективное средство охраны природы и культурного наследия, поскольку именно эти элементы составляют основу его ресурсной базы;
* совместим практически со всеми отраслями хозяйства и видами деятельности человека, поскольку именно их дифференциация и дискретность и создают ту разность потенциалов рекреационной среды, которая вызывает потребности людей к перемене мест и познанию

Таким образом, гостиничный бизнес способен оказывать активное влияние на экономику региона (или страны), в котором он развивается, на его хозяйственную, социальную и гуманитарную основы. В настоящее время модели экономического воздействия гостиничного бизнеса на сферу экономики намного усложнились и базируются не на теоретических концепциях и гипотезах, а на статистических данных [11].

2 Современные состояние индустрии гостеприимства в России

2.1 Основные показатели развития гостиничной индустрии страны

В последние годы внутрироссийский туризм становится все более востребованным среди жителей нашей страны и иностранных путешественников. Этому способствует довольно высокий курс ведущих мировых валют, который привел к ощутимому снижению уровня зарубежных поездок россиян, но в то же время повысил интерес к России у обладателей долларов и евро из других стран.

Кроме того, Россия стала приоритетным туристическим направлением для жителей Китая, Японии и других азиатских государств. Например, в минувшем году в высокий сезон ощущалась нехватка гостиниц и отелей в наиболее крупных городах Российской Федерации, обеспечив рекордный уровень выручки владельцам данного сегмента бизнеса.

Усиливающийся контроль государства нашел выражение в тех изменениях, которые уже приняты на законодательном уровне, или пока только находятся на стадии обсуждения.

В сферу интересов государства попали собственники квартир, которые сдают принадлежащие им жилые помещения посуточно. Данный проект вступает в противоречие с правом собственника распоряжаться имуществом по своему усмотрению, зато он защищает интересы соседей, которые могут пострадать от сдачи внаем квартиры посуточно [14].

Однако в соответствии со ст. 288 п.2 Гражданского кодекса, а также ст.17 п.1 Жилищного кодекса обычное жилое помещение не может использоваться для предоставления гостиничных услуг. Закон делает исключения только для тех квартир, которые расположены на первом этаже, а также на более высоких этажах, если помещения под ними не имеют статуса жилых.

В целях получения прибыли квартира может использоваться только после перевода в разряд «нежилое помещение». В этом случае оформляется весь пакет разрешительной документации, в том числе документы от пожарной инспекции и санэпидстанции.

Грядущий ЧМ-2018 еще более усложнит положение владельцев гостиниц и отелей ввиду принятого закона 108-ФЗ «О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 г. и Кубка конфедераций FIFA-2017». Данный акт указывает на необходимость пройти процедуру оценки состояния готовности отеля к приему гостей. Стоимость процедуры составляет, примерно 15 000–30 000 руб. Те гостиницы, которые не будут соответствовать уровню, определенному законом, не могут осуществлять деятельность по предоставлению гостиничных услуг.

В настоящее время уже девять сотен московских отелей и гостиниц прошли классификацию, обретя нужный рейтинг.

Ушедший год принес еще один законопроект в сфере туризма - ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», который обогатился свежими нововведениями. Они определяют сроки классификации, которые являются обязательными для следующих хозяйствующих субъектов:

* объекты, чей номерной фонд 15–50 комнат – до 1 января 2019 г.;
* объекты, чей номерной фонд превышает 50 комнат – до 1 января 2018 г.;
* объекты, чей номерной фонд не превышает 15 комнат – до 1 января 2020 г.

Олег Сафонов, глава Ростуризма, предостерег от принятия скороспелых непродуманных решений, которые может принести в деятельность гостиниц и отелей новый законодательный акт. По его мнению, положения данного закона могут нанести урон деятельности самых бюджетных гостиниц – хостелов, которые весьма популярны среди россиян с умеренными доходами. Комитет по социальной политике поддержал мнение главного чиновника РФ по туризму. В комитете считают, что таким образом может уменьшиться прослойка тех граждан нашей страны, которые стараются выкроить некоторую часть своего дохода для знакомства с родной историей, культурой и архитектурой.

На основании этого по указанию Валерия Рязанского, председателя комитета, была разработана поправка о легитимности ведения предпринимательской деятельности в жилом доме в части предоставления постоя, но с выполнением обязательного условия.

Оно заключается в том, что собственники других жилых помещений не будут возражать против размещения объекта постоя в жилом многоквартирном доме. В свою очередь владелец бизнеса берет на себя определенные обязательства, например, устройство клумб на территории у дома.

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

С этим напрямую связана тенденция к росту числа инвестиционных проектов по строительству и реконструкции гостиниц. Здесь необходимо отметить некую противоречивость рынка гостиничных услуг. Несмотря на то, что в основном рост инвестиций характерен для гостиниц высокого сегмента – «4 звезды» и «5 звезд», существует тенденция к сокращению числа подобных гостиниц. Такая тенденция объясняется тем, что сроки окупаемости дорогих отелей гораздо меньше, а заполняемость остается наиболее высокой среди всех сегментов [7].

Развитие отмечено практически во всех регионах, однако наиболее привлекательны г. Москва и г. Санкт-Петербург. Это связано с рентабельностью гостиниц. В регионах она составляет – 15–20%, а в Москве 17–25%. Вследствие этого для инвесторов наиболее прибыльным и перспективным является московский рынок гостиничной недвижимости. По данным международного агентства «TRI Hospitality Consulting» Московские гостиницы высшей категории составляют хоть и небольшую, но весьма существенную часть рынка. Отели, принимающие первых лиц иностранных государств и деловую элиту, по определению не могут играть иной роли.

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

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

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

По данным федеральной службы государственной статистики за 2016 г.

