

Учреждение – профессиональная образовательная организация
«Ульяновский техникум экономики и права Центросоюза РФ»

**Учебное пособие
для самостоятельной работы по учебной дисциплине**

ГОСТИНИЧНАЯ ИНДУСТРИЯ

Специальности 43.02.14 Гостиничное дело

Ульяновск
2019

Автор Платонова Л.В. – преподаватель УПОО «Ульяновский техникум экономики и права ЦС РФ»

Учебное пособие по дисциплине «Индустрия гостеприимства» адресовано студентам специальности 43.02.14 «Гостиничное дело» в помощь при изучении данной дисциплины. Учебное пособие содержит конспекты лекций, составленные на основе различной учебной литературы, рекомендованной Министерством образования РФ, а также на основе материалов из дополнительных источников информации.

Помимо лекционного материала, пособие включает перечень необходимых для запоминания основных терминов и понятий, выделенных в конце каждой темы. Также пособие содержит вопросы и задания для самостоятельной работы.

Данная разработка содержит тематику семинарских и практических занятий, вопросы, доклады и список литературы. В помощь студентам разработаны правила оформления доклада и компьютерной презентации.

Каждая тема семинарского занятия содержит подробные методические рекомендации студентам - на что следует обратить внимание при подготовке темы, какие вопросы следует изучить подробно, как стоит подготовить тот или иной вопрос. Также даны подробные инструкции для проведения деловых игр.

Введение

Дисциплина «Гостиничная индустрия» формирует необходимые для специалиста в области гостиничного сервиса знания и умения по организации обслуживания в сфере гостеприимства. Данная дисциплина носит практический характер и направлена в основном на формирование определённых умений применять и использовать те или иные знания в профессиональной деятельности. Очевидно, что фундаментом для развития профессиональных навыков специалиста являются знания о сущности, особенностях и основных принципах функционирования предприятий гостеприимства.

Поэтому учебное пособие содержит конспекты лекций, знакомящих студента с данными вопросами.

Каждая лекция данного пособия направлена на формирование определённых знаний, умений и навыков, что чётко обозначено в начале лекции. Кроме того, в конце каждой лекции выведены основные термины и понятия, способствующие более глубокому осмыслению и запоминанию темы. К каждой теме разработаны задания различного уровня сложности, направленные на развитие определённых мыслительных умений студентов, часть заданий (наиболее сложных) ориентирует студентов на самостоятельную работу с дополнительными источниками информации (помимо пособия). Таким образом, задания и вопросы, представленные в пособии, способствуют дифференцированному подходу в обучении студентов.

Кроме того, в соответствии с логикой изучаемых тем в данное пособие также включены темы семинарских и практических занятий с методическими рекомендациями их подготовки. Сочетание лекционного материала с методическими рекомендациями представляется целесообразным, т.к. это способствует формированию у студента более чёткого понимания того, что он должен сделать в ходе самостоятельного изучения дисциплины.

В приложении данного учебного пособия также содержатся правила написания и оформления доклада, а также правила оформления компьютерной презентации, сопровождающей доклад.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- определять типы и виды гостиничных и туристских предприятий;
- проводить сравнительный анализ истории становления и развития индустрии гостеприимства в России, Европе, Америке;
- анализировать роль и значимость гостиничной индустрии в России и за рубежом;
- оценивать перспективы развития гостиничной индустрии в России и за рубежом;
- определять классификацию номеров и гостиниц, типы и виды гостиничных и туристских предприятий;
- анализировать влияние гостиничных цепей на совершенствование деятельности гостиничных предприятий;
- анализировать организационные структуры гостиничных предприятий различных типов и классов обслуживания;
- анализировать функциональную организацию и взаимодействие основных служб гостиниц;
- анализировать организацию питания в гостиницах и туристских комплексах и деятельность различных типов предприятий питания.

знать:

- типы и виды гостиничных предприятий, их классификацию;
- состав и структуру служб гостиниц и туристских комплексов, их функции;
- принципы функционирования предприятий питания в гостиничном сервисе.

Введение. Понятие Индустрии гостеприимства.

В результате изучения данной темы необходимо знать...

- ✓ содержание дисциплины;
- ✓ связь Индустрии гостеприимства с другими дисциплинами;
- ✓ практическое значение индустрии гостеприимства;
- ✓ особенности в сфере индустрии гостеприимства.

Содержание темы.

План:

1. Предмет, содержание и цели дисциплины Индустрии гостеприимства
2. Взаимосвязь Индустрии гостеприимства с другими дисциплинами.
3. Теоретическое и практическое значение дисциплины.
4. Основопологающие принципы и особенности обслуживания в гостиничных комплексах.
5. Особенности управления и формы деятельности в мировой индустрии гостеприимства и в России.

1. Предмет, содержание и цели дисциплины Индустрии гостеприимства

Современные политологи и футурологи прогнозируют, что постиндустриальное общество в качестве основной сферы хозяйства будут иметь информацию и услуги, а основным видом его ресурсов станут эколого-оздоровительные и информационные технологии. В настоящее время доля услуг в структуре валового внутреннего продукта (ВВП) в развитых странах составляет примерно 30-35%. В самой сфере услуг особое место составляет туризм. В мировом хозяйстве на его долю приходится 10% мирового валового национального продукта.

Степень развития туристического бизнеса в той или иной стране определяется материальной базой туризма. Материальной базой туризма являются средства размещения – гостиницы, пансионаты, турбазы, дома отдыха, мотели, кемпинги, высокогорные приюты и пр.

Качество туристического отдыха чаще всего определяется уровнем гостиницы, отеля или любого другого средства размещения. Уровень средств размещения самый разнообразный и определяется многими факторами. В числе важнейших – средства инфраструктуры (дороги, средства коммуникации и т.п.), качество обслуживания в гостиницах, качество предоставляемых коммерческих услуг (магазины туристских товаров), определённый уровень и качество развлечений (парки отдыха, музеи, клубы), сфера питания для туристов (кафе, рестораны) и т.д.

Таким образом, сама по себе индустрия гостеприимства охватывает разные группы организаций и сферы бизнеса. Однако можно чётко определить содержание дисциплины ИГ – данная дисциплина изучает уровень и качество гостеприимства, предоставляемых тем или иным средством размещения. Предметом изучения дисциплины являются факторы гостеприимства, которые были перечислены выше.

Цели ИГ в основном носят практический характер – оптимизация сферы туризма, повышение качества разнообразных услуг в сфере гостеприимства. Особое значение это имеет для нашей страны, т.к. по оценкам многих специалистов Россия обладает большим потенциалом для развития туристического бизнеса, причём во всех направлениях (экологический туризм, культурно-познавательный, специализированный, круизы). Туристические ресурсы России огромны, однако российский туризм занимает весьма незначительное место в мировом туристском рынке.

2. Взаимосвязь Индустрии гостеприимства с другими дисциплинами.

Как дисциплина ИГ связана со многими дисциплинами, которые, так или иначе, изучают туризм и бизнес.

Но, прежде всего, следует отметить связь ИГ с географией туризма, историей, экологией, медициной, педагогикой и многими другими дисциплинами. Дело в том, что в современном мире самыми перспективными сегментами туристского бизнеса являются экологический, культурно-познавательный и специализированный туризм. Поэтому при разработке проекта того или иного средства размещения (гостиница, отель, дом отдыха, турбаза, санаторий и др.) прежде всего, учитывается его целевая направленность. Она в свою очередь заставляет досконально изучить район предполагаемого строительства средства размещения или формирования туристического маршрута. Причём изучение должно вестись во многих направлениях –

- ✓ история того или иного региона (достопримечательности, интересные люди, музеи, интересные факты истории),
- ✓ архитектурный стиль, принятый в том или ином регионе,
- ✓ лечебный потенциал того или иного региона (родники, лечебные грязи, солевые источники)
- ✓ географические достопримечательности (они определяют тот или иной туристический маршрут)

Всё это требует знания перечисленных наук и дисциплин.

С точки зрения связи ИГ с бизнесом, естественно отметить связь ИГ с такими дисциплинами как экономика организации, Бизнес-планирование, менеджмент (практически всех направлений), бухгалтерский учёт и многие другие дисциплины. Вообще, менеджеры в ИГ пытаются рассматривать её как отдельную сферу экономики и не имеющую ничего общего с другими видами бизнеса. Однако это не совсем верно. Например, опытный специалист гостиничного бизнеса Венисон, исходя из своей трудовой практики, отмечает большое сходство гостиничной индустрии с индустрией розничной торговли.

Безусловно, следует отметить связь ИГ с психологией. Связь очевидна, ведь ИГ – это индустрия обслуживания, а без знания элементарных правил общения эффективное и качественное обслуживание невозможно.

3. Теоретическое и практическое значение дисциплины.

ИГ имеет огромное значение в развитии мирового бизнеса. Как уже отмечалось выше, доля услуг, и особенно в сфере туризма, в экономиках развитых стран постоянно возрастает. Соответственно растёт значение ИГ, т.к. услуги размещения являются системообразующим элементом индустрии туризма. Следовательно, возрастает теоретическое значение данной дисциплины. Ведь развитие туристического бизнеса невозможно без хорошо подготовленных квалифицированных кадров, профессионалов именно в гостиничном бизнесе и индустрии гостеприимства вообще.

Но особо следует отметить практическое значение ИГ.

1. ИГ способствует развитию культуры общения и отдыха. Важнейшее значение ИГ проявляется в организации досуга людей, а также организации культурно-познавательных, спортивных, деловых связей между регионами и странами. Большое значение ИГ имеет для организации оздоровительного отдыха и лечения.
2. Развитие гостиничного хозяйства влияет на занятость населения. Рост занятости населения в туризме обусловлен, прежде всего, развитием гостиничного сервиса. Создание рабочих мест в гостиничном хозяйстве влечёт за собой соответствующее создание рабочих мест в других взаимосвязанных отраслях. Следует также отметить, что около 50% рабочих

мест в гостиничном сервисе обеспечивает занятость женщин, что имеет большое социальное значение именно для России, где преобладает женская безработица.

3. Развитие ИГ способствует развитию смежных отраслей бизнеса и сервиса, а также инфраструктуры – строительство коммуникаций, дорог, различных коммерческих организаций (кафе, магазины, АЗС и т.п.)
4. Развитие ИГ в России имеет очень большое морально-нравственное значение. Дело в том, что за рубежом у нашей страны непривлекательный образ, который чаще всего не соответствует действительности. ИГ в России должна переломить эту ситуацию и способствовать созданию благоприятного образа нашей страны за рубежом. Конечно, для этого нужны разнообразные средства. Но чтобы простые граждане-иностранцы думали о России не как о родине водки, дураков и плохих дорог, а как о великой державе с богатым культурным и историческим наследием, с прекрасной природой, воспетой многими поэтами, с добрыми, работающими и гостеприимными жителями (что на деле так оно и есть), необходимо развитие российской ИГ на самом высоком уровне.
5. Российская ИГ должна реализовать великолепный потенциал России как туристской державы. У нашей страны есть все необходимые условия для развития всех видов туризма. Естественно, что это дополнительные доходы в бюджет страны и регионов, развивающих индустрию туризма.

4. Основополагающие принципы и прогрессивные технологии обслуживания в гостиничных комплексах.

Установлено, что индустрия гостиничного сервиса играет важную роль в жизни общества, предоставляя возможности для проведения деловых встреч, совещаний, конференций, а также для отдыха и развлечений. Таким образом, гостиницы (средства размещения различного назначения) столь же необходимы для экономики и общества, как и отлаженная работа транспорта, связь и всевозможные системы распределения разнообразных товаров и услуг. Используя свои возможности, гостиницы вносят вклад в общий объём производства услуг, который составляет материальное благосостояние людей.

Индустрия гостиничного сервиса – важная составная часть всей сферы услуг, представляющая собой совокупность видов деятельности, направленных на обслуживание населения. Гостиничное предприятие предлагает своей клиентуре продукт в виде услуги.

Гостиничная услуга – это результат деятельности специально обученного и подготовленного к работе (в средствах размещения различного назначения и категории) обслуживающего персонала по созданию полезного эффекта в удовлетворении потребностей клиентуры.

Услуги гостиничного сервиса –

- ✓ Размещение
- ✓ Проживание
- ✓ Пользование бытовой техникой
- ✓ Пользование спортивно-культурными объектами
- ✓ И пр.

Данные услуги являются единицами товарной продукции и воспринимаются их потребителями как минимальный объём экономических благ, который представлен в перечне услуг каждого средства размещения.

Отечественные и зарубежные экономисты установили ряд особенностей гостиничных услуг, которые по функциональному назначению подразделяются на материальные и нематериальные (социально-культурные)

Материальные услуги –

- ✓ Предоставление номерного фонда разной комфортности
- ✓ Подача завтрака
- ✓ Предоставления в номер той или иной техники (например, компьютер)

Нематериальные услуги –

- ✓ Вызов в гостиницу врача
- ✓ Информация о гастролях в городе творческих коллективах
- ✓ Информация о режиме работы учреждений муниципальной и государственной власти
- ✓ И пр.

Также гостиничные услуги делятся на основные и дополнительные

Основные –

- ✓ Предоставление жилого помещения для временного проживания.

Дополнительные –

- ✓ Услуги питания
- ✓ Бытовые услуги
- ✓ Услуги связи
- ✓ Спортивные
- ✓ Медицинские
- ✓ Услуги развлечений

Дополнительные услуги делятся на платные и бесплатные.

Особо следует отметить такую услугу как питание, без этой услуги невозможно представить полноценное пребывание в гостинице. Кроме того, данная услуга предусматривается Правилами предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации. Система предприятий питания, как правило, является структурным подразделением гостиницы и состоит из различных по типу наценочным категориям предприятий общественного питания с разным режимом работы. Среди них преобладают рестораны. Особенности ресторанного хозяйства как структурного подразделения гостиницы –

- ✓ предоставляемые гостиничной клиентуре услуги классифицируются как дополнительные;
- ✓ стоимость услуг по предоставлению гостям завтрака входит в стоимость проживания в гостинице;
- ✓ для предприятий питания существует такой постоянный контингент посетителей как проживающие в гостинице граждане;
- ✓ доля прибыли общественного питания в общей величине прибыли гостиницы обычно бывает значительно выше доли прибыли от других дополнительных услуг.

В целом гостиничные услуги обладают следующими особенностями:

1. ограниченная возможность хранения
2. сезонный характер спроса на услуги гостиничного сервиса
3. взаимосвязь гостиничных услуг и цели поездки
4. широкое участие персонала в производстве услуг (неоднородность, изменчивость качества и ограниченная возможность стандартизации)
5. срочный характер
6. разделение во времени процессов производства и потребления гостиничного продукта в форме услуг
7. непостоянство качества

Особо следует обратить внимание на сезонность спроса и привязанность к определённой территории. Например, курортные гостиницы полностью загружены и получают прибыль лишь 3-4 месяца в году, а в остальное время их деятельность направлена на минимизацию

убытков. В настоящий момент средний коэффициент загрузки гостиниц в России составляет около 57,4 %, в наиболее известных отелях мира – редко превышает 85%. Также особо хотелось бы отметить и 6-ю особенность. Суть её заключается в том, что отдельные гостиничные услуги не связаны с присутствием клиента. Для гостиничного предприятия подобное разделение процессов является необходимостью. Непосредственному обслуживанию здесь должно предшествовать выполнение подготовительных услуг, предназначенных для того, чтобы в определённый момент удовлетворить возникший спрос. Например, постоянная готовность структурных подразделений гостиниц к встрече и обслуживанию гостей вызывает необходимость единовременного присутствия на протяжении суток администратора, портье, носильщика, горничных и других работников. В последнее время для оптимизации гостиниц используется технология бригадной организации с совмещением профессий.

Следующей особенностью является проблема контроля качества. Гостиничная услуга неосвязаема. Трудно определить рекомендуемую норму таких необходимых элементов услуги, как приветливость персонала. Поэтому контроль качества услуги определяется через контроль поведения персонала гостиницы. Кроме того, на качество обслуживания в гостинице оказывает влияние длительность звеньев, которые реализуют их основные услуги, например, регистрация, предварительная оплата и др.

К особенностям гостиничного бизнеса также следует отнести низкую эластичность предложения. Гостиничная индустрия характеризуется высокой фондоёмкостью. В общей структуре фондов гостиниц преобладают основные фонды – здания, оборудование, мебель. Поэтому инвестиции в гостиничный бизнес окупаются медленно, а в случае резкого изменения конъюнктуры возможности диверсификации крайне ограничены, т.к. преобладающая часть средств, инвестированных в этот бизнес, вложена в узкоспециализированные постройки и сооружения, которые сложно использовать в других целях.