Число гостиниц и аналогичных средств размещения – 14948 ед.:

* гостиницы – 9243 (61,8%);
* меблированные комнаты – 2530 (16,9%);
* другие организации гостиничного типа – 1640 (11,0%);
* хостелы – 881 (5,9%);
* пансионаты – 379 (2,5%);
* мотели – 275 (1,8%).

Численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения в 2016 г. в России, тыс. человек:

* всего – 54286,7.

Из них:

* граждан РФ – 48214,7;
* иностранных граждан – 6072,0.

Объем услуг гостиниц и аналогичных средств размещения, оказанных населению в России, млн руб.:

* 2013 г. – 162387,1
* 2014 г. – 175708,5
* 2015 г. – 188991,9
* 2016 г. – 213288,3

В 2016 г. российский гостиничный рынок продемонстрировал ощутимый рост. Значительная часть отелей смогла повысить цены на 12–15%, поэтому показатели улучшились. Но пока ещё не достигли докризисного уровня.

По итогам 2016 г. средняя загрузка отелей в российской столице увеличилась на 4% и достигла 70%, средний тариф (ADR) вырос на 6% и составил 7500 руб. за 1 ночь. Также повысился показатель RevPAR — доходность на номер. Он стал больше на 13,7% и составил 5300 руб. Многие столичные объекты впервые после 2013 г. смогли выполнить гдовой бюджет. А часть отелей его даже перевыполнила.

В Петербурге показатели также выросли. Средняя загрузка выросла на 2% и составила 67%. Средний тариф (ADR) вырос на 15% и составил 6000 руб. за 1 ночь. RevPAR увеличился больше всего. Он вырос на 19% и составил 3800 руб. Аналитики отметили, что операционные показатели гостиничного рынка Санкт-Петербурга достигли рекордных уровней в рублёвом выражении.

В регионах также было заметно оживление, но в каждом конкретном городе показатели свои. По словам игроков гостиничного рынка, стабильный рост турпотока, который происходит в течение нескольких последних лет, позволить обеспечить высокую загрузку отелей и гостиниц, расположенных на территории России. При этом высокая загрузка будет во всем сегментах и в текущем году. Такая тенденция даст возможность отельерам повысить тарифы и в этом году, в среднем они станут больше на 15–20%. В таблице 1 приведены данные по изменению числа средств размещения в период 2005–2016 гг.

Таблица 1 – Гостиницы и аналогичные средства размещения [15].

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2005 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| Число гостиниц и аналогичных средств размещения – всего | 4812 | 5953 | 6357 | 6706 | 6998 | 7898 | 8391 | 14948 |
| в них мест, тыс. | 404 | 458 | 495 | 516 | 565 | 698 | 704 | 1035 |
| Из общего числа гостиниц и аналогичных средств размещения: |  |  |  |  |  |  |  |  |
| гостиницы | 3663 | 4220 | 4444 | 4666 | 4856 | 5445 | 5697 | 9243 |
| в них мест, тыс. | 330 | 366 | 386 | 397 | 439 | 550 | 540 | 750 |
| мотели | 48 | 99 | 123 | 132 | 138 | 155 | 167 | 275 |
| в них мест, тыс. | 3 | 3 | 6 | 4 | 6 | 7 | 7 | 9 |
| хостелы | 516 | 507 | 500 | 484 | 495 | 492 | 535 | 881 |
| в них мест, тыс. | 35 | 38 | 40 | 45 | 45 | 41 | 43 | 53 |

Из приведенных данных можно сделать вывод, что число гостиниц и аналогичных средств размещения увеличился в 3 раза, мест в них в 2,5 раза. Из общего числа гостиниц и аналогичных средств размещения увеличилось:

* гостиниц в 2,5 раза, мест в них в 2,2 раза;
* мотелей в 5,7 раз, мест в них в 3 раза;
* хостелов в 1,7 раз, мест в них в 1,5 раз.

2.2 Структура отечественного гостиничного рынка

Отечественный гостиничный рынок характеризуется высокой степенью интеграции и концентрации. Так, лидирующим трендом развития отрасли явился выход на рынок иностранных гостиничных компаний и сетей, которые изменили предложение на рынке гостиничных услуг, обострили конкуренцию, повысив планку требований, привнесли мировой опыт организации гостиничного бизнеса. Однако их присутствие характеризуется концентрацией в крупных промышленных и деловых центрах страны, а доля на российском рынке до сих пор не превышает 3-4%.

До настоящего времени Москва занимает первое место в России по объемам предлагаемых услуг и доходам, получаемым от гостиничной деятельности. Различия в целях поездок, уровнях доходов, а также требованиях, вкусах и предпочтениях потребителей гостиничных услуг способствовали возникновению отелей, различающихся по классности (звездности), категориям (бизнес-отели, конгресс-отели, туристические, клубные, транзитные гостиницы), вместимости, номенклатуре предоставляемых услуг, уровню обслуживания и т.п. Такое разнообразие дополняется различными формами собственности и типами менеджмента отелей.

Структура рынка по форме собственности гостиничных предприятий. Взависимости от формы собственности все гостиничные предприятия можно разделить на следующие группы: государственные, ведомственные, акционерные гостиницы с участием только российского капитала, совместные предприятия с участием иностранного капитала и гостиницы при иностранных посольствах [9].

Государственная собственность включает в себя объекты, находящиеся в федеральной собственности, собственности субъектов Федерации и муни­ципалитетов. Группа гостиниц ведомственного подчинения может включать в себя предприятия любой формы собственности, однако ее принято выделять отдельно, так как основным ее признаком является нахождение на балансе (в ведении) других организаций – государственных структур, корпораций, аэропортов и т.д., например, государственный отель «Пётр I» в Москве. Пятизвездочный отель «Пётр I» расположен на ул. Неглинной. Это один из старейших районов Москвы, самый центр российской столицы.

К ведомственным гостиницам можно отнести также гостиницы при иностранных посольствах, поскольку они находятся на балансе у последних. Однако они используются исключительно для нужд, прибывающих по линии посольства и не подчиняются законам рынка, например, гостиница «Комета» в Москве. История основания Гостиницы «Комета» уходит в 60-е гг.

Отели, принадлежащие российским собственникам (частным лицам, акционерам или государству), лидируют на рынке по объему предложения и количеству обслуживаемых клиентов. Именно они формируют на рынке представление об отрасли в целом. Для государственных гостиниц характерен самый старый номерной фонд, не выделяющийся повышенной комфортностью. Вместе с тем государственные гостиницы имеют ряд преимуществ – их отличает, как правило, удачное месторасположение и относительно известная марка, что обеспечивает им определенный уровень загрузки. Так как государственные отели не вкладывают достаточных средств для компенсации амортизации основных фондов и поддержания их в нормальном состоянии, рентабельность госсектора достаточно высока. Однако уже сег.ня ясно, что такая политика ведения бизнеса исчерпала себя, поэтому передача государственных гостиниц в частные руки и в собственность корпораций рассматривается в качестве основного пути привлечения дополнительных денежных средств на их модернизацию.

Например, AZIMUT Отель Санкт-Петербург. AZIMUT Hotels – первая российская сеть отелей, представленная на международном рынке. В России, Германии и Австрии мы гарантируем сервис мирового класса. Наши гости выбирают AZIMUT, потому что уверены в отличном завтраке, бесплатном Wi-Fi на всей территории отеля, уютных и чистых номерах и гостеприимном обслуживании со стороны персонала. Всего в России насчитывается 19 отелей сети AZIMUT.

Акционерные гостиницы, принадлежащие российским собственникам, могли бы иметь больше возможностей для аккумулирования средств на раз­витие. Однако низкие цены на продукцию большинства этих отелей приводят к тому, что они не имеют достаточных средств на развитие. Гостиницы, находящиеся в совместной российской и иностранной собственности, по­строены или реконструированы, поэтому они выделяются современными зданиями и комфортабельным номерным фондом. Повышенный класс этих отелей диктует высокие цены, которые привлекают в основном иностранных бизнесменов. Эти же отели имеют самые большие показатели рентабельности по отрасли [17].

Например, акционерное общество гостиница «Националь». Гостиница «Националь», построенная в 1903 г. по проекту известного российского архитектора Александра Иванова, представляет собой уникальный памятник истории и архитектуры.

Таким образом, приватизированные гостиничные предприятия (частные, в совместной российской или иностранной собственности) составляют более 70% всего номерного фонда отрасли и формируют большую часть доходов. Деятельность неприватизированных гостиниц (государственных, муни­ципальных) затруднена высоким физическим износом основных фондов, которые в ближайшем будущем потребуют значительных капиталовложений на реконструкцию.

Справедливости ради нужно отметить, что в последнее время ситуация начала заметным образом меняться: собственники отелей выделяют средства на развитие и совершенствование материальной базы гостиниц, появляются национальные гостиничные операторы, создающие гостиницы, качество сервиса в которых приближается к мировым стандартам. Конечно, они не обладают в большинстве случаев 10-й долей потенциала международных операторов, однако в данном случае важен сам факт изменения подхода в ведении гостиничного бизнеса в России, что, как ожидается, приведет отрасль к значительным усовершенствованиям в ближайшие год.

В таблице 2 приведены данные по показателям деятельности коллективных средств размещения.

Таблица 2 – Основные показатели деятельности коллективных средств размещения [15].

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Основные показатели деятельности коллективных средств размещения  (квартальные, нарастающим итогом) | | | | |
|  | Январь-март 2017 | Январь-июнь 2017 | Январь-сентябрь 2017 | Январь-декабрь 2017 |
| Число коллективных средств размещения | 15170 | 18545 | 20776 | 21284 |
| Число мест, тыс. | 1401 | 1723 | 1864 | 1907 |
| Число ночевок, тыс. | 33327 | 88066 | 168093 | 220516 |
| Численность размещенных лиц – всего, тыс. человек | 9772 | 23722 | 42897 | 55673 |
| в том числе: |  |  |  |  |
| граждан России | 8713 | 20782 | 36842 | 48573 |
| иностранных граждан | 1060 | 2941 | 6054 | 7100 |

По таблице 2 можно сделать выводы, что число коллективных средств размещения на конец 2017 г. увеличился в 1,4 раз; число мест в 1,3 раза; число ночевок в 6,6 раз; численность размещенных лиц: граждан РФ в 5,5 раз, иностранных граждан в 6,7 раз.

2.3 Особенности и проблемы функционирования отечественного гостиничного бизнеса

Госкомстат РФ выявил проблему неравномерности распределения гостиничных объектов по территории страны.

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

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

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

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

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

– нехватка собственных финансовых ресурсов, отсутствие программ финансирования;

– отсутствие системы лицензирования и сертификации гостиничных услуг.

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

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

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

Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 г. представляет собой комплекс мероприятий, направленных на перевод отрасли на инновационный путь развития, превращение культуры и туризма в наиболее развитые и привлекательные сферы общественной деятельности, в том числе через широкое внедрение информационных технологий; достижение необходимого уровня эффективности государственно – правового регулирования сфер культуры и туризма; разработка и реализация комплекса мероприятий развития культуры в малых городах и на селе; формирование культурной среды, отвечающей растущим потребностям личности и общества, повышение качества, разнообразия и эффективности услуг в сферах культуры и туризма; укрепление международного имиджа России как страны с высоким уровнем культуры благоприятной для туризма.

Если раньше гостиничная сфера была ориентирована преимущественно на туристов, которые «диктовали» отелям условия работы, то сегодня ставка делается на представителей бизнеса – как крупного, так и мелкого. Их требования к комфортному размещению даже на порядок выше, чем у туристов, ведь отель для делового человека – это не только место проживания, но и место работы. Следовательно, современные гостиницы все чаще предлагают гостям:

* организацию бизнес-конгрессов;
* залы для пресс-конференций;
* помощь в организации переговоров с клиентами и партнерами.