Также особенностью гостиничных услуг является комплементарность (сочетаемость) услуг – например предоставление номерного фонда с своевременными коммунальными удобствами и меблировкой вместе с услугой питания (самое малое - завтрак). В настоящий момент практически нет гостиниц, которые бы не сочетали подобные услуги, хотя одна из них является основной, а другая – дополнительной. Сочетаться могут платные и бесплатные услуги. Пункт 4 Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации требует информировать клиента о перечне услуг, входящих в цену номера и о перечне и цене дополнительных услуг.

5. Особенности управления и формы деятельности в мировой индустрии гостеприимства и в России.

Предприятия ИГ имеют общие характеристики, которые определяют природу ИГ. А последняя формирует организационную структуру предприятий, определяет управленческую политику и операции:

- ✓ большое количество предприятий разных размеров и видов разбросаны по стране и миру
- ✓ многие предприятия работают круглосуточно и все дни недели
- ✓ цены фиксированы и высоки, предложение также фиксировано, но существуют их сезонные колебания, зависящие от непредсказуемого спроса
- ✓ ИГ – это индустрия и производства и обслуживания
- ✓ Существуют разные клиенты с различными потребностями и ожиданиями
- ✓ Обслуживание направлено непосредственно к клиенту, а предлагаемый продукт имеет осязаемую и неосязаемую природу
- ✓ Многие операции комбинированы, большинство из них производятся одновременно
- ✓ Требуется высокий уровень координации и часто в сжатые сроки

- ✓ От менеджеров требуется высокий профессионализм и сноровка, особенно в вопросах управления
- ✓ Используется как квалифицированный, так и неквалифицированный труд.
- ✓ Большинство работ малооплачиваемые
- ✓ Персонал чаще всего трудится во внеурочное время
- ✓ Велика доля молодёжного, женского и почасового труда
- ✓ Много работников из других стран
- ✓ Большая текучесть внутри индустрии

Самая главная особенность управления в ИГ заключается в том, что эффективность обслуживания зависит от внимания и заботы персонала к клиенту. Критерием оценки качества продукта является эмоциональная реакция клиента, которая зависит от воспитания и отношения к делу персонала, а также от самого клиента. Кроме того, организации ИГ функционируют в постоянном взаимодействии с окружающей средой. Изменение внешних факторов влияют на их деятельность и обуславливают необходимость учёта этих изменений при разработке стратегии. Большое влияние также имеет и нарастающая глобализация экономики, которая приводит к появлению крупных гостиничных корпораций, охватывающих весь мир, т.е. формируются ТНК и в гостиничном бизнесе.

Список терминов и понятий для запоминания.

1. **Содержание дисциплины ИГ** – уровень и качество услуг гостеприимства, предоставляемых тем или иным средством размещения и другими объектами.
2. **Предмет дисциплины ИГ** - факторы гостеприимства (средства инфраструктуры (дороги, средства коммуникации и т.п.), качество обслуживания в гостиницах, качество предоставляемых коммерческих услуг (магазины туристских товаров), определённый уровень и качество развлечений (парки отдыха, музеи, клубы), сфера питания для туристов (кафе, рестораны) и т.д.)
3. **Индустрия гостиничного сервиса** – важная составная часть всей сферы услуг, представляющая собой совокупность видов деятельности, направленных на обслуживание населения.
4. **Гостиничная услуга** – это результат деятельности специально обученного и подготовленного к работе (в средствах размещения различного назначения и категории) обслуживающего персонала по созданию полезного эффекта в удовлетворении потребностей клиентуры.

Вопросы и задания.

1. Пользуясь дополнительными источниками информации, письменно ответьте на вопросы

1. Перечислите основополагающие принципы Индустрии гостеприимства. _____

2. Перечислите и дайте краткую характеристику основным технологиям, применяемым в гостиничном бизнесе (не менее 3-х)

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and extend across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

3. Сформулируйте основные проблемы гостиничного сервиса в России.

[illegible]

2. Выберите правильный ответ

1. Правильное соотношение понятий и признаков:

1. материальные услуги 2. дополнительные услуги	а. Предоставления в номер той или иной техники (например, компьютер) б. Информация о гастролях в городе творческих коллективах в. Услуги развлечений
--	--

Таблица ответов:

Вид услуги	1	2
Пример услуги (выбрать из второго столбца)		

2. Материальной базой туризма являются
- ☐ Экономическая инфраструктура
 - ☐ Законодательство в сфере туризма
 - ☐ Средства размещения туристов
 - ☐ Рекреационное пространство
3. Социальное значение индустрии гостеприимства проявляется в
- ☐ организации досуга людей
 - ☐ обеспечении занятости населения
 - ☐ развитии смежных отраслей бизнеса и сервиса
 - ☐ реализации туристского потенциала
4. Культурное значение индустрии гостеприимства проявляется в
- ☐ организации культурно-познавательных, спортивных, деловых связей между регионами и странами
 - ☐ обеспечении занятости населения
 - ☐ развитии смежных отраслей бизнеса и сервиса
 - ☐ реализации туристского потенциала
5. Совокупность разнообразных видов деятельности, направленных на обслуживание туристов в средствах размещения – это ...
- ☐ Экскурсионная деятельность
 - ☐ Рекреационная деятельность
 - ☐ Индустрия гостиничного сервиса
 - ☐ Туристическая деятельность
6. Услуги питания, предоставляемые в гостинице, относятся к ...
- ☐ Основным
 - ☐ Дополнительным
 - ☐ Социокультурным
 - ☐ Специальным
7. Средства инфраструктуры соотносятся с индустрией гостеприимства как
- ☐ Дополнительная услуга средств размещения
 - ☐ Фактор гостеприимства
 - ☐ Социокультурная услуга
 - ☐ Материальная база туризма
8. Результат деятельности специально обученного и подготовленного к работе в средствах размещения различного назначения и категории обслуживающего персонала по созданию полезного эффекта в удовлетворении потребностей клиентуры – это ...
- ☐ Гостиничная услуга
 - ☐ Туристский продукт
 - ☐ Рекреационный ресурс
 - ☐ Экскурсионное обслуживание

Тема 1. История развития мировой гостиничной индустрии

В результате изучения данной темы необходимо...

иметь представление

- ✓ о принципах развития мировой гостиничной индустрии;
- ✓ об основных тенденциях развития мировой гостиничной индустрии.

знать

- ✓ принципы организации гостиничной индустрии в мире;
- ✓ методы организации гостиничной индустрии в России.

уметь:

- ✓ оценивать качество гостиничных услуг с точки зрения мировых стандартов.
- ✓ определять перспективы гостиничной индустрии в мире и России.

Содержание темы.

План:

1. Гостиничная индустрия Европы.
2. История гостиничной индустрии США.
3. Гостиничная индустрия России. Правовое регулирование гостиничной деятельности в России.
4. Гостиничные цепи, независимые и франчайзинговые гостиницы.
5. Развитие гостиничной индустрии на современном этапе. Глобальные тенденции и перспективы развития гостиничной индустрии.
6. Технологии в гостиничном бизнесе.

1. Гостиничная индустрия Европы.

История возникновения гостиниц связана со всевозможными путешествиями, поездками, совершавшимися людьми по различным причинам. Вплоть до Новейшего времени путешествия были связаны с большим риском, и люди шли на него не ради собственного удовольствия: купцы торговали и стремились к получению прибыли, паломников влекла в дорогу вера, учёных-исследователей – познание окружающего мира.

Упоминание слова «гостиница» встречается уже в Священном писании. Иисус Христос родился в пещере, т.к. в самой гостинице не было мест.

Издавна гостиничное дело и туризм связаны как две области общественной жизни неразрывно связаны между собой.

Массовые поездки купцов, подмастерьев, духовенства, а также многочисленных в Средние века пилигримов и паломников, способствовали развитию гостиничного дела в Европе. Сначала приют странников был делом бесплатным, ради любви к ближнему. Этот приют обеспечивали монастыри, церковные организации, княжеские дворы. Основным юридическим актом гостиничного дела в Средневековой Европе был эдикт Карла Великого (768-814гг), налагавший на монастыри и церкви обязанность содержания «госпициев», предоставляющих путешественникам ночлег, питание, лечебную помощь и ванну. Самое большое распространение эти «**госпиции**» получили в Швейцарии, которая с тех пор является законодательницей мод и традиций в гостиничном деле.

В целом в Европе гостиничным делом долгое время занимались монастыри. Расценки на комнаты не было, однако всегда было принято платить пожертвования монастырям. Часто бывало, что монастырский охранник также распоряжался и помещениями для гостей. Следует отметить, что уже в то время церковь управляла первой «гостиничной цепью» в современном понимании гостиничного бизнеса.

Со временем бесплатный приют начинает превращаться в специальные, рассчитанные на доход предприятия. Эти учреждения со временем в результате роста потребностей путешественников и по мере происходящего технического прогресса принимали всё более новые и разнообразные формы.

Изначально основной целью путешествий было паломничество. Уже с 4 века встречаются путеводители к Священным местам с указанием храмов, а также постоянных дворов или госпициев, в которых паломники могут найти временный приют. Во время Крестовых походов возрождается практика постоянных дворов, принятая ещё в Древнем Риме. В Италии даже формируются гильдии (купеческие объединения), контролировавшие деятельность приютов, госпициев и постоянных дворов.

Чёткую хронологию дальнейшего развития гостиничного дела можно проследить на примере Англии. Английское законодательство провозгласило гостиницы общественными заведениями и наложило на их владельцев ответственность за благополучие путешественников. Владелец гостиницы не только имел право принимать постояльцев, но и нес определённые обязанности по созданию условий их безопасности. Самые ранние гостиницы Англии придерживались традиций пивных. Хмель, привязанный к колу, для всех это было знаком того, что внутри продавался эль. Зелёная ветвь означала, что в продаже есть яблочное вино.

Гостиницы строились в крупных городах и на перекрёстках, около переправ. Здания были больше похожи на пристанища с минимум мебели. На земляной пол бросали ветви растений (тростник), вдоль стен раскладывали матрацы. Пропитание было личным делом постояльца.

К 15 веку появляются гостиницы, имевшие по 20-30 комнат. Георгиевская гостиница имела винный подвал, кладовую, кухню, комнату для хозяев, имелся и специальный работник, присматривавший за лошадьми. Номера назывались в честь известных людей, городов или просто тех или иных титулов (Лондон, Оксфорд, Сквайр, Граф и т.п.) Гостиницы узнавались по вывескам, а не по названиям, т.к. многие не умели читать.

В конце 18 века названия некоторых гостиниц стали содержать слово «оружие». Это означало, что гостиница находится под покровительством или охраной какого-либо дворянского рода. Некоторые геральдические знаки принадлежали владельцам земли, в пределах которой располагалась гостиница. В это же время гостиницы начинают предоставлять те или иные дополнительные услуги – конюшня и содержание коня, рассылка писем посыльными и т.п. Многие странствующие труппы актёров давали свои представления во дворах гостиниц. Во многих дворах гостиниц были лужайки для игры в мяч, многие гостиницы имели собственные пивоварни. В середине 17 века некоторые гостиницы стали выпускать неофициальные денежные знаки, которые владельцы гостиниц гарантировали выкупать за деньги королевства. Большое развитие гостиничное дело получило после религиозной реформы Генриха 8 Тюдора, который запретил монастыри, и вся деятельность, связанная с приютом путешественников была возложена на гостиницы.

Также с 17 века английские гостиницы стали своеобразным центром развития спорта. Здесь собирались игроки в бильярд, дартс, домино. Во дворах гостиниц часто проходили петушиные и собачьи бои. Здесь также собирались любители соколиной охоты, рыбалки, бокса.

Существенные изменения в развитии гостиничного дела происходят в 19 веке. Во Франции с 19 века в моду входит понятие «**Отель**», что означает городской дворец магната. Такое наименование давали зданиям дворцового типа – т.е. это были шикарные гостиницы для представителей высшего сословия. Из старинных отелей в Париже (всего насчитывается более 100) самыми интересными являются отель Карнавале и отель Ключи. Всё это говорит о возросших запросах богатой гостиничной клиентуры.

Именно в 19 веке появляются огромные гостиничные комбинаты с фешенебельными ресторанами и кафе. Расширяется сеть курортов и пансионатов. Гостиничное дело из ремесла превращается в важную отрасль экономики, которая приносит довольно большие прибыли.

Приток состоятельных американцев в Европу меняет традиционную культуру гостиничных услуг: они приобретают всё более и более унифицированный характер. Именно тогда в обиход входят английские слова *экспресс*, *комфорт*, *дизайн*. С конца 19 века в Европе (пр. вс. В Швейцарии) начинают строить современные гостиницы с высоким уровнем. Изначально основной целью путешествий было паломничество. Уже с 4 века встречаются путеводители к Священным местам с указанием храмов, а также постоялых дворов или госпициев, в которых паломники могут найти временный приют. Во время Крестовых походов возрождается практика постоялых дворов, принятая ещё в Древнем Риме. В Италии даже формируются гильдии (купеческие объединения), контролировавшие деятельность приютов, госпициев и постоялых дворов.

Чёткую хронологию дальнейшего развития гостиничного дела можно проследить на примере Англии. Английское законодательство провозгласило гостиницы общественными заведениями и наложило на их владельцев ответственность за благополучие путешественников. Владелец гостиницы не только имел право принимать постояльцев, но и нес определённые обязанности по созданию условий их безопасности. Самые ранние гостиницы Англии придерживались традиций пивных. Хмель, привязанный к колу, для всех это было знаком того, что внутри продавался эль. Зелёная ветвь означала, что в продаже есть яблочное вино.

Гостиницы строились в крупных городах и на перекрёстках, около переправ. Здания были больше похожи на пристанища с минимум мебели. На земляной пол бросали ветви растений (тростник), вдоль стен раскладывали матрацы. Пропитание было личным делом постояльца.

К 15 веку появляются гостиницы, имевшие по 20-30 комнат. Георгиевская гостиница имела винный подвал, кладовую, кухню, комнату для хозяев, имелся и специальный работник, присматривавший за лошадьми. Номера назывались в честь известных людей, городов или просто тех или иных титулов (Лондон, Оксфорд, Сквайр, Граф и т.п.) Гостиницы узнавались по вывескам, а не по названиям, т.к. многие не умели читать.

В конце 18 века названия некоторых гостиниц стали содержать слово «оружие». Это означало, что гостиница находится под покровительством или охраной какого-либо дворянского рода. Некоторые геральдические знаки принадлежали владельцам земли, в пределах которой располагалась гостиница. В это же время гостиницы начинают предоставлять те или иные дополнительные услуги – конюшня и содержание коня, рассылка писем посыльными и т.п. Многие странствующие труппы актёров давали свои представления во дворах гостиниц. Во многих дворах гостиниц были лужайки для игры в мяч, многие гостиницы имели собственные пивоварни. В середине 17 века некоторые гостиницы стали выпускать неофициальные денежные знаки, которые владельцы гостиниц гарантировали выкупать за деньги королевства. Большое развитие гостиничное дело получило после религиозной реформы Генриха 8 Тюдора, который запретил монастыри, и вся деятельность, связанная с приютом путешественников была возложена на гостиницы.

Также с 17 века английские гостиницы стали своеобразным центром развития спорта. Здесь собирались игроки в бильярд, дартс, домино. Во дворах гостиниц часто проходили петушиные и собачьи бои. Здесь также собирались любители соколиной охоты, рыбалки, бокса.

Существенные изменения в развитии гостиничного дела происходят в 19 веке. Во Франции с 19 века в моду входит понятие «**Отель**», что означает городской дворец магната. Такое наименование давали зданиям дворцового типа – т.е. это были шикарные гостиницы для представителей высшего сословия. Из старинных отелей в Париже (всего насчитывается более 100) самыми интересными являются отель Карнавале и отель Ключи. Всё это говорит о возросших запросах богатой гостиничной клиентуры.

Именно в 19 веке появляются огромные гостиничные комбинаты с фешенебельными ресторанами и кафе. Расширяется сеть курортов и пансионатов. Гостиничное дело из ремесла превращается в важную отрасль экономики, которая приносит довольно большие прибыли.

Приток состоятельных американцев в Европу меняет традиционную культуру гостиничных услуг: они приобретают всё более и более унифицированный характер. Именно тогда в обиход входят английские слова *экспресс*, *комфорт*, *дизайн*. С конца 19 века в Европе (пр. вс. В Швейцарии) начинают строить современные гостиницы с высоким уровнем комфортности. Появляются поистине роскошные отели со звучными именами Бристоль, Метрополь, палас, Саввой, Гранд-отель. Конец 19 века сочетал в себе две тенденции –

1. традиции старой Европы
2. новые запросы индустриального общества.

Соответственно складываются разные представления о комфорте в гостинице. Приверженцев традиций технические новшества, стандартизированные услуги по обеспечению комфорта иногда просто раздражали. Путешественнику «романтического периода», для которого путешествие отвечает внутренней познавательной или эстетической цели, гостиничный комфорт не так важен, как для участника увеселительной поездки, заплатившего деньги, прежде всего за удобство и качество услуг. Для него гостиничные услуги – это товар, качество которого должно соответствовать цене.