Для этих целей создаются не только конференц-залы, но и лобби-бары и просто вестибюли, где можно организовать кофе-брейк. При этом «деловые» отели еще и выбирают особое расположение, удобное с точки зрения транспортных развязок.

И, конечно же, самая яркая тенденция на современном рынке – появление бутик-отелей. Это особые гостиницы со ставкой на эксклюзивность, которые обладают множеством удивительных особенностей – например, комнаты имеют не номера, а названия, мебель группируется по цветам, в номерах есть собственный обслуживающий персонал, работающий только на конкретных гостей и т.д.

Ранее редакция Hotelier.PRO публиковала официальные максимальные цены на размещение в период проведения чемпионата мира по футболу в 2018-м г.

Лидером по превышению цен стал Ростов-на-Дону – 14 объектов, в Москве выявлено 12 случаев, на Кубани и в Волгограде – 5. Подавляющее большинство нарушений относится к объектам не сетевой принадлежности.

В этом примере проблема несоответствия мировым стандартам качества обслуживания при мировом уровне цен на услуги.

Пути решения проблем функционирования отечественного гостиничного бизнеса:

* Снизить цены на размещение
* Проведение конференций, семинаров и тренингов
* Создать учебные центры, разработать программы и курсы обучения на рабочих местах.

На сегодняшний день гостиничная индустрия в России развивается с неведомой ей доселе скоростью. Причин тому масса, часть которых связано с политической ситуацией в Мире, часть – с благосостоянием граждан страны. Остановимся на каждой из них более подробно:

1. Падение спроса на внешний туризм у россиян. В последнее пятилетие наблюдается масса ситуаций, свидетельствующих о нестабильности мирового уклада. К сожалению, получается так, что трагические моменты одних становятся возможностью развития других. Так, туристы, которые предпочитали заграничные курорты на протяжении последних лет, в последнее время имеют тенденцию делать выбор в пользу российских курортов.

2. Запрет на выезд для некоторых категорий граждан. Правительство страны делает все для обеспечения безопасности граждан с одной стороны и развитию туристской отрасли России – с другой. Так, например, запреты на выезд заграницу стали расширять список людей, к которым они относятся. Запрещен выезд за пределы государства лицам, имеющим доступ к информации «государственной тайны»; всем сотрудникам полиции; подозреваемым и осужденным; должникам по уплате налогов, алиментов и сборов.

3. Повышение престижа городов и курортов России. В последние годы в стране проводятся и планируют проводиться крупнейшие мировые мероприятия и соревнования музыкального, спортивного, научного и экономического характера. Универсиада в Казани, Олимпийские игры в Сочи, Евровидение в Москве, Экономический форум во Владивостоке и многие другие события дали толчок к развитию гостиничного дела в России. Чемпионат Мира по футболу в 2018 г. позволил целому ряду городов в стране отреставрировать историческую часть города, строить новые транспортные развязки. Открываются туристические маршруты, отели и мини-гостиницы растут, словно грибы после дождя. Крупнейшие мегаполисы страны выходят на новый уровень гостеприимства, что, безусловно, повышает рейтинг этих населенных пунктов в глазах не только российских туристов, но и гостей из-за рубежа.

Главные проблемы российского гостиничного бизнеса – отсутствие единой политики и конкуренции между отелями. Отсюда недостаточная загрузка, завышенные цены, долгий срок окупаемости, а также административные барьеры и кадровый дефицит.

3 Современные тенденции развития гостиничного бизнеса в г. Ростов-на-Дону

3.1 Анализ городского рынка средств размещения

В Ростове-на-Дону есть различные виды средств размещения. Всего насчитывается 169 коллективных средств размещения. При сертификации гостиниц используется система звезд. В Ростове-на-Дону существуют отели различных категорий, от 1 до 5 звезд, без звезд. Гостиниц официально подтвердивших свою категорию 59, из которых категории 5 звезд – 3 (всего номеров 157, мест 321), 4 звезды – 20 (всего номеров 769, мест 1439), 3 звезды – 26 (всего номеров 1486, мест 2471), 2 звезды – 14 (всего номеров 266, мест 531), 1 звезда – 7 (всего номеров 280, мест 545) и категория без звезд – 92 (всего номеров 1476, мест 2748).

Номерной фонд Ростова-на-Дону составляет более 4500 номеров и 8272 мест. Как показывает статистика огромную долю города занимают средства размещения без звезд, собственно, что составляет больше 54% от всех средств размещения. Загрузка номерного фонда во время высокого сезона – 80–85%, во времена низкого сезона – 40–45%. Гостиницы категории 2 и 3 звезды являются наиболее востребованными для туристов, 7% от всех средств размещения в городе. Заполняемость в высокий сезон – 70–75%, в низкий – 35–40%. Средняя стоимость номера – 2 325 руб. Гостиницы категории 4 звезды – 5% от средств размещения. Заполняемость во время высокого сезона – 60–70%, низкий сезон – 30%. Средняя стоимость номера – 3 275 руб. Гостиницы категории 5 звезд – 2% от средств размещения города, заполняемость в высокий сезон – 55%, в низкий – 25%. Средняя стоимость номера – 6 000 руб. [12].

Для анализа гостиничного рынка города Ростова-на-Дону был проведен SWOT-анализ, который представлен в таблице 3.

Таблица 3 – SWOT-анализ по гостиницам Ростова-на-Дону (составлено автором)

|  |  |
| --- | --- |
| *Сильные стороны*  1. Широкий ассортимент услуг.  2. Имидж (известность гостиницы).  3. Хороший сервис.  4. Удобное месторасположение. | *Слабые стороны*  1. Слабое информационное продвижение.  2. Медленная реакция на изменения рынка.  3.Устаревшие технологии.  4. Небольшое количество мест для отдыха туристам. |
| *Возможности*  1. Расширение сферы влияния.  2. Охват новых целевых групп потребителей.  3. Увеличение частоты посещения гостиницы клиентами.  4. Развитие технологий и новых программ для гостей. | *Угрозы*  1. Снижение спроса.  2. Появление новых конкурентов.  3. Барьеры вступления на новые рынки.  4. Ослабление экономики и снижение покупательской возможности потребителей. |

По итогам SWOT-анализа есть точное осознание, что следует расширять количество ассортимента предложений, поддерживать хороший сервис и имидж. Вполне вероятно расширение сферы влияния, привлечение новых гостей, развитие технологий и программы лояльности.

Анализируя рынок гостиничных услуг г. Ростов-на-Дону с точки зрения потребителя были поставлены приоритеты в выборе гостиниц:

* удобное месторасположение – 21%;
* чистота и комфорт номеров – 17%;
* цены за номера – 15%;
* рекомендации друзей и коллег – 13%;
* предшествующий опыт относительно гостиницы – 12%;
* дополнительные услуги – 11%;
* программы для постоянных клиентов – 7%;
* домашняя атмосфера – 7%;
* внешний вид здания – 6%;
* уменьшение стресса, связанного с переездом – 23%.

Клиенты приезжают в гостиницу с разными целями. Основными целями поездок клиентов гостиниц Ростова-на-Дону являются:

* деловые поездки – 32%;
* туристские – 20%;
* семейные – 12%;
* культурные мероприятия – 10%;
* корпоративные – 16%;
* спортивные – 10%.

Перспектива развития рынка гостиничных услуг в г. Ростове-на-Дону будет связана с проведением чемпионата мира по футболу в нынешнем 2018 г. Это мероприятие приведет к выходу международных сетей на рынок гостиничных услуг, которые повысят роль города, как туристского центра, так и бизнес центра.

Сетевые отели Ростова-на-Дону:

1. «Маринс Парк Отель»: Буденновский просп., д. 59 (374 номера и стоимостью номеров 2375-8075 руб. в сутки). Конгресс-отель «Маринс Парк Отель Ростов» является крупнейшим отелем в Ростове-на-Дону.

# «Radisson Blu»: ул. Береговая 25Г/4 (81 номер и стоимостью номеров 6900-15900 руб. в сутки). Международная [гостиничная](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D1%86%D0%B0) компания, дочерняя структура Carlson Rezidor Hotel Group – оператора брендов Radisson, Radisson Blu, Radisson RED, Parkotel, Quorvus Collection and Park Inn by Radisson. Первый отель Radisson появился в [1909 г.](https://ru.wikipedia.org/wiki/1909_%D0%B3%D0%BE%D0%B4) в [Миннеаполисе](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D0%B5%D0%B0%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%81), [США](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%A8%D0%90) и был назван в честь французского исследователя [Пьера-Эспри Радиссона](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B0%D0%B4%D0%B8%D1%81%D1%81%D0%BE%D0%BD,_%D0%9F%D1%8C%D0%B5%D1%80-%D0%AD%D1%81%D0%BF%D1%80%D0%B8).

# «Amaks»: проспект Михаила Нагибина 19 (287 номеров и стоимостью номеров 1890-6720 руб. в сутки). Российская [гостиничная сеть](https://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%93%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D0%B5%D1%82%D1%8C&action=edit&redlink=1), управляющая несколькими объектами размещения (24 отелями и 5 курортными комплексами) в [России](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%8F) и [Белоруссии](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B5%D0%BB%D0%BE%D1%80%D1%83%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%8F). Основана в 2002 г. Общий номерной фонд отелей сети — около 7 тыс. номеров, суммарная численность персонала — более 5 тыс. человек. Основу сети составляют гостиницы класса 3 звезды с едиными стандартами и федеральным брендом.

# «AccorHotels» («Mercure» Ростов-на-Дону Центр): Ворошиловский проспект 35/107 (89 номеров и стоимостью номеров от 4478 руб. в сутки); AccorHotels успешно работает в 95 странах.

# «Ramada»: ул. Малюгиной 119 (72 номера и стоимостью номеров 5500-10500 руб. за сутки). Это сеть отелей, которой владеет и управляет компания Wyndham Worldwide. Название «Рамада» происходит от испанского термина «Рама» (ветвь) и ассоциируется с рамадой (временной беседкой под открытым небом, сделанной из ветвей деревьев и кустарника, Рамада были популярны в штате Аризона во время сбора урожая. Сайты компании обычно называют свои гостиницы «тенистыми места отдыха.

# «MARTON»: проспект Стачки 107 (52 номера и стоимостью номеров 1990-3890 руб. за сутки), улица Красных Зорь 117 (15 номеров и стоимостью номеров 1290-2880 руб. за сутки), проспект Шолохова 173 (22 номера и стоимостью номеров 1190-3480 руб. за сутки), проспект Шолохова 132/1 (23 номера и стоимостью номеров 1590-2880 руб. за сутки), улица Варфоломеева 174 (27 номеров и стоимостью номеров 1390-2180 руб. за сутки), улица Плиева 65 (21 номер и стоимостью номеров 1590-2480 руб. за сутки), проспект Ленина 237/38 (24 номера и стоимостью номеров 1490-2290 руб. за сутки). В гостиницах сети HOTEL MARTON серьёзное внимание уделяется каждому из элементов оформления апартаментов.