В 19 веке гостиничный бизнес начинает действовать как самостоятельный фактор развития туризма. Повышение качества и надёжности транспортных перевозок в совокупности с их удешевлением обусловили увеличение потока путешественников. Соответственно повсеместно стали открываться предприятия, обслуживавшие огромное количество путешественников. В Германии в 1913 году существовало около 90 тыс гостиниц.

2. История гостиничной индустрии США.

В Америке первый постоялый двор открылся в 1607 году. Американские гостиницы очень многое восприняли от английских гостиниц. Это были однотипные строения. Как и в Европе, это было одновременно и жилой дом для хозяев, и временный приют для постояльцев. В 1794 году появилась первая коммерческая гостиница. Первый отель высокого уровня «Тремонт» появился в 1829 году и стал детонатором гостиничного бума в США. К концу 19 века в США в основном были распространены два типа гостиниц –

1. Большие и роскошные
2. маленькие и устаревшие

В начале 20 века преобладали гостиница для бизнесменов и коммерсантов. В 1908 году Элсворт Статлер построил гостиницу «Буффало Статлер», которая стала новым словом в гостиничном бизнесе – это был новый принцип предоставления клиентам максимальных удобств.

Особого развития гостиничная индустрия достигла в 20-е гг 20 века. Именно в этот период начинает свою деятельность Конрад Хилтон. В 30-е гг, годы Великой Депрессии, гостиничный бизнес приходит в упадок. Подъём начинается в годы Второй мировой войны, что было связано с большим количеством переездов по стране.

В 50-е гг в США появляются мотели. Один из первых отелей для автомобилистов появляется в 1952 году. Появление мотелей было связано с техническим прогрессом и новым образом жизни путешествий на автомобилях. Эта новая традиция приживалась с трудом, многие владельцы гостиниц старого типа не могли конкурировать с более удобными и достаточно дешёвыми для семей разного достатка мотелями, не обходилось без поджогов и убийств. В 60-е гг. владельцы мотелей были приняты в Американскую Гостиничную Ассоциацию.

Именно американские владельцы гостиничного бизнеса начинают развивать и международные связи. В 1948 авиакомпания «Пан-Америкэн» открыла несколько отелей в разных городах мира. Эту тенденцию продолжил и Хилтон. До конца 80-х гг на международном рынке гостиничных услуг господствовали американские гостиничные комплексы – Мариотт, Рамада, Шератон, Редиссон. Этот процесс продолжается и в современности, но не столь высокими темпами как раньше.

Особенность американской ИГ – огромное количество гостиниц самого разного уровня и типа. По статистике на 1977 год на 10 тыс. жителей в США приходилось 4 гостиничных предприятия, это самый высокий показатель в мире.

Другая особенность заключается в создании роскошных гостиничных комплексов, которые предоставляют разнообразные услуги клиентам на самом высоком уровне. При сооружении отелей обязательными стали такие элементы, как плавательные бассейны открытого и закрытого типа, сауны, солярии, спортивные залы с тренажёрами, кабинеты массажа, косметические салоны, бары, ночные клубы. Неотъемлемыми условиями в отелях высокого класса стали кондиционеры с индивидуальным контролем, домашние кинотеатры в номерах, индивидуальная сигнализация, новейшие средства связи и т.п.

Возрастание роли современного отеля как места проведения конгрессов и конференций потребовало соответствующего усложнения технических характеристик. Так, отели Шератон имеют конференц-залы на тысячи мест, которые имеют систему синхронного перевода, беспроводные микрофоны, проекторы и другое оборудование.

Также американские гостиницы стали пионерами в такой технологии как электронная система управления резервированием мест. Эта система, разработанная специально для гостиничного сервиса, обеспечивает выполнение ключевых операций, таких как распределение номеров, контроль за использованием телефонов, проверка счетов и т.п.

Рост технической оснащённости предприятий гостиничного бизнеса привёл к тому, что многие отрасли промышленного производства стали специализироваться на выпуске продукции для гостиниц. Это свидетельствует об огромном коммерческом потенциале гостиничного бизнеса. С 1958 по 1967 стоимость отгрузок техники для гостиниц возросла с 5000 тысяч до 10,5 млн. долларов.

С другой стороны использование разнообразных технических средств в гостиничном сервисе потребовало применение квалифицированного труда. Однако автоматизация ряда гостиничных операций явилась одним из удачных решений проблемы найма обслуживающего персонала.

Американская ИГ стала также одной из первых готовить специалистов в гостиничном хозяйстве – с 20-х гг издаётся специальная литература, учебники, периодические издания. Стали открываться специальные учебные заведения и факультеты в колледжах и университетах – школа управления гостиницами при Корнельском Университете (4 года обучения).

1. Гостиничная индустрия России. Правовое регулирование гостиничной деятельности в России.

С 11 века в русском языке прочно закрепляется слово «гость», означающее «приезжий купец». Именно они нуждались в объектах временного проживания. Путешествиям иностранных гостей на Руси придавалось большое значение. Иностранные гости пользовались особым уважением и принимались весьма гостеприимно, о чём имеются различные исторические свидетельства. Изначально в связи с развитием торговых связей с Китаем и арабскими странами (через Волжскую Булгарию и Хазарский каганат) на Руси по аналогии с этими странами стали появляться караван-сарай. Это своеобразные станции, располагавшиеся друг от друга через 20-25 км.

В 13 веке на территории Руси, оказавшейся под властью Золотой Орды появляются ямбы. Своеобразные почтовые станции, где путешественники могли поменять лошадей, а также переночевать. Обустроены они были весьма роскошно, как пишет в своих путевых

заметках М.Поло: шёлковые постели, сменное чистое бельё, еда и т.п. услуги. В каждом ямбе, естественно был смотритель, следивший за лошадьми и принимавший гостей. После освобождения от татаро-монгольского ига на Руси остались подобные станции, и даже долгое время назывались ямы (производное от ямбы), а те, кто управлял лошадьми в качестве наёмного временного слуги так и стали называться ямщиками (от слова яма).

Более высокий уровень комфорта могли получить путешествующие по России в гостиных дворах. Изначально под гостиним двором на Руси понимался центр оптовой торговли. Но приезжие иностранные купцы, нуждавшиеся в гостиницах, проживали именно в гостиных дворах. Быт и обслуживание в гостиных дворах был налажен на самом высоком уровне. Они в основном использовались как средство размещения только для иностранных гостей.

Гостиничное дело в провинции.

Наиболее яркое представление о дальнейшем развитии гостиничной индустрии даёт история развития гостеприимства в русской провинции. Наиболее типичным примером гостиничной индустрии в России того периода являлась Екатеринодарская область. Первое письменное упоминание о средствах размещения здесь – это предписание Черноморской войсковой канцелярии от 1801 года предписание о строительстве почтовых станций, предназначенных для предоставления ночлега для приезжих. О комфорте в этих станциях говорить не приходится – они выполняли функцию ночлега, основной же обязанностью станций было обеспечение путников лошадьми.

Также помимо станций услуги предоставления средств размещения выполняли трактиры, которые также предоставляли и другие дополнительные платные услуги, прежде всего, связанные с развлечением. Деятельность трактиров не имела регламента, и иногда подобные заведения нарушали законы.

Гостиничный бизнес и гостиничный сервис стал развиваться в конце 19 века, что было связано с экономическим процветанием и подъёмом. На Кубани стали появляться клубы, которые обеспечивали высокий уровень комфорта и развлечений гостям. Одна из первых гостиниц высокого класса на Кубани – это гостиница «Централь», имевшая 50 шикарно обставленных номеров, прекрасный ресторан и оркестр с живой музыкой.

С 1913 года гостиничный бизнес в Екатеринодаре строился уже по всем законам европейского стиля. Гостиницы «Большая Московская», «Метрополь», «Националь» и др. владели приёмами гостеприимства, создавали настоящие шоу-программы, получая при этом большие прибыли.

Развитие гостиничной индустрии в России после революции 1917 года.

Декретом СНК от 1918 все гостиницы были национализированы. Трудное экономическое и социальное положение вынуждало власти передавать часть номерного фонда гостиниц по квартиры. Общее положение России в этот период – голод, нищета, разруха. Естественно, что ни о каком туристическом бизнесе и речи не было. Годы Гражданской войны разрушили все отрасли экономики, прежде всего, гостиничный бизнес и сервис.

Тем не менее, уже с конца 20-х гг. советское руководство стало задумываться о развитии международных отношений и о развитии сферы внутреннего туризма. Поэтому в 1937 году было принято решение о расширении гостиничного фонда за счёт реконструкции старых гостиниц и строительства новых. Советские гостиницы этого периода были неблагоустроенны, сервиса как такового не было. И только единичные гостиницы отвечали всем требованиям международного гостиничного сервиса, как правило такие гостиницы были предназначены пр.вс. для иностранцев. Такова, например, гостиница «Москва» (построена в 1935 по проекту академика А.А.Щусева). В целом гостиничные услуги в СССР были убыточными.

Законодательные основы гостиничного хозяйства в России.

К законодательным основам, регулирующим деятельность гостиничного хозяйства в России, относятся:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (части первая, вторая и третья) (с рядом изменений, вносившихся в течение 1996-2004 гг.), определяющий основные права и обязанности предпринимателей, обеспечивающий и защищающий экономические и личные права граждан, устанавливающий правила об имущественном и рыночном обороте.

2. Налоговый кодекс Российской Федерации — часть первая от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ и часть вторая от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ (с рядом изменений, вносившихся в течение 1999-2004 гг.), определяющий финансовые обязательства перед государственными органами, муниципальными учреждениями.

3. Постановление Правительства РФ от 25 апреля 1997 г. № 490 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями от 2 октября 1999 г., 15 сентября 2000 г.). В нашей стране данное постановление является основным нормативным документом для таких предприятий, как гостиница.

4. Приказ Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации от 21 июня 2003 г. № 197 «Об утверждении Положения о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения», устанавливающий цели, организационную структуру и порядок проведения работ в Системе классификации гостиниц и других средств размещения по категории («без звезд», «одна звезда», «две звезды», «три звезды», «четыре звезды», «пять звезд»).

5. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями от 10 января 2003 г., 22 августа 2004 г.), определяющий принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристического рынка в РФ, регулирующий отношения, возникающие при реализации прав граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий.

6. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (с изменениями и дополнениями, вносившимися с 1993 по 2004 гг.), регулирующий отношения между потребителями и исполнителями, устанавливающий права потребителей на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни и здоровья, получение информации о товарах (работах, услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах).

7. Федеральный закон от 8 августа 2001 г. № 128-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» (с изменениями и дополнениями, вносившимися с 2002 по 2004 гг.).

8. Федеральный закон от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании».

9. Федеральный закон от 18 июля 1995 г. № 108-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями от 18 июня, 14, 30 декабря 2001 г., 20, 22 августа, 2 ноября 2004 г.).

10. Постановление Правительства РФ от 15 августа 1997 г. № 1036 «Об утверждении Правил оказания услуг общественного питания» (с изменениями и дополнениями от 21 мая 2001 г.).

11. Санитарно-эпидемиологические правила, утвержденные постановлением Главного государственного санитарного врача РФ от 14 ноября 2001 г. № 36 (с изменениями и дополнениями от 31 мая, 20 августа 2002 г., 15 апреля 2003 г.).

12. Международная гостиничная конвенция касательно заключения контрактов владельцами гостиниц и турагентами, вступившая в силу 15 июня 1979 г., призванная

регулировать подписание и исполнение гостиничных контрактов международного характера.

13. Международные гостиничные правила, одобренные советом Международной гостиничной ассоциации 2 ноября 1981 г., призванные информировать гостя и владельца гостиницы об их взаимных правах и обязанностях.

4. Гостиничные цепи, независимые и франчайзинговые гостиницы.

Гостиничная цепь – это группа гостиниц (от 2 до 1000), осуществляющая коллективный бизнес и находящаяся под непосредственным контролем руководства цепью. Преимущества от любой прибыли получает руководство цепи, но оно же несёт и всю ответственность за операционные потери. Формирование гостиничных цепей способствует продвижению на рынок гостиничных услуг (не только местный, региональный, но и мировой), высокие стандарты обслуживания клиентуры. Самое большое количество цепей принадлежит США, и всем им свойственны разные классы обслуживания.

Международные гостиничные цепи получают широкое распространение после Второй мировой войны. Первая международная гостиничная цепь «Хилтон» была обязана своим созданием американской авиатранспортной компании «Пан Америкэн». Поскольку в странах Латинской Америки, куда самолеты компании совершали перелеты, не было гостиниц того уровня, к которому привыкли американские бизнесмены, возникла идея построить в эти страны отели с одинаковым уровнем услуг соответствующего класса. Например, отель «Хилтон» в Буэнос-Айресе по сервису не должен был отличаться от отеля «Хилтон» в Нью-Йорке.

В настоящее время в мире действуют десятки международных гостиничных цепей. Среди них можно упомянуть «Холидей Инн», «Чойс», «Бест Вестерн», «Марриотт», «Хилтон», «Шератон» и др.

В мировой практике сформировалось несколько моделей организации гостиничного бизнеса.

Модель Ритца – в основе модели используются устоявшиеся давние европейские традиции изысканности и аристократизма. Модель Ритца получила свое наименование в память швейцарского предпринимателя Цезаря Ритца, в честь которого названы многие престижные отели мира. Основное внимание в этих отелях уделяется поддержанию европейских традиций изысканности и аристократизма (к ним относится, например, «Палас-Отель» в Москве), но в настоящее время эта модель переживает кризис.

Модель Уилсона - в основе модели – избирательный подход и гибкость в построении отношений и обслуживании клиентуры. Устанавливаются высокие стандарты в гостиницах цепи. Важные требования гостиничной цепи, организованной по этой модели, включают: единство стиля (архитектуры, интерьера) обозначений и внешней информации; быстроту регистрации клиентов; наличие номеров, предусмотренных для постоянных клиентов; завтрак «шведский стол»; наличие конференц-холла; гибкую систему тарифов; единые управление, маркетинг и служба коммуникаций.

«Добровольные гостиничные цепи» - подобие ассоциаций гостиниц, объединённых договором, У гостиниц, входящих в эту модель сохраняется финансово-экономическая и управленческая самостоятельность. В добровольные гостиничные цепи (типа «Best Western», «Romantic Hotels») независимо от страны расположения под единой торговой маркой объединяются гостиницы, выдерживающие определенные наборы и стандарты услуг. Гостиницы платят взносы в единый фонд, средства которого идут на рекламные и маркетинговые цели по продвижению продукта. При этом полностью сохраняется финансовая и управленческая самостоятельность каждой гостиницы.

Практика выработала интеграцию и сочетание моделей. Так возникли гостиничные консорциумы, объединяющие отели и небольшие гостиничные группы разного класса: «Best Western Hotels», «Romantic Hotels & Restaurants», российская компания «Best Eastern Hotels». Консорциумы, не навязывая собственных стандартов сервиса, способствуют продвижению отелей на международные рынки, представляют их интересы в системах резервирования. Гостиницы, вошедшие в консорциум, должны платить установленный процент прибыли или фиксированные ежегодные отчисления. Среди российских отелей в международные консорциумы входят «Art Hotels» («Best Western Hotels») и «Аэростар» («Supranational Hotels»).

Семейства или ассоциации («The Leading Hotels of the World», «Preferred Hotels & Resorts Worldwide», «Small Luxury Hotels of the World» и др.) объединяют отели, отвечающие определенным требованиям. Гостиница получает маркетинговую систему продаж, а также известный бренд и привлекательный имидж. Ассоциации жестко контролируют соблюдение своих стандартов, но не вмешиваются в управление отелем, хотя оставляют за собой право исключения его из своих рядов в случае грубых нарушений корпоративных норм. Оплата услуг таких компаний складывается из фиксированного ежегодного членского взноса, не зависящего от текущих доходов отеля, и комиссионного вознаграждения за осуществление услуг бронирования. В ассоциацию «The Leading Hotels of the World» («Лучшие отели мира») входят четыре российских отеля — «Националь», «Балчуг Кемпински», «Астория» и «Гранд Отель Европа Кемпински».

На отечественном рынке гостиничных услуг успешно осуществляют свою деятельность гостиницы, входящие в международные гостиничные цепи. Например, такие известные гостиницы как «Лазурная» и «Славянская» входят в гостиничную цепь Редиссон.

Гостиничные объединения могут быть образованы по принципу франчайзинга, существуют десятки вариантов сотрудничества между франчайзинговой сетью и гостиницей, различающихся взаимными обязательствами.

Франчайзинг — такая организация бизнеса, когда компания (франчайзер) осуществляет продажу бизнеса, предприниматель или компания (франчайзи) осуществляет покупку бизнеса, т.е. приобретает готовый бизнес (франшизу) в виде права на продажу и/или производство продукта и услуг франчайзера, а также соответствующей бизнес-системы.

Существует несколько вариантов сотрудничества между франчайзинговой сетью и гостиницей, различающихся взаимными обязательствами.

Франшизная гостиница может управляться самостоятельно, без непосредственного контроля со стороны администрации цепи. В договоре франшизы администрация цепи (франчайзер) предоставляет франшизной гостинице (франчайзи) право на использование символа (марки), ноу-хау и системных структур цепи (в организации деятельности, управлении, обучении персонала, снабжении и т.п.), а франшизная гостиница обязана оплатить эти права путем первоначального взноса за франчайзинг (стоимость покупки франчайзинга) и периодических платежей (вознаграждений за франчайзинг).

Франчайзинговый договор по продаже лицензии на использование торговой марки и прав на участие в системах сбыта и маркетинга сети считается одним из наиболее успешных в мировой практике («Марриотт Гранд», «Марриотт Ройал», «Марриотт Тверская» (Marriott), «Националь» (Le Royal Meridien), «Виноградове» (Holiday Inn) и др.). При этом оператор не управляет гостиницами и не изменяется собственник. Так, московские отели «Marriott» управляются американской компанией «Interstate», а «Националь» остается муниципальным предприятием.

Франчайзинг может базироваться на контракте на управление, включающем несколько договоров — на использование торговой марки, на предоставление персонала и ноу-хау, на участие в системах бронирования, на техническое обслуживание и т.д. В качестве примера можно назвать «Шератон Невский Палас». Сеть принимает

обязательства по внедрению эффективной модели менеджмента в отеле, и ее вознаграждение напрямую зависит от достигнутого уровня доходов гостиницы.

Наиболее распространен вариант договора, по которому оплата услуг отельного оператора складывается из вступительного взноса (для высокочассных отелей 100—150 тыс. долл.), роялти (4—8 % валовой операционной прибыли), отчислений на маркетинговые цели и комиссионных за использование каналов сбыта.

В России получила распространение практика создания совместных предприятий («Рэдиссон САС Славянская», «Балчуг Кемпински», «Марко Поло Пресня», «Новотель Шереметьево», «Шератон Палас» и др.). В этом случае сеть становится одним из инвесторов проекта, вкладывает свой капитал и технологии на условиях участия в прибылях отеля.

Согласно перечисленным выше моделям организации, выделяют следующие разновидности гостиниц по характеру взаимоотношений между владельцем (предпринимателем, собственником) гостиницы (группой гостиниц) и управленческим звеном гостиницы:

1. **Независимые гостиницы**, находящиеся во владении, распоряжении и пользовании владельца –
 - ✓ управляемые самим владельцем;
 - ✓ управляемые с помощью нанимаемых специалистов-менеджеров или нанимаемой (по договору) специализированной управленческой компанией, в том числе имеющей собственный торговый знак или знак обслуживания; причем последнее не влечет за собой изменения статуса гостиницы как независимой по отношению к другим субъектам рыночных отношений;
2. **Гостиницы, входящие в гостиничные цепи** (объединения), которые различаются в зависимости от условий вхождения в эти объединения:
 - ✓ гостиницы, являющиеся полноправными членами цепей, объединенных общей собственностью владельцев, осуществляющих коллективный бизнес, и гостиницы, управляемые администрацией цепи — представителями собственников. Руководство (администрация) цепи несет полную ответственность за результат бизнеса и управления и, следовательно, имеет полное право на получение прибыли;
 - ✓ гостиницы, являющиеся ассоциированными (присоединившимися) членами цепи, принимают участие в бизнесе на основе договора франшизы;
3. **Гостиницы, входящие в объединение гостиниц на условиях контрактного управления ими** (их собственностью) со стороны профессиональной гостиничной компании (гостиничного оператора), получающей от владельца операционное вознаграждение за эту деятельность.
4. **гостиницы, входящие в объединение гостиниц на комбинированных условиях;**
5. **гостиницы, входящие в ассоциации независимых гостиниц.** Гостиницы, входящие в ассоциации, сохраняя полную независимость во всем, в том числе в проведении коммерческих операций и маркетинговой политики, часто имеют единый товарный знак и за участие в ассоциации платят взносы (вступительный — за товарный знак, ежемесячные — за рекламу и систему бронирования — информирования).

5. Развитие гостиничной индустрии на современном этапе. Глобальные тенденции и перспективы развития гостиничной индустрии.

Гостиничная индустрия на современном этапе играет огромную роль в развитии туристического бизнеса. Для современного потребителя определяющим аспектом отдыха является комфорт и разнообразные развлечения, что, прежде всего, связано с индустрией гостеприимства.

В настоящее время гостинично-туристский бизнес как составляющая часть внешнеэкономической деятельности каждого из государств мирового сообщества является одной из крупнейших и высокодоходных отраслей мировой экономики. К началу XXI в. гостинично-туристский бизнес по экономической эффективности вышел на первое место в мире, значительно опередив лидеров мировой торговли — автомобильную и нефтегазовую сферы экономики.

Тем не менее, как и все отрасли экономики гостинично-туристский бизнес имеет ряд проблем. Для эффективного функционирования гостиничного предприятия необходимо совершенствовать организацию и планирование производственно-хозяйственной деятельности, разрабатывать новые экономические подходы и решать периодически возникающие проблемы, в том числе:

- ✿ быстро менять перечень основных услуг, приспосабливаясь к запросам различных групп потребителей этих услуг;
- ✿ расширять перечень дополнительных услуг;
- ✿ постоянно повышать эффективность производства услуг, укреплять их конкурентоспособность;
- ✿ совершенствовать организацию сбыта гостиничного продукта (услуг) путем исследования рынка, стимулирования объема продаж.

Основные тенденции в развитии гостиничного бизнеса:

- ✿ Современная гостиница представляет собой целый комплекс, предлагающий клиенту достаточно многообразные услуги;
- ✿ Перечень стандартных услуг возрастает;
- ✿ Постепенно повышаются требования к гостинице, возрастает количество критериев для определения той или иной категории гостиницы;
- ✿ Повышается качество услуг;
- ✿ В связи с конкуренцией постоянно ведётся разработка нового гостиничного продукта (услуги)
- ✿ На современном этапе практически все гостиницы объединены в те или иные ассоциации.

6. Технологии в гостиничном бизнесе.

Специальные маркетинговые программы гостиниц и введение новых технологий сегодня стали неотъемлемой частью их корпоративной политики и залогом успешного ведения бизнеса.

Менеджмент отеля всегда стремится найти и предложить клиентам новые виды услуг. Разработка новых продуктов является необходимым условием развития любого гостиничного предприятия. Это связано со следующими факторами...

- ✿ Все существующие продукты имеют свойство устаревать, т.е. спрос на них с течением времени падает;
- ✿ Успешная новинка, предложенная отелем на рынке, позволяет ему приобрести конкурентные преимущества;
- ✿ С течением времени меняются вкусы и предпочтения гостей, которые с интересом воспринимают появление нового предложения;
- ✿ Под воздействием политических, экономических, технологических, социально-культурных и других изменений в обществе меняются и сам рынок, и его структура. Успех возможен лишь за счет своевременной адаптации отелем своей продуктовой политики к потребностям меняющегося рынка.

Новые гостиничные продукты можно разделить на три типа:

- 1) *имитация* — продукты, новые для данного отеля, но не для рынка;
- 2) *видоизмененные* — обновленные уже существующие продукты;

3) *подлинные новинки* — уникальные продукты, в которых рынок испытывает действительную потребность.

Как свидетельствует опыт гостиничных нельзя все время ограничиваться совершенствованием уже существующих услуг и продуктов. Только по-настоящему новые продукты и услуги, ориентированные на незанятые участки рынка, могут принести гостиничному предприятию высокую отдачу. При этом новинки должны опираться на реальные возможности и ресурсы гостиницы.

Ориентация гостиничного предприятия на разработку и вывод на рынок новых продуктов требует использования передовых технологий обслуживания.

Передовая технология обслуживания — это совокупность всех существующих и применяемых отелем организационных, технологических, маркетинговых, финансовых, кадровых и других инструментов, методов и способов ведения бизнеса.

Примерами простейших технологий в гостиничном бизнесе могут служить технологии уборки номеров, приготовления различных блюд в ресторанах, стандарты сервировки, манера обращения с гостями, стандарты телефонного этикета, способы продвижения услуг на рынок и т.д.

Все многообразие технологий можно разделить на базовые, ключевые и ведущие.

Базовые технологии обслуживания являются основой ведения гостиничного бизнеса, но это не источник конкурентных преимуществ. Как правило, они широко известны, легко доступны и используются абсолютным большинством отелей. Базовыми технологиями являются все перечисленные выше. Постоянное их совершенствование, например процесса уборки номеров или процедуры регистрации с целью минимизации вероятности сбоев в работе, повышение скорости и качества обслуживания официантами посетителей в ресторане и т.д., способно обеспечить сохранение или даже некоторый рост конкурентного потенциала отеля. Однако на современном уровне развития мирового гостиничного бизнеса базовые технологии, даже непрерывно улучшаемые, не могут стать основой устойчивого конкурентного превосходства на рынке. Рано или поздно обязательно найдется отель, который сделает ставку на разработку (покупку, копирование и т.д.) и внедрение в свою работу ключевых и ведущих технологий.

Ключевые технологии обслуживания — технологии, обеспечивающие достижение отелем конкурентного преимущества и обычно менее доступные для использования всеми участниками рынка. Такие технологии дают возможность отелю снижать себестоимость продукта, максимизировать доход от продаж, достигать и поддерживать высокие стандарты обслуживания, занимая значимую нишу и точно позиционируя себя в этих разновидностях услуг на рынке.

Например, отели «Марриотт» и «Балчуг Кемпински» одними из первых на гостиничном рынке Москвы стали использовать автоматизированную систему управления доходами. Данная технология предопределила успех этих отелей на рынке на несколько лет вперед. Для разных сегментов гостиничного рынка могут существовать свои базовые и ключевые технологии. Например, для гостиницы высокого класса с международными стандартами ведения бизнеса внедрение системы управления доходами может служить базовой технологией, тогда как для российского отеля средней категории — несомненно, ключевой.

Ведущие технологии являются собственностью, ноу-хау одного игрока на рынке. Удачная ведущая технология способна произвести переворот на рынке и вывести в лидеры ее владельца, даже если тот не был таковым ранее. Поэтому отелям-лидерам важно не пропустить появления на рынке новых ведущих технологий.

Например, первым среди московских отелей внедрил услугу высокоскоростного и беспроводного подключения к сети Интернет «Парк Арарат Хайят». Пользование Интернетом стало возможно не только в гостевых комнатах или бизнес-центре, но и практически в любом помещении отеля. Данная услуга — логичное продолжение реализации этим отелем своей основной концепции «интеллектуальное здание» («smart

house»), она позволяет гостям не тратить время на подключение к сети с помощью телефонной линии, модема, провайдера и дополнительных приспособлений. Безусловно, новая технология привлекла дополнительное внимание к отелю со стороны бизнесменов.

Для того чтобы сохранить «старых» постоянных клиентов существуют программы поощрения постоянных клиентов. Наиболее часто используется система скидок на номера и накопительная система, когда клиент, набрав определенное количество очков или баллов за проведенные в гостинице ночи, затем получает значительные льготы на пользование гостиничными услугами.

Так, двухуровневая система поощрения гостей «Космос Клуба» (Star Club) предусматривает выдачу двух видов дисконтных карт — серебряной и золотой. Серебряная карта выдается гостю при бронировании номера при первом поселении, а право на скидку он получает уже при втором заезде. Золотую карту гость может получить после того, как сумма оплаченных им в гостинице услуг составит 5000 у.е. Гостям «Кволити-отеля» выдаются специальные VIP-карты сроком на один год, которые дают 10%-ную скидку на проживание и пользование услугами бара, ресторана и фитнес-центра.

Представленные в России международные гостиничные сети уделяют особое внимание разработке маркетинговых программ для постоянных клиентов. При этом, получив привилегии, гость может пользоваться льготами в любом из принадлежащих сети отелей.

Особое место в ряду маркетинговых акций для прямых клиентов занимают специальные развлекательные мероприятия и тематические вечеринки, проводимые гостиницами вместе с ресторанными службами. Большой популярностью пользуются кулинарные фестивали, дни национальных кухонь.

Гостиницами также разрабатываются специальные акции, поощряющие партнеров и корпоративных клиентов. Основная их цель — укрепление и расширение деловых контактов.

Особую группу клиентов составляют крупные корпорации, время от времени размещающие в отелях большие делегации. В данном случае отели также разрабатывают особые меры поощрения таких клиентов.

При разработке новых продуктов менеджменту гостиничного предприятия нужно руководствоваться следующими правилами.

1. Внедряемый продукт по разным его параметрам и характеристикам (новизне, цене, качеству предоставляемых услуг и т.д.) должен поддерживать существующие и будущие источники конкурентного преимущества отеля и обеспечить ему доминирующие позиции на рынке.

2. При разработке новых продуктов качество должно превалировать над количеством. Другими словами, прежде чем пытаться оценить будущий объем рыночного спроса, гостиничному менеджменту следует понять, кто будет основным потребителем нового продукта. Большой ошибкой руководства отеля станет создание нового продукта или услуги, в которых рынок не будет нуждаться.

3. Основными факторами успеха новых гостиничных продуктов на рынке являются принятие возможных мер защиты от копирования новинок конкурентами, т.е. сложность их копирования, и организация эффективной системы продвижения новых продуктов.

4. Решая вопрос о выводе новых продуктов на рынок, руководство отеля должно установить баланс между потенциальным успехом, выраженным в объеме сбыта, и возможным риском.

В процессе разработки нового продукта гостиничному менеджменту также необходимо ответить на следующие вопросы.

- ✱ Кто будет основным потребителем данного продукта (командированные бизнесмены, туристы, отдыхающие, правительственные делегации, организаторы конференций, молодожены и т.д.)?

- ✿ Какова емкость данного рынка?
- ✿ Через какие каналы сбыта продукт будет реализовываться (корпоративные структуры, туристические компании, посольства, министерства и ведомства)?
- ✿ Будет ли сезонность оказывать влияние на сбыт?
- ✿ Укрепит ли новый продукт существующую репутацию отеля?
- ✿ Как отреагируют гостиницы-конкуренты?
- ✿ Каков будет жизненный цикл данного продукта (прогноз)?

Список терминов и понятий для запоминания.

1. **Госпиции** - монастырские здания, предоставлявшие путешественникам ночлег, питание, лечебную помощь.
2. **Отель** - городской дворец магната, шикарная гостиница для представителей высшего сословия.
3. **Гостиные дворы** – торговые палаты в Киевской Руси, где размещались иностранные купцы и путешественники.
4. **Ямбы** - своеобразные почтовые станции в Средневековой Руси, где путешественники могли поменять лошадей, а также переночевать, ямбы появились в период ордынского ига.
5. **Гостиничная цепь** – это группа гостиниц (от 2 до 1000), осуществляющая коллективный бизнес и находящаяся под непосредственным контролем руководства цепью.
6. **Модель Ритца** – в основе модели используются устоявшиеся давние европейские традиции изысканности и аристократизма.
7. **Модель Уилсона** - в основе модели – избирательный подход и гибкость в построении отношений и обслуживании клиентуры.
8. **Франчайзинг** — такая организация бизнеса, когда компания (**франчайзер**) осуществляет продажу бизнеса, предприниматель или компания (**франчайзи**) осуществляет покупку бизнеса, т.е. приобретает готовый бизнес (**франшизу**) в виде права на продажу и/или производство продукта и услуг франчайзера, а также соответствующей бизнес-системы.
9. **Технология обслуживания** — это совокупность всех существующих и применяемых отелем организационных, маркетинговых, финансовых, кадровых и других инструментов, методов и способов ведения бизнеса.
10. **Ключевые технологии обслуживания** — технологии, обеспечивающие достижение отелем конкурентного преимущества и обычно менее доступные для использования всеми участниками рынка.
11. **Ведущие технологии** - собственность, ноу-хау одного игрока на рынке, удачная ведущая технология способна произвести переворот на рынке и вывести в лидеры ее владельца, даже если тот не был таковым ранее.

Вопросы и задания.

1. Пользуясь дополнительными источниками информации, письменно ответьте на вопросы.

1. Определите и охарактеризуйте технологии обслуживания, применяемые в Российской индустрии гостеприимства.