В Ростове-на-Дону к 2018 г. были построены:

1. «Ramada Hotel and Suites Rostov-on-Don». Это 4\* гостиница мирового уровня, представленная крупнейшей в мире гостиничной сетью Wyndham Group. Гостиница введена в эксплуатацию в декабре 2016 г. и представляет собой современное, 11-ти этажное здание, расположенное в центре города Ростова-на-Дону. К услугам гостей «Ramada Hotel and Suites Rostov on Don» предлагает 92 номера различных категорий и конфигураций, расположенных с 3-го по 10-й этаж.

2. «Radisson Blu Hotel, Rostov-On-Don» Расположен на набережные реки Дон, в шаговой доступности от деловой части Ростова-на-Дону и прогулочной зоны города. Новое инновационноемобильное приложение предоставляет круглосуточный доступ к широкому спектру отельных и локальных услуг, чтобы сделать планирование вашего пребывания максимально удобным и быстрым.

3.2 Основные тенденции развития городского гостиничного бизнеса

История гостиничного бизнеса тесно связана и взаимодействует с историей всего человечества. Как только люди научились быть гостеприимными и зарабатывать на этом, в мире появились первые прототипы современных отелей, и с тех пор развитие этой сферы было безостановочным.

Гостиничный бизнес – это предпринимательский вид работы и его цель – получение выгода. Работа гостиничного бизнеса ориентирована на предоставление высококачественных услуг для посетителей. Потому нужно улучшать гостиничное хозяйство, я при всем этом увеличивать количество посетителей.

В XX в. стандарты качества обслуживания во много раз выросли, и что бы было легче определить уровень гостиницы, была введена звездная система классификации гостиницы.

Ростовская область и г. Ростов-на-Дону, как столица Южного федерального округа, ежегодно привлекают миллионы туристов. Следовательно, одной из главных задач региона является совершенствование и создание гостиничной базы, соответствующей современным запросам гостей Донского региона [13].

В зависимости от назначения, особенностей категорий обслуживания клиентов и некоторых других факторов в Ростове-на-Дону существуют такие виды средств размещения как: отель, мотель, гостиница, гостевой дом, парк-отель, апарт-отель, мини-гостиница, бутик-отель, хостел и др.

Начиная с 2010 г. рынок услуг гостиниц и аналогичных средств размещения в Ростовской области безусловно растет. В 2018 г. гостиничный рынок Ростовской области вырос на 6,5% [8].

Но если сравнить услуги гостиничного сектора с другими платными услугами Ростовской области, то можно сделать вывод, что гостиницы в денежном выражении развиваются медленнее, чем другие платные секторы услуг. Так, в 2011 г. доля гостиничных услуг составила 1,2% в общем объеме платных услуг, а в 2016 г. - всего лишь 1,0%. Также, исходя из данных исследований, можно заключить, что номерной фонд в коллективных средствах размещения в Ростовской области все-таки вырос в натуральном выражении. Рост за период 2011-2016 гг. составил 19,6%. Уровень мировых стандартов поддерживают и отели области: первый в Ростовской области пятизвездочный отель «Old House Resort & Spa» в Усть-Койсуге и 5- звездочный «GrandHotelSoho» в г. Азов. Основной сегмент гостиничного рынка Ростовской области, естественно, составляют деловые и бизнес отели.

Крупнейшими являются «Don-Plaza Конгресс-Отель», «Amaks Congress Hotel», «Маринс Парк Отель», «Vertol Hotel», «Гранд Отель Сохо» в Азове, «BristolCentral Hotel» в Таганроге.

В связи с повышением требований к качеству сервиса и ростом спроса на услуги по размещению туристов различных категорий возрастает потребность во внедрении инновационных проектов гостиничной сферы. В настоящее время инновационная и инвестиционная активность в гостиничной индустрии Ростовской области связывается прежде всего с деятельностью международных гостиничных операторов. Появление новых подходов к организации и управлению средств размещения г. Ростова-на-Дону способствует развитию гостиничного сектора и связанной с ним инфраструктуры, увеличению доходности гостиничных предприятий, повышению профессионализма персонала и общего уровня обслуживания гостей. Около 95% от общего числа приезжающих в Ростовскую область составляют бизнесмены и члены различных делегаций.

Следовательно, реализация выше указанных инновационных проектов и ввод в эксплуатацию новых гостиничных и бизнес предприятий позволит выйти региону на новый экономический уровень.

Можно сделать вывод о том, что Ростовская область, и, в частности, Ростов-на-Дону является городом, обладающим огромными перспективами в области туризма. Увеличение спроса на услуги данного типа сопровождаются ежегодным увеличением номерного фонда гостиничной индустрии. Необходимо четко увязать развитие номерного фонда с программой развития туризма Ростовской области. Для достижения максимальной эффективности данных проектов необходима реализация различных программ по повышению привлекательности города в области инвестирования, развития инфраструктуры и туризма в целом.

Главной тенденцией российского рынка гостиничных услуг выступает проникновение крупнейших международных сетевых компаний, что связано, в первую очередь, с недостатком опыта компаний РФ в гостиничном бизнесе. Ростовская область обладает всеми ресурсами для того чтобы привлечь туристов. При введении на рынок нового и развитие уже существующего туристско-экскурсионного продукта необходимо тщательно продумать вопрос о разделении на те или иные группы путешественников, которых может привлечь Ростовская область.

Основными целями поездок в Ростов-на-Дону являются деловые поездки и туристические. Перспективами внутреннего российского, а также иностранного въездного туризма на Юг России послужило то, что в регионе в 2014 г. были проведены крупные спортивные мероприятия, такие как ХХII зимние Олимпийские игры и ХI Зимние Параолимпийские игры. Теперь ярким моментом для развития туризма в Ростове-на-Дону служит Чемпионат мира по футболу ФИФА 2018. Это, несомненно, должно поспособствовать росту туристического потока не только с деловыми.

За основными целями идут корпоративные, которые ненамного меньше туристического визита в Ростов-на-Дону, семейные и одинаковый процент культурные мероприятия и спортивные цели поездок.