3. Первоначально предоставление временного ночлега путешественникам осуществлялось
- ☐ Купцами с целью получения коммерческой прибыли
 - ☐ Горожанами как определённая повинность
 - ☐ Монастырями как проявление христианской добродетели - любовь к ближнему
 - ☐ Князьями и герцогами как привилегия
4. Один из первых в истории человечества юридических актов, определявших деятельность гостиниц –
- ☐ Законодательный акт из законов вавилонского царя Хаммурапи
 - ☐ Законодательный акт в яссе Чингисхана
 - ☐ Законодательный акт в «Русской Правде» Ярослава Мудрого
 - ☐ Эдикт Карла Великого (императора королевства франков)
5. Один из первых видов гостиницы в средневековой Европе, где приют предоставлялся монастырями
- ☐ Ямбы
 - ☐ Гостиные дворы
 - ☐ Госпиции
 - ☐ Постоялые дворы
6. Наибольшее распространение в средневековой Европе госпиции получили в
- ☐ Англии
 - ☐ Швейцарии
 - ☐ Франции
 - ☐ Испании
7. Определённая картинка на вывеске средневековой гостиницы изображалась
- ☐ В связи с тем, что многие горожане не умели читать
 - ☐ в рекламных целях
 - ☐ с целью украшения гостиницы
 - ☐ с целью обозначения определённой категории гостиницы
8. Первые гостиницы, предоставлявшие высокий уровень обслуживания, появились примерно в ...
- ☐ 15 веке
 - ☐ 17 веке
 - ☐ 18 веке
 - ☐ 19 веке
9. Гостиница, предоставлявшая высокий уровень обслуживания, в 19 веке стала называться французским словом
- ☐ Отель
 - ☐ Апартамент
 - ☐ Люкс
 - ☐ мотель
10. Американский бизнесмен, первым создавший гостиничный комплекс на основе новых принципов предоставления клиентам максимальных услуг высшего качества –
- ☐ Конрад Хилтон
 - ☐ Элсворт Статлер
 - ☐ Томас Кук
 - ☐ Кемон Уилсон
11. Американская гостиница, созданная на основе новых принципов предоставления клиентам максимальных услуг высшего качества –

- ☐ «Тремонт»
 - ☐ «Отель Хилтон»
 - ☐ «Шератон»
 - ☐ «Буффало Статлер»
12. Первый мотель появился в США в
- ☐ 1952
 - ☐ 1962
 - ☐ 1972
 - ☐ 1982
- В 1952 году в США появился особый тип гостиниц, связанный с техническим прогрессом и новым образом жизни путешествий на автомобилях— это
- ☐ Ботель
 - ☐ Отель «гарни»
 - ☐ Мотель
 - ☐ Ротель
14. В средневековой Руси под понятием «гость» понимался
- ☐ Путешественник
 - ☐ Иностранный купец
 - ☐ Житель гостиницы
 - ☐ Иностранный посол
15. В качестве первых средств размещения в средневековой Руси появляются ...
- ☐ Караван-сараи
 - ☐ Госпиции
 - ☐ Монастыри
 - ☐ Гостиные дворы
16. Под влиянием Золотой Орды в Русских землях появляются средства размещения для путешественников под названием ...
- ☐ Караван-сараи
 - ☐ Ямбы
 - ☐ Гостиные дворы
 - ☐ госпиции
17. Наиболее высокий уровень гостеприимства и гостиничного обслуживания средневековой Руси предоставляли ...
- ☐ Караван-сараи
 - ☐ Ямбы
 - ☐ Гостиные дворы
 - ☐ монастыри
18. Основным средством размещения в средневековой Руси, которым пользовались иностранные купцы и послы, были ...
- ☐ Гостиные дворы
 - ☐ Караван-сараи
 - ☐ Ямбы
 - ☐ госпиции
19. Одна из главных особенностей гостиничного дела в СССР -
- ☐ Высокий уровень гостиничного обслуживания
 - ☐ Предоставление максимальных услуг
 - ☐ Убыточность гостиничных предприятий
 - ☐ Низкие цены на гостиничные услуги

20. Одна из главных особенностей гостиничного дела в СССР -
- ☐ Высокая доходность гостиничных предприятий
 - ☐ Предоставление максимальных услуг
 - ☐ Низкий уровень сервиса
 - ☐ Низкие цены на гостиничные услуги
21. Группа гостиниц (от 2 до 1000), осуществляющая коллективный бизнес и находящаяся под непосредственным контролем руководства, - это объединение гостиниц принято называть
- ☐ Гостиничный договор франчайзинга
 - ☐ Гостиничная цепь
 - ☐ Ассоциация независимых гостиниц
 - ☐ Гостиничный комплекс
22. Одна из моделей организации гостиничной цепи –
- ☐ Модель Ритца
 - ☐ Отели Хилтон
 - ☐ Отели «гарни»
 - ☐ Ассоциация «Лучшие отели мира»
23. Одна из моделей организации гостиничной цепи –
- ☐ Франчайзинговые гостиницы
 - ☐ Модель Уилсона
 - ☐ Отели Хилтон
 - ☐ Отели «гарни»
24. Объединение гостиниц на основе договора, когда компания предоставляет право гостинице использовать символ, ноу-хау и системные структуры гостиничного объединения, а гостиница обязана оплатить эти права путём первоначального взноса и периодических платежей, называется ...
- ☐ Гостиничные цепи
 - ☐ Франчайзинговые гостиницы
 - ☐ Ассоциация независимых гостиниц
 - ☐ Гостиничные комплексы

Тема 2. Индустрия рекреационных систем

В результате изучения данной темы необходимо...

иметь представление

- ✓ о рекреационной деятельности в рамках гостиничного бизнеса и сервиса

знать

- ✓ нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность в рекреационных системах;
- ✓ рекреационный потенциал, ресурсы и свойства регионов РФ;
- ✓ экономические проблемы организации лечебного отдыха;
- ✓ специфику организации гостиничного обслуживания в курортных зонах;

уметь:

- ✓ организовывать гостиничное обслуживание туристов с учетом специфики рекреационных зон.

Содержание темы.

План:

1. Понятие рекреологии и рекреационных систем.
2. Законодательство РФ об особо охраняемых территориях и курортах.
3. Климато-рекреационный потенциал и ресурсы Российской Федерации
4. Основные направления развития санаторно-курортных и рекреационных отраслей.
5. Специфика гостиничного обслуживания в курортных зонах.
6. Современный рынок лечебного отдыха.

1. Понятие рекреологии и рекреационных систем.

В обобщённом виде рекреация рассматривается как систематизированные процессы восстановления жизненных сил, в частности, физического, интеллектуального, эмоционального потенциалов человека, сниженных или утраченных в ходе осуществления жизнедеятельности под воздействием негативных факторов окружающей среды. Понятие рекреации включает и процессы восстановления организма, ослабленного болезнями, и организацию отдыха. Причём отдых служит определённым инструментом, действия которого также направлены на восстановление организма, обновление его жизненного потенциала.

Не каждый вид отдыха является структурным элементом рекреации. Отдых – это деятельность человека, направленная на удовлетворение духовных потребностей человека. В основном он осуществляется в результате каких-либо действий, направленных на удовлетворение потребностей в общении, образовании, культурных потребностей.

Развлечения также играют существенную роль в процессе проведения досуга.

Отдых является составной частью рекреации только в том случае, когда он реализуется в комплексном соотношении с лечебно-профилактическими и восстановительными процедурами. Однако есть и другая точка зрения о том, что отдых становится структурным элементом рекреации только в том случае, если он связан с выездом человека из привычной среды жизнедеятельности. Данная точка зрения спорна, т.к. рекреация не всегда может быть связана с выездом. Некоторые специалисты отождествляют понятия рекреации и отдыха, что совсем некорректно. Рекреация - это профилактика заболеваний, которая активно использует как лечебные восстановительные процедуры, так и отдых и даже развлечения.

Т.о. рекреация как социальное явление связана, с одной стороны, с санаторно-курортной деятельностью, и соответственно, с оказанием санаторно-курортных услуг. А с другой - с туристической деятельностью и сферой оказания туристических услуг, в т.ч. касающихся организации лечебного туризма. Хотя связь рекреации с санаторно-курортной деятельностью и оказанием лечебно-профилактических услуг проявляется не всегда.

Условно функции рекреации можно разделить на

- ✓ Медико-биологические
- ✓ Социально-культурные
- ✓ Экономические

Медико-биологические функции отражают значение рекреации в отношении лечения, профилактики заболеваний, а также восстановления организма. Эта функция также называется оздоровительной. Она выражается в организации поездок в курортные зоны, проведении лечебно-оздоровительных, профилактических процедур.

Социально-культурные функции образуют наиболее важную группу функций – удовлетворение духовных потребностей населения, восстановление жизненного тонуса посредством организации и проведения досуговых мероприятий. В данной связи рекреация максимально приближается к туристической сфере. Данные функции наиболее ярко выражаются в проведении спортивных мероприятий, различных концертных программ, экскурсионной деятельности и т.п.

Экономические функции рекреации направлены на восстановление здоровья как экономической категории. В данном случае здоровье понимается как уровень трудоспособности человека.

Выделяют активную и пассивную рекреацию. Пассивная рекреация предполагает организацию отдыха в пределах места постоянного проживания человека. Активная основана на выезде за пределы привычной природной и социальной среды.

Свободное время и рекреационное пространство характеризуют рекреацию, выделяют наиболее специфические черты и особенности.

Понятие свободного времени неразрывно связано с понятием рекреации, т.к. виды активного использования свободного времени – это отдых и досуг. Основная функция свободного времени – восстановление сил человека, функция духовного развития. Наличие свободного времени – необходимое условие рекреационной деятельности. Рекреационное время является частью свободного времени, которую человек решил потратить на восстановление жизненных сил или на удовлетворение духовных потребностей. В структуру рекреационного времени входят ...

- ✓ Инклюзивное р.время – в течение рабочего времени
- ✓ Ежедневное р.время – отдых после работы
- ✓ Еженедельное р.время – после рабочей недели
- ✓ Отпуск
- ✓ Пенсионное р.время

Организация отдыха возможна в пассивной и активной форме с учётом видов рекреационного времени. Наиболее важное место занимает отпуск, т.к. только отпуск в основном даёт возможности активного отдыха и полноценного восстановления жизненных сил. Активный отдых чаще всего возможен за пределами привычных природных и социальных условий жизни человека.

Под рекреационным пространством понимают неотъемлемую часть социального или природного пространства, на котором осуществляется рекреационная деятельность, т.е. организуется отдых, досуг, оказываются оздоровительные профилактические услуги.

Природные рекреационные пространства – это природные зоны, которые располагают природными лечебными ресурсами, климатическими условиями, эстетическими характеристиками, необходимыми для полноценного осуществления рекреации. Природные рекреационные пространства различаются по степени их социально-культурной освоенности, в частности по уровню их благоустроенности, приспособленности к организации досуга.

Социальные рекреационные пространства представляют собой территории с находящимися на них объектами, созданными человеком, в рамках которых осуществляется рекреационная деятельность. Это театры, кафе, рестораны, клубы и т.п.

Рекреационная деятельность – это деятельность, направленная на обеспечение удовлетворения потребностей населения в отдыхе и лечебно-профилактических услугах. Рекреационная деятельность является организационной. Кроме того, под рекреационной деятельностью имеют ввиду и деятельность людей, для которых и организовывается рекреация. Т.о. рекреационная деятельность – это и организация досуга и отдыха, и проведение досуга, и участие в досуге.

По задачам и способам организации, рекреационная деятельность подразделяется на лечебно-оздоровительную и досуговую.

Лечебно-оздоровительная рекреация осуществляется в рамках санаторно-курортного учреждения, сочетает лечебные и оздоровительные услуги и полноценный организованный отдых (разнообразные виды развлечений).

Досуговая рекреация направлена на удовлетворение потребности человека в отдыхе, который чаще всего воспринимается как смена видов деятельности. Здесь выделяют два направления – познавательное и спортивное. Спортивная рекреационная деятельность – горнолыжный спорт, рыбалка, подводная охота, дайвинг, парапланеризм и др. Познавательная рекреация – экскурсии, краеведческий туризм, осмотр географических достопримечательностей, паломничество.

По характеру организации рекреационная деятельность может быть самостоятельной и специализированной.

Самостоятельная рекреационная деятельность – свой отдых человек планирует и проводит самостоятельно.

Специализированная рекреационная деятельность – деятельность специальной организации, которая предлагает комплексные коллективные услуги.

Способы осуществления рекреационной деятельности принято называть рекреационными занятиями.

Рекреационно-лечебные занятия – применение различных медицинских методик и процедур, направленных на восстановление жизненных сил организма и профилактики заболеваний.

Рекреационно-оздоровительные занятия – очень похожи на предыдущие, но в наибольшей степени направлены именно на восстановление организма (отдых, реабилитация после перенесённого заболевания) – это например, купания, прогулки.

Познавательные и спортивные занятия – главным образом, разнообразные мероприятия, направленные на укрепление здоровья, на развлечение, получение приятных эмоций, на удовлетворение духовных потребностей человека.

2. Законодательство РФ об особо охраняемых территориях и курортах.

Охрана природных лечебных ресурсов – это комплекс мероприятий, основывающихся на правовых источниках, направленных на сохранение и использование в соответствии с установленными законом целями природных лечебных ресурсов. Эта охрана выражается в охране территорий и местностей, в рамках которых предполагаются лечебные ресурсы. Формируются специальные зоны, в которых действуют установленный режим поведения, направленный на обеспечение охраны уникальных природных объектов, в т.ч. природных ресурсов в виде целебных источников, ландшафтных особенностей местности, уникальной флоры и фауны.

Необходимо определить понятие особо охраняемой природной территории. Согласно определению, содержащемуся в преамбуле Федерального Закона от 14 марта 1995 г. № 33-ФЗ «Об особо охраняемых природных территориях» - это участки земли, водной поверхности и воздушного пространства над ними, где располагаются природные комплексы и объекты, которые имеют особое природоохранное, научное, культурное, эстетическое, рекреационное и оздоровительное значение, которые изъяты решением органов государственной власти полностью или частично из хозяйственного

использования и для которых установлен особый режим охраны. Особо охраняемые природные территории относятся к объектам общенационального достояния.

Охрана природных лечебных ресурсов осуществляется при помощи формирования и функционирования природоохранных зон. К таковым относятся заповедники, национальные парки, памятники природы, природные заказники и иные территории. Кроме того, органы местной власти (исполнительной и органы местного самоуправления) могут самостоятельно устанавливать такие зоны, режим использования которых не противоречит Федеральному закону «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах»

Иные природоохранные зоны разделяются на зелёные зоны внутри городов, объекты содово-паркового искусства, охраняемые береговые линии, природные ландшафты, микрозаповедники.

Формирование особо охраняемых природных территорий осуществляется при помощи установления специализированных округов санитарной охраны, границы которых утверждаются органом исполнительной власти.

В соответствии со статьёй 16 Федерального закона «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» в составе округа выделяются три зоны.

1. На территории первой зоны запрещается проживание и все виды хозяйственной деятельности, за исключением работ, связанных с исследованием и использованием природных лечебных ресурсов в оздоровительных целях при условии применения экологически чистых технологий.
2. На территории второй зоны запрещаются размещение объектов, не связанных с созданием и развитием курортного лечения и отдыха, а также проведение работ, загрязняющих природную среду, природные лечебные ресурсы и приводящих их к истощению.
3. На территории третьей зоны вводятся ограничения на размещение промышленных и сельскохозяйственных сооружений и организаций, а также на осуществление хозяйственной деятельности, сопровождающейся загрязнением окружающей природной среды.

Особо охраняемые территории могут иметь федеральное, региональное и местное значение. В зависимости от конкретных свойств, рекреационного и лечебного потенциала они по разному классифицируются.

Природные заповедники – природоохранные зоны, цель которых заключается в сохранении и изучении уникальных природных комплексов, представляющих сочетание ландшафтных особенностей, растительности, животного мира, климатических, погодных условий. Территория заповедника является федеральной собственностью, поэтому абсолютно все объекты заповедника (природные и созданные человеком) находятся под оперативным управлением заповедника. Задачи заповедника – сохранение природных комплексов в естественном состоянии, проведение научно-исследовательской и просветительской деятельности. Заповедник имеет три функциональные зоны:

- ✓ Зона заповедного режима, где природный мир существует без вмешательства антропогенной деятельности.
- ✓ Зона научного наблюдения
- ✓ Зона размещения культурно-просветительских учреждений.

Национальные парки – природоохранные, экологически-просветительские и научно-исследовательские учреждения, территории которых включают в себя природные комплексы и объекты, имеющие особую экологическую, историческую и эстетическую ценность, и предназначены для использования в природоохранных, просветительских, научных и культурных целях и для регулируемого туризма (ст. 12 Федерального закона «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах»)

Режим функционирования национальных парков схож с заповедниками, однако в отдельных случаях в границах парков могут располагаться земельные участки иных

пользователей, деятельность которых не противоречит общим правилам парка. Здесь также имеются три зоны:

- ✓ Заповедная зона
- ✓ Особо охраняемая зона
- ✓ Зона для отдыха и оказания услуг по организации досуга.

Национальные парки могут находиться не только в федеральной собственности, но и в региональной собственности. Самые известные национальные парки – «Переславский», «Валдайский», «Нижняя Кама», «Русский Север»

Памятники природы – это уникальные, невосполнимые, ценные в экологическом, научном, культурном и эстетическом отношении природные комплексы, а также объекты естественного и искусственного происхождения (ст. 25 Федерального закона «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах») Памятники могут иметь местное, региональное и федеральное значение.

Государственные природные заказники – территории, имеющие особое значение для сохранения и восстановления природных комплексов или их компонентов и поддержания экологического баланса (ст.22 Федерального закона «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах»). В зависимости от сферы использования заказники разделяются на ландшафтные (предназначены для сохранения природных ландшафтов), биологические (сохранение и восстановление популяции редких животных и растений), гидрологические (восстановление водных экологических систем) и др.

Основу природно-заповедного фонда России составляют государственные природные заповедники и национальные парки, включающие 100 гос. природных заповедников, 35 национальных парков.

3. Климато-рекреационный потенциал и ресурсы Российской Федерации

Наличие на той или иной территории рекреационных ресурсов – главная предпосылка для развития рекреационной деятельности, организации рекреационного пространства, формирования рекреационных потоков.

Рекреационные ресурсы – это компоненты природной среды, объекты хозяйственной, социокультурной деятельности человека, обладающие определёнными лечебно-оздоровительными, эстетическими и иными особенностями, которые позволяют использовать их для организации рекреации как одного из главнейших способов восстановления жизненных сил и укрепления здоровья.

Все рекреационные ресурсы разделяются на две группы –

- ✓ Природные
- ✓ Социокультурные

Природные рекреационные ресурсы – комплексное соотношение природных условий рекреационной местности, наличия в данной местности природных целебных ресурсов, различных компонентов природной среды, которое обеспечивает организацию рекреации.

Важнейшим фактором являются природные условия. К ним относятся –

- ✓ климат (влажность, давление, солнечная активность, температурный режим, уровень осадков и т.д.)
- ✓ ландшафт (эстетический фактор – особенности рельефа, местной флоры и фауны, уникальные природные явления и т.п.)
- ✓ природные целебные ресурсы – лечебные грязи, минеральные источники, воздух и др.

Социокультурные ресурсы – объекты, созданные человеком. Среди них выделяют

- ✓ культурно-исторические ресурсы
- ✓ социально-экономические объекты.

Культурно-исторические ресурсы – исторические памятники, памятники культуры и искусства, исторические местности. Данные ресурсы являются предпосылкой для развития всех форм и видов туризма, экскурсионной деятельности.

Социально-экономические объекты реализуют рекреационную деятельность с точки зрения экономического обеспечения. Это объекты и сооружения, созданные с целью использования других рекреационных ресурсов.

Особый вид ресурсов – курортно-рекреационные – ресурсы, которые используются в рамках осуществления курортной деятельности. В условиях санаторно-курортного учреждения используется в большей степени природные лечебные ресурсы, хотя определённое значение придаётся и социокультурным ресурсам.

По видам использования природные ресурсы подразделяют на лечебные и эстетические. Лечебные ресурсы широко применяются в рекреационной деятельности, включающей лечебно-профилактические процедуры. Эстетические ресурсы являются второстепенным фактором рекреационной деятельности, хотя они имеют немаловажное значение.

Все рекреационные ресурсы по степени их применения подразделяют на ...

- ✓ экстенсивно используемые (увеличение объёма ресурсов)
- ✓ интенсивно используемые (увеличение продуктивности используемых ресурсов при сокращении общего объёма ресурсов)
- ✓ неиспользуемые (например, климатические условия местности, уникальные природные явления, исторические и культурные достопримечательности)

4. Основные направления развития санаторно-курортных и рекреационных отраслей.

Курорт – освоенная и используемая в лечебно-профилактических целях территория, располагающая природными ресурсами и необходимыми для их эксплуатации зданиями и сооружениями, включая объекты инфраструктуры.

Предоставление санаторно-курортных услуг возложено на учреждения и организации, входящие в состав санаторно-курортного комплекса. Основная черта санаторно-курортных услуг – их двойственная природа: досуговая и оздоровительная. Поэтому чаще всего данные услуги называют рекреационными. **Рекреационные услуги** включают в себя следующие действия – организация туристических поездок, отдыха, лечения и профилактики заболеваний, оказание психологической помощи человеку, который находится в состоянии депрессии, апатии, восстановление нервной системы и т.п. Т.о. рекреационные услуги можно разделить на досуговые, туристические и оздоровительные. В реальном общественном отношении чёткое разделение услуг не прослеживаются – они тесно сплетены и дополняют друг друга.

Курортные факторы – природные или искусственные благоприятные условия, являющиеся средством для обеспечения лечебно-профилактической деятельности на территории какой-либо рекреационной зоны. К курортным факторам относятся как определённые условия, способствующие оздоровлению и профилактике, так и определённые методики и технологии. Специфика курортных факторов заключается в их комплексном воздействии на человека (природные, климатические условия + медицинские услуги и процедуры + отдых и досуг, которые благодаря позитивным эмоциям усиливают профилактический и лечебный эффект).

Естественные курортные факторы – естественные факторы, созданные самой природой, т.е. лечебные природные ресурсы (минеральные воды, грязи), климат, ландшафт (например, горный или морской ландшафт влияют на качественный состав воздуха и имеют большой эстетический эффект). Область применения природных курортных ресурсов широка и включает направления, по которым производится использование природных ресурсов и благоприятных для человека климатических условий. К числу таких направлений относятся бальнеотерапия, грязелечение, климатотерапия (климатотерапия состоит из гелиотерапии, талассотерапии, аэротерапии и др.)

Искусственные курортные факторы – комплексные методики и процедуры с использованием специальной аппаратуры. В российских курортах широко практикуется физиотерапия (аромогидротерапия, ароматерапия, магнитотерапия, лазеротерапия) – оздоровительные процедуры с помощью специального медицинского оборудования. К искусственным курортным факторам можно также отнести фитотерапию, диетотерапию, кинезотерапию, психотерапию.

В зависимости от характера воздействия на организм курортные факторы подразделяют на физические и медикаментозные. В зависимости от интенсивности курортные факторы можно также разделить на пассивные и активные. Пассивные курортные факторы – это природно-климатические условия, благоприятно отражающиеся на самочувствии посетителей курорта. К активным факторам причисляют некоторые природные факторы (мин.воды, лечебные грязи и др.) и искусственные факторы, использующие медицинскую аппаратуру, при помощи которой осуществляется лечение. В последнее время научно-технический прогресс позволяет воссоздать эффект природных факторов с помощью специального оборудования (напр. воссоздают микроклимат солевых и карстовых пещер, помогающий при лечении множества заболеваний).

Лечебный туризм – поездка в санаторий или курорт для получения лечебных и профилактических услуг, направленных на укрепление здоровья или лечения..

Оздоровительный туризм чаще всего связан с профилактикой, а не лечением, и поэтому может быть не связан с поездкой в санаторий или курорт. В России в данном случае широко распространены поездки к морю на юг. Лечебно-оздоровительный туризм представляет собой сплетение и взаимодействие трёх основных сфер оказания услуг – туристической, досуговой, санаторно-курортной.

Учреждения, связанные с реализацией лечебно-оздоровительного туризма, условно подразделяются на санатории и пансионаты. **Санатории** – учреждение, оказывающее полноценные лечебно-профилактические услуги, отдых является дополнительной и неосновной услугой. **Пансионаты** – учреждения, обеспечивающие полноценный отдых, а услуги, касающиеся лечебно-профилактической деятельности, представлены в узкой специализации или являются дополнительными общеукрепляющими здоровьем услугами.

Исходя из природных лечебных факторов курорты подразделяются на несколько видов.

Климатические курорты разделяются по географической принадлежности на лесные, приморские, горные. Каждый тип климатического курорта обладает своими особенностями (уровень солнечного излучения, температура воздуха, атмосферное давление и др.). Большой популярностью среди климатических курортов пользуются приморские, т.к. морской климат обладает хорошим лечебным и профилактическим эффектом, необходимым для лечения дыхательных путей, заболеваний крови, костной ткани и многих других.

В отдельную группу климатических курортов выделяют кумысолечебные курорты, которые сочетают в себе использование климатических особенностей степи в совокупности со специально разработанными методиками питания, основанного на потреблении кисломолочного продукта – кумыса.

Бальнеологические курорты основаны на использовании в лечебных целях минеральных вод. Методика использования минеральных вод разделяется на приём лечебной воды внутрь и принятия ванн. В основном бальнеологические курорты способствуют лечению и профилактике заболеваний пищеварительной и сердечно-сосудистой систем.

Грязевые курорты обладают лечебным и профилактическим эффектом при лечении заболеваний опорно-двигательного аппарата, заболеваний кожи, невралгии, а также сердечно-сосудистой системы.

Последнее время расширяется сеть курортов, основанных на использовании только искусственных курортных факторов (специальные методики, медицинская аппаратура, оборудование, воссоздающее эффект природных факторов). Данные курорты позволяют осуществлять лечебно-профилактическую деятельность круглый год, они не зависят от времени года, как например, приморские курорты Краснодарского края.

Наибольшее распространение получают смешанные курорты, комбинирующие различные природные и искусственные факторы.

По степени значимости для курортного хозяйства выделяют курорты федерального, регионального и местного значения.

5. Специфика гостиничного обслуживания в курортных зонах.

Курортная деятельность многообразна и включает несколько видов деятельности, к которым относится, прежде всего, организация лечения и профилактики заболеваний, организация досуга и отдыха.

Каждое курортное учреждение (наиболее распространены санатории, курортные поликлиники, дома отдыха, пансионаты, туристические базы, спортивно-оздоровительные учреждения) имеет тот или иной медицинский профиль в зависимости от используемых в нём лечебных курортных факторов. Вся деятельность гостиницы, так или иначе, связана с проведением лечебно-профилактических процедур. Поэтому организация приёма, размещения и дальнейшего проживания предполагает так же консультации с медперсоналом и собственно проведения тех или иных лечебно-профилактических мероприятий, которые могут быть запланированы при покупке путёвки или назначены врачом при поселении, что требует решения дополнительных вопросов при поселении в курортной гостинице. Кроме того, то или иное курортное учреждение активно реализует и организацию досуга и отдыха. Приоритет досуговой или лечебно-профилактической деятельности определяется спецификой того или иного курортного учреждения.

Например, в санаториях приоритет отдаётся лечению и профилактике, досуговая деятельность носит второстепенный характер. В пансионатах также приоритет отдаётся лечебно-профилактической деятельности. Многие специалисты считают, что в деятельности санаториев и пансионатов практически нет отличий. Но в российской практике сложилась традиция, что в пансионатах организуется специализированное лечение для людей, которым по медицинским показаниям необходим курс лечения на территории того или иного курорта. Лечение само по себе предполагает и специальную лечебную диету, и определённый режим приёма пищи, что, по всей видимости, и определило название данного учреждения.

Для домов отдыха наоборот приоритетной деятельностью считается организация досуга и отдыха. Гостиницы данного типа от обычных практически ничем не отличаются, кроме того, что предлагают виды развлечений, связанных с организацией активного отдыха (спортивные мероприятия, походы, игры, спортивные центры и т.п.). Медики назначают поездки в Дома отдыха с целью закрепления оздоровительного эффекта для людей, прошедших курс лечения или для профилактики. Поэтому в основном Дома отдыха располагаются в курортных зонах с благоприятным климатом, но специализированная профилактическая деятельность не предполагается.

Главной особенностью гостиничного обслуживания в курортных учреждениях является то, что пребывание в курортной гостинице, так или иначе, является этапом (чаще всего завершающим) лечения пациента. И это предполагает обязательное проведение лечебно-профилактических процедур, даже если они носят пассивный характер (в случае Домов отдыха, или туристических баз). Особенностью курортной гостиницы является также и индивидуальный подход к гостю с т.зр. оказания лечебно-профилактических процедур – врачом индивидуально разрабатывается режим жизнедеятельности гостя в курортной гостинице (от графика применения тех или иных процедур до режима питания и диеты).

Отсюда вытекает управленческая особенность курортной гостиницы, в штате которой обязательно должен работать квалифицированный медперсонал.

6. Современный рынок лечебного отдыха.

Лечебно-оздоровительный туризм предполагает выезд человека из своей привычной среды жизнедеятельности на курорт, в санаторно-курортное учреждение, спортивно-оздоровительное учреждение для получения лечебно-профилактических услуг, различных видов оздоровления и отдыха.

Лечебно-оздоровительный туризм предполагает использование разнообразных естественных и искусственных курортных факторов. Лечебно-оздоровительный туризм предполагает не только определённые процедуры, но и организацию досуговой деятельности, которая в основном носит спортивный характер, т.к. направлена на оздоровление и отдых.

Лечебно-оздоровительный туризм отличается от обычного несколькими факторами –

- ✿ Большая длительность тура (связана с необходимостью аклиматизации и тем, что для лечения необходимо больше времени)
- ✿ Повышенный уровень комфортабельности отдыха и курортных гостиниц, большой ассортимент предлагаемых услуг, связанных не только с лечением, но и с проведением досуга.

Рынок лечебного отдыха включает в себя всю совокупность туристических услуг, предоставляемых туристическими компаниями, санаторно-курортными учреждениями, в т.ч. связанных с организацией лечебно-оздоровительного туризма.

Таким образом, рынок составляют...

1. продавцы туристических услуг (санаторно-курортные учреждения, спортивно-оздоровительные комплексы, туристические компании)
2. покупатели
3. посредники.

Рынок лечебного отдыха – саморегулирующаяся система, главными инструментами регулирования которой выступают такие рыночные механизмы как спрос, цена, предложение, конкуренция. Спрос представляет собой определённую потребность населения в оказании туристических услуг, а также финансовую возможность населения, отдельных его слоёв или групп к оплате данных услуг. Предложение формируется усилиями производителей продукции или услуг. Наиболее благоприятная ситуация складывается на рынке в тех ситуациях, когда уровень спроса на определённые услуги примерно соответствует предложению. Конкуренция является механизмом реального соперничества между продавцами на рынке, которая выражается в улучшении качества, снижении цены. Исходя из баланса спроса, предложения и конкурсной борьбы формируются ценовые показатели – устанавливается денежное выражение стоимости товаров и услуг. Помимо этих показателей формирование цены на рынке туристических услуг зависит от сезонности, психоэмоциональных ожиданий.

Исходя из территориальных показателей, выделяют следующие виды рынков – локальные рынки, национальные рынки, международный рынок.

Локальные рынки туристических услуг функционируют в РФ на уровне субъектов РФ. Там представлены туристические компании регионального значения. Доля таких рынков постепенно сокращается, что обусловлено узким кругом предоставляемых услуг.

Национальный рынок формируется из наиболее крупных компаний, санаторно-курортных учреждений, которые предлагают свои услуги на уровне РФ. Современная тенденция – локальные рынки интегрируют, сливаясь в общенациональный рынок лечебного отдыха, да и вообще всего рынка туристических услуг.

Международный рынок туристических услуг формируется из совокупности общенациональных рынков и включает в состав самые известные и популярные национальные туристические маршруты.

Основные тенденции, определяющие развитие российского рынка лечебного отдыха –

- ✿ расширение сферы услуг, связанных с лечением, профилактикой и отдыхом
- ✿ санаторно-курортные учреждения становятся многофункциональными лечебно-профилактическими и оздоровительными центрами
- ✿ сочетание естественных и искусственных курортных факторов

Развитие рынка лечебного отдыха в России определяется двумя направлениями – совершенствование имеющихся общеизвестных курортных учреждений и формирование новых курортных зон.

Список терминов и понятий для запоминания.

1. **Рекреация** - систематизированные процессы восстановления жизненных сил, в частности, физического, интеллектуального, эмоционального потенциалов человека, сниженных или утраченных в ходе осуществления жизнедеятельности под воздействием негативных факторов окружающей среды.
2. **Рекреационное время** - часть свободного времени, которую человек решил потратить на восстановление жизненных сил или на удовлетворение духовных потребностей.
3. **Рекреационное пространство** - это неотъемлемая часть социального или природного пространства, на котором осуществляется рекреационная деятельность, т.е. организуется отдых, досуг, оказываются оздоровительные профилактические услуги.
4. **Природные рекреационные пространства** – это природные зоны, которые располагают природными лечебными ресурсами, климатическими условиями, эстетическими характеристиками, необходимыми для полноценного осуществления рекреации.
5. **Социальные рекреационные пространства** представляют собой территории с находящимися на них объектами, созданными человеком, в рамках которых осуществляется рекреационная деятельность (театры, кафе, рестораны, клубы и т.п.)
6. **Рекреационная деятельность** – это деятельность, направленная на обеспечение удовлетворения потребностей населения в отдыхе и лечебно-профилактических услугах.
7. **Природные заповедники** – природоохранные зоны, цель которых заключается в сохранении и изучении уникальных природных комплексов, представляющих сочетание ландшафтных особенностей, растительности, животного мира, климатических, погодных условий.
8. **Национальные парки** – природоохранные, экологически-просветительские и научно-исследовательские учреждения, территории которых включают в себя природные комплексы и объекты, имеющие особую экологическую, историческую и эстетическую ценность, и предназначены для использования в природоохранных, просветительских, научных и культурных целях и для регулируемого туризма.
9. **Памятники природы** – это уникальные, невозполнимые, ценные в экологическом, научном, культурном и эстетическом отношении природные комплексы, а также объекты естественного и искусственного происхождения.
10. **Государственные природные заказники** – территории, имеющие особое значение для сохранения и восстановления природных комплексов или их компонентов и поддержания экологического баланса.