Рынок гостиничных услуг в Ростове-на-Дону развивается достаточно быстрыми темпами, растет объем услуг, зафиксирован ежегодный рост количества предприятий гостиничной индустрии. Растет число гостиниц, как высокого класса, так и бюджетного уровня.

Одной из основных тенденций развития гостиничного бизнеса является внедрение новых компьютерных технологий. Бурное развитие информационных технологий и программных средств в сфере гостиничного и туристского бизнеса обусловлен тем эффектом, который можно получить при правильном их использовании. Только компьютер способен обеспечить обладателя отеля теми услугами, которые необходимы для деятельности на современном рынке. Благодаря доступу к различным базам данных правильного их использования и управления обладатели отелей имеют уникальную возможность привлекать постояльца конкретного профиля и, как следствие, предоставлять своим клиентам более персонализированные услуги. Технологии также дают возможность входить в глобальные сети баз данных, просматривать международные сайты и страницы сети Интернет. Благодаря новым технологиям, доступ к которым мелкие обладатели получают в значительной мере благодаря кооперации с крупными корпорациями в рамках автономного предприятия, улучшаются возможности оперативной связи с потенциальными клиентами, обработки предварительных заказов [16].

Так как основной визит в Ростов-на-Дону является деловой, то развитие технологий необходимо в гостиницах, чтобы посетитель чувствовал себя комфортно в рабочей обстановке.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

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

Развитие рынка гостиничного бизнеса приходится на конец 90-х г. Создаются национальные ассоциации для поддержания собственных позиций, для помощи российскому гостиничному бизнесу и охраны интересов государственных производителей гостиничных услуг. В РФ формируются гостиничные цепи, наступает возведение новейших гостиниц на месте ветхих, которые не отвечали притязаниям интернационального туризма.

Так же гостиничная индустрия способна оказывать активное влияние на экономику страны, в котором он развивается. Включает предоставление услуг и организацию краткосрочного проживания в гостиницах и других средствах размещения.

Развитие гостиничного бизнеса в стране обусловлено такими тенденциями как:

* проникновение международных сетевых компаний;
* рост числа инвестиционных проектов по строительству и реконструкции гостиниц;
* возникновение и развитие ассоциации мини-гостиниц;

Основные проблемы в российском гостиничном хозяйстве:

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

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

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

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

– нехватка собственных финансовых ресурсов, отсутствие программ финансирования;

– отсутствие системы лицензирования и сертификации гостиничных услуг.

Ростов-на-Дону является городом, обладающим огромными перспективами в области туризма. Увеличение спроса на услуги данного типа сопровождаются ежегодным увеличением номерного фонда гостиничной индустрии.

Рынок гостиничных услуг в Ростове-на-Дону развивается достаточно быстрыми темпами, растет объем услуг, зафиксирован ежегодный рост количества предприятий гостиничной индустрии. Растет число гостиниц, как высокого класса, так и бюджетного уровня.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аналитическое агентство ТурСтат выявило лучшие отели и гостиницы Ростова-на-Дону, лучший хостел и лучшие апартаменты в Ростове-на-Дону [Электронный ресурс]: Исследование рынка туризма и путешествия в России и СНГ. – Режим доступа: http://turstat.com/besthotelsrostovondon. – Дата обращения 25.03.2018.
2. Арбузова Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Н.Ю. Арбузова. – М.: Академия, 2011.
3. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство: организация, управление, обслуживание / С.И. Байлик. – Киев: Дакор, 2009.
4. Барчуков И.С. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов: учебное пособие / И.С. Барчуков, Л.В. Баумгартен, Ю.Б. Башин, А.В. Зайцев. – М.: КНОРУС, 2014.
5. Елканова Д.И. Основы индустрии гостеприимства / Д.И. Елканова, Д.А. Осипов, В.В. Романов, Е.В. Сорокина. – М.: Дашков и ко, 2010.
6. Ёхина М.А. Бронирование гостиничных услуг / М.А. Ёхина. – М.: Академия, 2014.
7. Индустрия гостеприимства 2017: тенденции развития гостиничного бизнеса в свете законодательства [Электронный ресурс]: Новости. – Режим доступа: http://www.bis-broker.com/news/industriya-gostepriimstva-2017-tendencii-razvitiya-gostinichnogo-biznesa-v-svete-zakonodatelstva. – Дата обращения 20.03.2018
8. К 2018 г. номерной фонд в гостиницах Ростовской области увеличится на 2400 единиц [Электронный ресурс]: Официальный портал Правительства Ростовской области. – Режим доступа: http://www.donland.ru/news/K-2018-godu-nomernojj -fond -v- gostinicakh - Rostovskojj - oblasti - uvelichitsya - na - 2400 -edinic?pageid. – Дата обращения 24.03.2018
9. Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебное пособие / Н.И. Кабушкин. – М.: КНОРУС, 2013.
10. Кусков А.С. Гостиничное дело: учебное пособие / А.С. Кусков. – М.: Дашков и Ко, 2008.
11. Медлик С. Гостиничный бизнес / С. Медлик, Х. Инграм. – М.: Юнити-Дана, 2012.
12. Обзор состояния рынка гостиничных услуг города ростов-на-дону на современном этапе и перспективы его развития [Электронный ресурс]: Ростовский научный журнал. – Режим доступа: http://rostjournal.ru/?p=527. – Дата обращения 22.03.2018.
13. Опубликован «черный список» отелей, завышающих цены на период ЧМ-2018 по футболу [Электронный ресурс]: Hotelier.PRO. – Режим доступа: [http://hotelier.pro/news/item/3250-mundial/3250-mundial](https://vk.com/away.php?utf=1&to=http%3A%2F%2Fhotelier.pro%2Fnews%2Fitem%2F3250-mundial%2F3250-mundial). – Дата обращения 24.03.2018.
14. Развитие гостиничного бизнеса в России [Электронный ресурс]: Все о гостиничном бизнесе. – Режим доступа: http://inn35.ru/razvitie-gostinichnogo-biznesa-v-ross. – Дата обращения 24.03.2018.
15. Розничная торговля, услуги населению, туризм [Электронный ресурс]: Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: http://www.gks.ru. – Дата обращения 25.03.2018.
16. Совершенствование методов управления в гостинично-туристическом бизнесе: монография / под ред. А.Д. Чудновского. – М.: ФГБОУ ВО «ГУУ», 2013.
17. Федцов В.Г. Культура гостинично-туристского сервиса: учебное пособие / В.Г. Федцов. – Ростов-н-Дон: Феникс, 2008.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Данные о гостиницах и аналогичных средствах размещения