- ### Вопросы и задания.

1. Заполните таблицу

40

2. Правильное соотношение понятий и признаков

1. Природные рекреационные ресурсы 2. Социокультурные ресурсы	а. памятники культуры и искусства, исторические местности б. особенности рельефа, местной флоры и фауны, уникальные природные явления с. экономическая инфраструктура курортного региона
--	--

Таблица ответов:

Вид рекреационного ресурса	1	2
Пример рекреационного ресурса (выбрать из второго столбца)		

3. Систематизированные процессы восстановления жизненных сил человека, его физического, интеллектуального, эмоционального потенциала, в науке принято называть ...
 - ☐ Отдых
 - ☐ Рекреация
 - ☐ Амбулаторное лечение
 - ☐ курорт
4. В комплексе с лечебно-профилактическими процедурами составным элементом рекреации является ...
 - ☐ Сон
 - ☐ Отдых
 - ☐ Развлечение
 - ☐ туризм
5. Лечение, профилактика заболеваний, а также восстановление организма составляют функции рекреации
 - ☐ Экономические
 - ☐ Социокультурные
 - ☐ Медико-биологические
 - ☐ Санаторно-курортные
6. Проведение спортивных мероприятий, различных концертных программ, экскурсионной деятельности и других развлечений составляет функции рекреации
 - ☐ Экономические
 - ☐ Социокультурные
 - ☐ Медико-биологические
 - ☐ Санаторно-курортные
7. Восстановление здоровья как экономической категории является функцией рекреации
 - ☐ Экономические
 - ☐ Социокультурные
 - ☐ Медико-биологические
 - ☐ Санаторно-курортные
8. Организацию отдыха в пределах места постоянного проживания человека предполагает
 - ☐ Активная рекреация
 - ☐ Пассивная рекреация

- ☐ Курортная рекреация
 - ☐ Санаторная рекреация
9. Рекреация, основная на выезде за пределы привычной природной и социальной среды
-
- ☐ Активная рекреация
 - ☐ Пассивная рекреация
 - ☐ Курортная рекреация
 - ☐ Санаторная рекреация
10. Инклюзивное рекреационное время – это время восстановления жизненных сил ...
- ☐ После рабочей недели
 - ☐ В конце рабочего дня
 - ☐ В течение рабочего дня
 - ☐ В период отпуска
11. Зоны, которые располагают естественными лечебными ресурсами, климатическими условиями, эстетическими характеристиками, необходимыми для полноценного осуществления рекреации – рекреационные пространства
- ☐ Природные
 - ☐ Социальные
 - ☐ Культурные
 - ☐ Экономические
12. Территории с находящимися на них объектами, созданными человеком, в рамках которых осуществляется рекреационная деятельность – это рекреационные пространства
- ☐ Природные
 - ☐ Социальные
 - ☐ Культурные
 - ☐ Экономические
13. Театры, кафе, рестораны, клубы относятся к рекреационным пространствам
- ☐ Природным
 - ☐ Экономическим
 - ☐ Социальным
 - ☐ культурным
14. Заповедники и национальные парки относятся к рекреационным пространствам
- ☐ Экономическим
 - ☐ Природным
 - ☐ Естественным
 - ☐ социальным
15. Деятельность санаторно-курортного учреждения, сочетающая лечебные и оздоровительные услуги и полноценный организованный отдых (разнообразные виды развлечений) относится к ...
- ☐ Досуговой рекреации
 - ☐ Лечебно-оздоровительной рекреации
 - ☐ Специализированной рекреации
 - ☐ Туристической рекреации
16. Экскурсии, краеведческий туризм, осмотр географических достопримечательностей, паломничество относятся к ...
- ☐ Туристической рекреации
 - ☐ Досуговой познавательной рекреации
 - ☐ Досуговой спортивной рекреации

- ☐ Профилактически-оздоровительной рекреации
17. Рыбалка, подводная охота, дайвинг, парапланеризм относятся к ...
- ☐ Туристической рекреации
- ☐ Досуговой познавательной рекреации
- ☐ Досуговой спортивной рекреации
- ☐ Профилактически-оздоровительной рекреации
18. К природоохранным зонам по Федеральному закону РФ от 14 марта 1995 года относятся
- ☐ Памятники природы
- ☐ Санатории
- ☐ Объекты социокультурной рекреации
- ☐ Объекты досуговой познавательной деятельности
19. К природоохранным зонам по Федеральному закону РФ от 14 марта 1995 года относятся ...
- ☐ Курорты
- ☐ Объекты досуговой спортивной рекреации
- ☐ Заповедники
- ☐ Объекты социокультурной рекреации
20. Природоохранные зоны, цель которых заключается в сохранении и изучении уникальных природных комплексов, представляющих сочетание ландшафтных особенностей, растительности, животного мира, климатических, погодных условий – это ...
- ☐ Национальные парки
- ☐ Природные заповедники
- ☐ Заказники
- ☐ Памятники природы
21. Территории, включающие природные комплексы и объекты, имеющие особую экологическую, историческую и эстетическую ценность, предназначенные для использования в природоохранных, просветительских, научных и культурных целях и для регулируемого туризма – это
- ☐ Национальные парки
- ☐ Природные заповедники
- ☐ Заказники
- ☐ Памятники природы
22. Уникальные, невосполнимые, ценные в экологическом, научном, культурном и эстетическом отношении природные комплексы, а также объекты естественного и искусственного происхождения – это ...
- ☐ Национальные парки
- ☐ Природные заповедники
- ☐ Заказники
- ☐ Памятники природы
23. Климат, ландшафт, особенности флоры и фауны, температурный режим, компоненты, обладающие лечебным эффектом, относятся к ...
- ☐ Природным рекреационным ресурсам
- ☐ Социальным рекреационным ресурсам
- ☐ Культурно-историческим ресурсам
- ☐ Туристическим ресурсам
24. Исторические памятники, памятники культуры и искусства, культурные достопримечательности относятся к

- ☐ Природным рекреационным ресурсам
- ☐ Социальным рекреационным ресурсам
- ☐ Культурно-историческим ресурсам
- ☐ Социально-экономическим объектам рекреационной деятельности

Тема 3. Индустрия размещения туристов

В результате изучения данной темы необходимо...

иметь представление

- ✓ о сущности и специфике гостиничного хозяйства в России;
- ✓ о критериях классификаций гостиниц.
- ✓ О составе помещений гостиницы.

знать

- ✓ требования к средствам размещения гостиниц;
- ✓ организационную структуру гостиничного комплекса;
- ✓ состав гостиничных служб;

уметь:

- ✓ организовывать размещение туристов в гостиничных комплексах, соответствующих предварительным заказам.

Содержание темы.

План:

1. Основные черты гостиничного хозяйства в России. Проблемы прогнозирования развития гостиничного фонда.
2. Типология гостиниц. Международная классификация средств размещения гостиниц.
3. Характеристика зданий гостиниц. Состав помещений гостиниц. Требования к помещениям гостиничного типа.
4. Классификация функциональных служб. Системы жизнеобеспечения гостиниц.

1. Основные черты гостиничного хозяйства в России. Проблемы прогнозирования развития гостиничного фонда.

Анализ различных статистических данных приводит к выводу, что, несмотря на сложное экономическое состояние непродовольственной сферы РФ, в гостиничном хозяйстве, как и в целом в туризме, образовалась устойчивая стабилизация. И это несмотря на повышение оплаты транспортных услуг, энергоносителей, отсутствие льготного налогообложения.

Точно так же как, как трудно себе представить современные средства сообщения без железной дороги, автомобилей или самолётов, так и нельзя себе представить и туризм без развитого гостиничного хозяйства.

Комфортабельные гостиницы востребованы современным рынком туристских услуг. Активное внедрение рыночного механизма в экономическую жизнь общества, развитие промышленности и торговли, технического прогресса, науки, культуры, спорта и туризма расширяют возможности совершения путешествий или деловых поездок, организации культурных и спортивных мероприятий. Отсутствие соответствующего количества гостиниц или низкий уровень их комфортности отнюдь не способствует реализации подобных планов. Развитие же гостиничного хозяйства способствует оживлению местности, росту денежного оборота, что в свою очередь усиливает экономическую стабильность в регионах, а значительной части населения гарантирует трудовую занятость.

Несмотря на уменьшение числа гостиниц в РФ, специалисты отмечают устойчивые тенденции повышения качества обслуживания в гостиницах. В первую очередь это касается новых гостиничных предприятий, в которых от массового обслуживания перешли к индивидуальному, т.е. более качественному.

В последнее время в России оживляются туристические поездки, что создаёт основу для дальнейшего развития гостиничного хозяйства. Однако отсутствие эффективной государственной политики в сфере туризма на протяжении последних 10 лет привело к тому, что на долю РФ, несмотря на её высочайший туристский потенциал, приходится лишь 1% мирового туристского потока.

В настоящее время Москва принимает около 1 млн. туристов, а к 2010 будет принимать уже около 5 млн. туристов. Поэтому Москва нуждается в развитой инфраструктуре гостиничного хозяйства. Прибыль в туристическом бизнесе, несмотря на имеющиеся проблемы, постоянно возрастает. Поэтому ставка на развития туризма и гостиничного бизнеса выгодна любому региону страны. Но следует помнить о том, что туристический бизнес и гостиничной хозяйство будут приносить высокие доходы только при разумном управлении и ведении данного бизнеса, который бы учитывал все особенности России. Следует отметить, что главным камнем преткновения в увеличении туристского потока являются гостиницы. В первую очередь отечественные и иностранные инвестиции необходимы для формирования сети гостиниц, в т.ч. малых, мотелей, расположенных на дорогах федерального значения, обеспечивающих комфортное проживание при доступных ценах.

Для того, чтобы осуществлять стабильную туристскую деятельность, не подвергая бизнес рискам, необходима развитая инфраструктура туризма. Анализируя вкусы туристов, устанавливают приоритетные регионы для предстоящих инвестиций в гостиничную индустрию. Особое внимание уделяется средствам размещения, их комфортности и наличию в них необходимого для клиентуры сервиса. Большой интерес вызывает оценка состояния гостиничной отрасли РФ с точки зрения соотношения количества гостиниц различных категорий. При рассмотрении официальной статистики обращает на себя внимание отсутствие сведений о гостиницах категорий 1 и 2 звёзд.

Показатель	2010 год	Доля от общего числа, %
Число гостиничных предприятий	4224	
В т.ч.		
гостиницы	3386	100
5 звёзд	21	0.6
4 звезды	66	1.9
3 звезды	185	5.5
некатегорийные	2750	81

Это значит, что в некатегорийных гостиницах уровень предоставляемых услуг не соответствует минимальным требованиям. Очевидно, что данная таблица, хотя и грешит неточностями, отражает состояние гостиничного бизнеса и сервиса в России.

Основные проблемы российских гостиниц – недостаточная материальная база, низкий уровень технического оснащения.

Современной тенденцией гостиничного хозяйства является сокращение числа гостиниц и средств размещения. Это является главным фактором торможения развития туризма в России. Российское гостиничное хозяйство значительно отстаёт от европейского: если в Европе счёт гостиничных предприятий на 100 тыс. жителей идёт на тысячи (например, в Австрии 8576 мест размещения на 100 тыс. жителей), то в России эта цифра составляет 246 мест.

2. Типология гостиниц. Международная классификация средств размещения гостиниц.

Существует международная классификация гостиниц, а также классификация гостиниц принятая в каждой стране.

Международная классификация.

1. Отель-люкс – по вместимости это малое или среднее предприятие. Обычно располагается в центре города. Оказывается высокий уровень сервиса. Клиенты – представители элиты общества. Характерна высокая цена номера.
2. Гостиница среднего класса – по вместимости – 400-2000 мест. Располагается в центре города или городской черте. Предлагает достаточно широкий набор услуг, цены соответствуют уровню цен региона или несколько выше. Рассчитана на приём бизнесменов, рядовых участников конференций, конгрессов, туристов.
3. Гостиница апартамент (апарт-отель) – предприятие малых и средних размеров. Характерна для крупного города с непостоянным населением. Предоставляет квартирный тип номеров, используемых в качестве временного жилья, чаще всего на базе самообслуживания. Цена варьируется от сроков размещения. Обслуживает семейных туристов и бизнесменов, остановившихся в городе на длительный срок.
4. Гостиница экономического класса – Предприятие малой или средней вместимости (+, - 150 мест). Располагается вблизи транспортных магистралей. Характерны простое и быстрое обслуживание, ограниченный набор услуг. Потребители – бизнесмены или индивидуальные туристы, не нуждающиеся в полном пансионе и стремящиеся к фактической оплате потребляемых услуг, предусматривающей невысокий процент надбавки за обслуживание.
5. Отель-курорт - предприятия со значительными различиями по вместимости, предлагающие полный набор предлагаемых услуг. Включает специальный комплекс медицинского обслуживания и диетического питания. Располагается в курортной местности.
6. Мотель – простые одноэтажные или двухэтажные сооружения, расположенные вне города, чаще всего в пригороде, у автомагистралей. Это малые и средние предприятия (до 400 мест). Характерен средний уровень обслуживания при небольшом количестве персонала. Клиентами являются разные категории туристов, но с акцентом на познавательный туризм.
7. Частная гостиница типа «ночлег и завтрак» - в основном распространена в США. Гостиница малой, иногда средней вместимости. Расположена в пригороде или сельской местности. В обслуживание входит завтрак и лёгкий ранний ужин. Клиенты - мелкие бизнесмены и несостоятельные туристы.
8. Отель-гарни – предприятие, предлагающее клиентам две услуги – размещение и континентальный завтрак.
9. Пансион – предприятие с простым стандартом и ограниченным спектром услуг. Предоставляются завтраки, обеды и ужины. Однако услуги питания могут получить только проживающие клиенты.

10. Ротель – передвижная гостиница, представляющая собой вагон с одно- и двухместными отсеками, в которых расположены спальные кресла. Имеется отсек для переодевания, туалет, кухня, холодильник.
11. Ботель – небольшая гостиница на воде.
12. Флотель – крупная гостиница, часто называемая курортом на воде. Туристам предлагают комфортабельные номера с большим набором услуг – бассейн, водные лыжи, рыбалка, дайвинг, тренажёрные залы, залы для конгрессов и конференций, библиотеки. Используется для круизов и деловых туров.
13. Флайтель – аэрогостиница или летающий отель. Чрезвычайно дорогой и немногочисленный тип гостиниц. Оборудован посадочной площадкой и связью с метеослужбами.

В России гостиницы классифицируются по категорийности. Принципы такой классификации изложены в «Положении о критериях классификации требований к гостиницам РФ» и ГОСТе Р50645-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание». Согласно этим документам все гостиницы подразделяются на 5 категорий с присвоением им от 1 до 5 звёзд, а мотелям – от 1 до 4 звёзд.

Однако независимо от категорийности установлены минимальные требования к гостиницам –

1. наличие зданий и прилегающих к ним территорий (вход для гостей, автостоянка)
2. обязательное техническое оборудование (аварийное электроснабжение, водоснабжение, кондиционирование воздуха, внутренне радио, лифт, телефонная связь в номерах, телефон коллективного пользования)
3. номерной фонд, доля мест в одно- и двухместных номерах, наличие многокомнатных номеров, площадь номеров, наличие санузлов.
4. Техническое оснащение (двери, замки, сигнализация, средства контроля за безопасностью, звукоизоляция, освещение, электророзетки, отопление, наличие регулятора кондиционера, телефон, радиоприемник, телевизор, холодильник, мини-бар, мини-сейф)
5. оснащение мебелью и инвентарём (наличие комплекта постельных принадлежностей и белья, прикроватного коврика, ковров и ковровых покрытий, прикроватной тумбочки, шкафа, вешалки, стульев, кресел, столов различного назначения, полки для багажа, подставка для телевизора, занавесок, жалюзи, зеркала, щёток и т.п.)
6. Инвентарь и предметы санитарно-гигиенического оснащения номера (полки для туалетных принадлежностей, занавески в ванной, коврик, фен, полотенце и т.п.)
7. Санитарные объекты общего пользования (туалеты, душ и т.п.)
8. Общественные помещения (наличие мебели, напольных покрытий, декоративных элементов, декоративного озеленения, музыкального вещания, газет, журналов, гардероба в вестибюле, гостиных, залов для проведения культурных мероприятий с различным оборудованием, бизнес-центра, спортивно-оздоровительного центра, бассейна, медицинского кабинета, парикмахерской, комнат бытового обслуживания и т.п.)
9. Помещения для предоставления услуг питания
10. Услуги (работа службы приёма багажа, швейцара, подноса багажа, утренняя побудка, уборка номеров и кроватей, вечерняя подготовка номера, смена постельного белья, стирка и глажение, химчистка, ремонт одежды, чистка обуви почтовые услуги, вручение корреспонденции, офисные услуги, предоставление компьютера, автоуслуги, бронирование билетов на транспорт или на культурно-развлекательные мероприятия и т.п.)