г. Ростов-на-Дону

Таблица А.1 – 10 лучших средств размещения г. Ростова-на-Дону [1]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид  средства размещения | Название  средства размещения | Категория  средства размещения |
| Отели | «Белладжио» | 4\* |
| «Атташе» | 4\* |
| «Набоков» | 2\* |
| «Березовый двор» | 4\* |
| «Резиденция» | 5\* |
| «Ани» | - |
| «Променадъ» | 3\* |
| «Дом Художника» | 3\* |
| «Островский» | 3\* |
| Гостиница | «Петровский причал» | 5\* |
| Хостел | «Баба Валя» | - |
| Апартаменты | «Romashenko» | - |

Рисунок А.1 – Основные цели поездок клиентов в Ростова-на-Дону и Ростовскую область [15]

Таблица А.2 – Среднемесячная начисленная заработная плата в Ростове-на-дону [15].

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Среднемесячная начисленная заработная плата работников гостиниц и ресторанов (руб.) | | | | |
| 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| 13078 | 13601 | 14875 | 16273 | 17520 |

Таблица А.3 – Оборот организаций по видам экономической деятельности в Ростове-на-Дону [15]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Оборот гостиниц и ресторанов (в фактически действовавших ценах; млрд. руб.) | | | | |
| 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| 10,2 | 11,9 | 11,0 | 13,9 | 14,4 |

Таблица А.4 – Международные гостиничные сети в России (составлено автором)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Название компании | Отели | Место  расположение | Год  открытия | Количество  номеров |
| 1 | Carlson Rezidor | Radisson Blu Paradise Resort & SPA;  Рэдиссон Лазурная;  Radisson Blu Resort & Congress Centre;  Radisson Hotel;  Radisson Blu Hotel;  Radisson Royal; Hotel Radisson;  Sonya Hotel;  Radisson Blu Belorusskaya Hotel;  Radisson Slavyanskaya;  Radisson Royal Hotel;  Radisson Residences | Сочи  Челябинск  Калининград  Санкт-Петербург  Москва  Завидово  Большое Завидово | 1991 | 11245 |
| 2 | Accor | Novotel;  Ibis;  Mercure. | Москва Подмосковье Санкт-Петербург Красноярск Нижний Новгород Казань Ярославль Самара Екатеринбург Омск Иркутск Калининград Краснодар Сочи Тюмень | 1996 | 6042 |
| 3 | Marriott International | Marriott Hotels | Москва Санкт-Петербург  Иркутск Нижний Новгород  Новосибирск  Самара | 1996 | 6095 |
| 4 | Inter  Continental | InterContinental Hotels Group | Москва Воронеж  Самара  Челябинск  Санкт-Петербург  Уфа | 2003 | 5632 |
| 5 | Hilton | Hilton Moscow Leningradskaya;  DoubleTree by Hilton Tyumen;  DoubleTree by Hilton Kazan;  DoubleTree by Hilton Novosibirsk;  DoubleTree by Hilton Ekaterinburg City Centre;  Hilton Garden Inn Perm;  Hilton Garden Inn Kirov;  Hilton Garden Inn Kaluga;  Hilton Garden Inn Krasnodar;  Hampton by Hilton Voronezh;  Hampton by Hilton Volgograd Profsoyuznaya;  Hampton by Hilton Ufa;  Hampton by Hilton Moscow Strogino;  Hilton Garden Inn Krasnoyarsk;  Hilton Garden Inn Moscow New Riga;  Hilton Garden Inn Ulyanovsk;  Hampton by Hilton Samara;  Hampton by Hilton Nizhny Novgorod. | Москва  Тюмень  Казань  Новосибирск  Екатеринбург  Пермь  Киров  Калуга  Краснодар  Воронеж  Волгоград  Уфа  Ульяновск  Самара  Нижний Новгород | 1992 | 4108 |
| 6 | Wyndham | Wyndham Hotel Group | Москва  Санкт-Петербург  Екатеринбург | 1981 | 2344 |
| 7 | Starwood | Hotel National, a Luxury Collection Hotel;  Sheraton Moscow Sheremetyevo Airport Hotel;  Sheraton Palace Hotel;  StandArt Hotel Moscow, a Member of Design Hotels™;  The St. Regis Moscow Nikolskaya;  W St. Petersburg;  Sheraton Ufa Hotel | Москва  Санкт-Петербург  Уфа | 1991 | 2293 |
| 8 | Rixos | Rixos Krasnaya Polyana Sochi 5\*;  Rixos Mriya Resort & Spa | Сочи  Крым | 2014 | 1746 |
| 9 | Hyatt | Ararat Park Hyatt Moscow;  Hyatt Regency Moscow;  Hyatt Regency Ekaterinburg;  Hyatt Regency Sochi | Москва  Екатеринбург  Сочи | 2002 | 1666 |
| 10 | Kempinski | Hotel Baltschug Kempinski;  Kempinski Hotel Moika 22;  Kempinski Grand hotel | Москва  Санкт-Петербург  Геленджик | 1991 | 1086 |