11. Услуги питания (обслуживание, поднос завтрака в номер, бронирование столика в ресторане, обслуживание в номере)
12. Требование к персоналу и его подготовке (наличие письменных стандартов для персонала, квалификации, знание иностранных языков, медицинские требования, внешний вид, требования к поведению)

Существуют и другие классификации, и соответственно, другие критерии.

- ✓ Месторасположение –
 1. расположенные в черте города
 2. расположенные на морском побережье
 3. расположенные в горах
 4. расположенные в других местностях
- ✓ Продолжительность работы
 1. работающие круглогодично
 2. работающие два сезона
 3. односезонные
- ✓ Обеспечение питанием
 1. полный пансион
 2. размещение + завтрак
- ✓ Продолжительность пребывания гостей
 1. для длительного пребывания
 2. для кратковременного пребывания
- ✓ Уровень цен
 1. бюджетные (25-35 долларов)
 2. экономичные (35-55)
 3. средние (55-95)
 4. первоклассные (95-195)
 5. апартаментные (65-125)
 6. фешенебельные (125-425)
- ✓ Назначение
 1. транзитные
 2. целевые для деловых встреч
 3. целевые для отдыха и лечения
 4. целевые для отдыха и туризма

Существуют и другие классификации, но все они носят условный характер, т.к. практика гостиничного бизнеса и сервиса постоянно развивается и обновляется.

3. Характеристика зданий гостиниц. Состав помещений гостиниц. Требования к помещениям гостиничного типа.

Средствами размещения туристов являются любые объекты, которые представляют туристам эпизодически или регулярно место для ночёвки. В качестве дополнительных особенностей можно отметить –

- ✓ Общее число мест для ночёвки превышает некоторый минимум
- ✓ Объект размещения имеет руководство
- ✓ Управление объектом строится на коммерческой основе

Гостиница призвана создать комфортабельные условия для ночёвки туриста и предоставить ему ряд дополнительных услуг. Здание гостиницы является многофункциональным сооружением и содержит технологически сложное оборудование. Строительство и реконструкция здания гостиницы требует крупных инвестиций. В инвестиционный цикл создания гостиницы входят:

- ✓ Формирование инвестиционного портфеля
- ✓ Обоснования необходимости создания гостиницы
- ✓ Инженерная подготовка территории строительства
- ✓ Производство строительно-монтажных и пусконаладочных работ
- ✓ Освоение и сдача объекта в эксплуатацию.

Современная гостиница представляет собой комплекс помещений, которые могут находиться в разных зданиях (характерно для курортной зоны) или в одном здании (характерно для городского отеля). Помещения, где размещаются туристы, обособляются от помещений, связанных с оказанием услуг туристам. Соответствующие помещения располагаются в различных функциональных блоках.

Главные принципы, принимаемые во внимание при сооружении здания гостиницы:

- ✓ Здание должно органично вписываться в окружающую среду, сохраняя особенности городского или сельского ландшафта.
- ✓ Следует учитывать природно-климатические факторы, температуру, влажность воздуха, количество осадков, инсоляцию, скорость и направление ветра и пр.
- ✓ Архитектурное, конструктивное и планировочное решение здания должно обеспечивать экономичность его эксплуатации.
- ✓ При проектировании следует учесть и рекламные соображения – обеспечение оформления фасада здания, подчёркивающего престижность гостиницы, установление рекордов определённого направления (самое высокое здание, самое экзотическое здание и т.п.)
- ✓ Планировка здания должна обеспечить рациональную организацию обслуживания и соответствующий комфорт проживающим.
- ✓ Здание должно соответствовать эстетическим, техническим, санитарно-гигиеническим, экологическим нормам и рекомендациям.
- ✓ Следует предусмотреть возможность реконструкции здания.
- ✓ Следует соблюдать условия экономичности строительства и отделки здания гостиницы.

Гостиницы проектируются на основании документов нормативного и рекомендательного характера, содержание этих документов различается по странам и гостиничным цепям.

В проекте здания гостиницы регламентируются показатели объёма здания, площади застройки, стоимости строительства, материалов, конструкций, инженерного оборудования, предприятий питания, дополнительных услуг, указывается число мест и номеров, а также соотношении мест, размещаемых в номерах разной вместимости.

Выявление потребности в гостиничных местах является сложной проблемой. Для её решения следует располагать соответствующими методами, знать факторы, влияющие на спрос в гостиничных местах, предвидеть будущие изменения спроса и предложения.

Потребность в гостиничных местах зависит от пропускной способности мест притяжения туристов, обеспеченности региона гостиницами и степени их загрузки. Важными ориентирами являются динамика доходов населения, значимость региона, особенности индустрии развлечений, транспортной системы.

Здания гостиниц различаются по признакам –

- ✓ Тип конструкции (блочный, монолитный и каркасный)
- ✓ Вместимость – малые (до 100 мест), средние (100-500), крупные (от 500 и более)
- ✓ Этажность
- ✓ Режим эксплуатации

Интерьер гостиницы должен обладать эстетической и художественной выразительностью, отвечать функциональному назначению помещений. К понятию интерьера и дизайна помещений гостиниц относятся –

- ✓ Освещение
- ✓ Драпировки

- ✓ Оформление стен (обои, панно, картины и т.п.)
- ✓ Ковры и ковровые покрытия

При строительстве гостиниц применяют разнообразные отделочные материалы – более 300 наименований. Наряду с естественным освещением (боковое, верхнее и смешанное) действует и искусственно освещение.

При технической эксплуатации здания гостиницы проводится периодический осмотр его элементов (подвалы, стены, крыша и т.п.). При эксплуатации следует учитывать сезонные особенности того или иного региона и заблаговременно готовить помещения к новому сезону (отопление, кондиционирование). Также следует своевременно осуществлять текущий и капитальный ремонт.

4. Классификация функциональных служб. Системы жизнеобеспечения гостиниц.

По функциональному назначению в гостинице выделяют несколько групп помещений:

- ✓ Вестибюль
- ✓ Жилая часть
- ✓ Помещения для питания гостей
- ✓ Помещения для торгово-бытового обслуживания
- ✓ Помещения для занятий спортом, развлечений и бизнеса
- ✓ Служебные и бытовые помещения
- ✓ Технические помещения

Состав и площадь отдельных групп помещений неодинаковы и зависят от типа гостиницы, условий эксплуатации, её вместимости.

1. Группы помещений вестибюля – одна из ответственных частей гостиницы. Она ориентирована на встречу и проводы гостей, в ней осуществляется функция распределения и перераспределения некоторых работ
2. Жилая часть гостиницы содержит места для ночевки приезжих и помещения для нормального функционирования и поддержания чистоты в номерах
3. В ресторанах, барах, кафе приезжающие наряду с приёмом пищи могут развлекаться и общаться.
4. Состав развлекательных помещений обширен. Сюда включаются киноконцертные, банкетные, танцевальные залы.
5. Спортивные сооружения представлены бассейном, спортивными залами и т.п.
6. Помещения для деловых встреч включают конференц-залы, залы для деловых и банковских операций, выставочные залы.
7. В группе помещений торгово-бытового обслуживания услуги клиентам предоставляют торговые предприятия, парикмахерские, химчистки, фотоателье и т.п.
8. Служебные и бытовые помещения гостиницы обеспечивают условия работы, быта, питания (включая хозяйственные и подсобные нужды) персонала.
9. В технических помещениях располагаются службы, контролирующие работу техники кондиционирования, централизованного мусороудаления, телефона, сигнализации и других систем жизнеобеспечения.

Функциональной зоной гостиницы является также территория, примыкающая к гостиничному зданию. Она обеспечивает изоляцию клиентов и персонала от внешней среды, доступна для приезжих. С этой точки зрения важны расположение гостиницы относительно транспортных узлов, соответствующее рекламное оформление здания. Около гостиницы предусмотрена зона отдыха для гостей, парковка транспортных средств.

Системы жизнеобеспечения гостиницы разнообразны и сложны.

1. Водопроводная сеть обеспечивает здание водой для питьевых и хозяйственно-бытовых нужд. Качество и температура воды должны соответствовать требованиям стандарта страны. Расход воды учитывается отдельно для систем холодного и горячего водоснабжения. Фактическое расходование воды характеризуется по местам водозабора – сауна, бассейн, номерной фонд, прачечная)
2. Для отопления гостиницы применяются различные системы водяного, парового или воздушного отопления. Для жилой части гостиницы обычно имеются отдельные системы отопления. Расход теплоты на отопление зависит от конфигурации здания, его объёма.
3. Система естественно и механической вентиляции применяется для удаления загрязнённого воздуха из помещений и притока свежего воздуха. Системы вентиляции – приточные и вытяжные. В гостиницах обязательно должны иметься технологические средства очищения воздуха от аллергенов и пыли, а также системы кондиционирования воздуха.
4. Система электроснабжения обеспечивает функционирование освещения, нагревательных приборов и различной техники (холодильники, телевизоры, компьютеры, пылесосы и т.п.) В системе электроснабжения обязательно должны быть предусмотрены две изолированные схемы – от основного источника энергии и резервная (аварийная).
5. Система поддержания инженерного оборудования предусматривает систематический контроль эксплуатации и соблюдения нормативных условий использования, своевременное проведение осмотра, текущего и капитального ремонта оборудования.
6. Система слаботочного хозяйства гостиницы обеспечивает функционирование средств связи, пожарной и охранной сигнализации, радиофикации, телевидения, часофикации, автоматизации инженерного оборудования
7. особой системой в современных гостиницах является локальная компьютерная сеть, которая осуществляет информационную поддержку бизнес-центра и отдельных служб. Данная система обеспечивает качественное исполнение таких услуг как бронирование номер и его своевременное предоставление клиенту, бронирование билетов. В современной гостинице работа практически всех функциональных служб компьютеризирована.

Вопросы и задания.

1. Пользуясь дополнительными источниками информации, письменно ответьте на вопросы.

1. Перечислите и дайте краткую характеристику категории гостиничных номеров.

Какие проблемы развития гостиничного хозяйства в РФ, по вашему мнению, актуальны на сегодняшний день?

2. Выберите правильный ответ

1. Правильное соотношение терминов и определений:

Таблица ответов

53

2. Правильное соотношение терминов и определений:

1. мотель 2. Ротель 3. ботель	a. небольшая гостиница на воде b. Передвижная гостиница c. Стационарный корабль, изъятый из эксплуатации и используемый в качестве гостиницы. d. Средство размещения для автотуристов
-------------------------------------	--

Таблица ответов

Тип гостиницы	1	2	3
Определение типа гостиницы (выбрать из второго столбца)			

3. Правильное соотношение терминов и определений:

1. Апартамент 2. Студия 3. Сьюит	a. Номер, предназначенный для размещения широкого контингента клиентов b. Номер в гостиницы, имеющий 2-3 жилые комнаты и кухонное оборудование c. Однокомнатный номер большой площади и свободной планировки, позволяющей использовать часть помещения в качестве гостиной, столовой и кабинета d. Номер площадью не менее 75 кв. м., состоящий из 3-4- жилых комнат с нестандартным дизайном и дополнительным гостевым санузлом.
--	--

Таблица ответов

Тип гостиничного номера	1	2	3
Определение типа гостиничного номера (выбрать из второго столбца)			

4. Правильное соотношение понятий и признаков

5. жилая часть 6. помещения торгово-бытового обслуживания 7. помещения для деловых встреч	a. киноконцертные, банкетные, танцевальные залы b. конференц-залы, залы для банковских операций, выставочные залы c. места для ночевки приезжих и помещения для нормального функционирования и поддержания чистоты в номерах d. торговые предприятия, парикмахерские, химчистки, фотоателье
---	--

Таблица ответов

Часть гостиничного комплекса	1	2	3
Определение части гостиничного комплекса (выбрать из второго столбца)			

5. Одной из главных особенностей российского гостиничного хозяйства является...
- ☐ Преобладание пятизвёздочных отелей
 - ☐ Увеличения числа туристских баз
 - ☐ Сокращение числа гостиниц
 - ☐ Интенсивное развитие гостиничного хозяйства
6. Одной из главных особенностей российского гостиничного хозяйства является...
- ☐ Рост числа апарт-отелей
 - ☐ Увеличение числа туристских баз
 - ☐ Повышение качества обслуживания
 - ☐ Преобладание отелей-гарни
7. Малое или среднее предприятие, оказывающее максимальные услуги высшего качества, клиентами которого являются представители элиты общества
- ☐ Отель-люкс
 - ☐ Отель-гарни
 - ☐ Апарт-отель
 - ☐ Ботель
8. Гостиница, предоставляющая квартирный тип номеров на базе самообслуживания, клиентами которой являются семейные туристы –
- ☐ Отель-люкс
 - ☐ Отель-гарни
 - ☐ Апарт-отель
 - ☐ Ботель
9. Гостиница, чаще всего располагающаяся у автомагистралей и предоставляющая услуги среднего качества –
- ☐ Флотель
 - ☐ Мотель
 - ☐ Ботель
 - ☐ Флайтель
10. Предприятие, предлагающее клиентам две услуги – размещение и континентальный завтрак –
- ☐ Отель-люкс
 - ☐ Отель-гарни
 - ☐ Апарт-отель
 - ☐ Ботель
11. Передвижная гостиница, представляющая собой вагон с одно- и двухместными отсеками, в которых расположены спальные кресла –
- ☐ Флайтель
 - ☐ Ротель
 - ☐ Ботель
 - ☐ Отель-люкс
12. Небольшая гостиница на воде –
- ☐ Флайтель
 - ☐ Ротель
 - ☐ Ботель
 - ☐ Отель-люкс
13. Крупная гостиница, предлагающая туристам комфортабельные номера с большим набором услуг, часто называемая курортом на воде –

- ☐ Флотель
 - ☐ Мотель
 - ☐ Ботель
 - ☐ Флайтель
14. Экзотический вид гостиниц, связанный с передвижением по воздуху –
- ☐ Флайтель
 - ☐ Ротель
 - ☐ Ботель
 - ☐ Отель-люкс
15. Основным требованием, которое предъявляется к зданию гостиницы, является
- ...
- ☐ Определённый набор услуг, соответствующий той или иной категории гостиницы
 - ☐ Качество работы обслуживающего персонала
 - ☐ Соответствие особенностям местного ландшафта
 - ☐ Наличие компьютерной локальной сети
16. Основным требованием, которое предъявляется к зданию гостиницы, является
- ...
- ☐ Наличие услуг швейцара и портье
 - ☐ Наличие крытого плавательного бассейна
 - ☐ Наличие фешенебельных апартаментов
 - ☐ соответствие эстетическим, техническим и экологическим нормам и рекомендациям.
17. Функциональная часть гостиницы, ориентированная на встречу и проводы гостей и решения некоторых административных вопросов –
- ☐ Номерной фонд
 - ☐ Служебные бытовые помещения
 - ☐ Вестибюль
 - ☐ Помещения торгово-бытового обслуживания
18. Рестораны, бары, кафе, столовая входят в состав функциональной группы помещений
- ☐ Помещения торгово-бытового обслуживания
 - ☐ Помещения развлекательного назначения
 - ☐ Помещения для деловых встреч
 - ☐ Помещения общественного питания
19. Банкетный зал входит в состав функциональной группы помещений
- ☐ Помещения торгово-бытового обслуживания
 - ☐ Помещения развлекательного назначения
 - ☐ Помещения для деловых встреч
 - ☐ Помещения общественного питания
20. Службы, контролирующие работу техники кондиционирования, централизованного мусороудаления, телефона, сигнализации и других систем жизнеобеспечения входят в состав функциональной группы помещений
- ☐ Помещения торгово-бытового обслуживания
 - ☐ Помещения развлекательного назначения
 - ☐ Технические помещения
 - ☐ Помещения общественного питания
21. При строительстве здания гостиницы учитывают ...

- ☐ Определённый набор услуг, соответствующий той или иной категории гостиницы
 - ☐ Качество работы обслуживающего персонала
 - ☐ Возможность использования фасада в качестве рекламы
 - ☐ Наличие компьютерной локальной сети
22. При строительстве здания гостиницы учитывают ...
- ☐ Наличие услуг швейцара и портье
 - ☐ Наличие крытого плавательного бассейна
 - ☐ Наличие фешенебельных апартаментов
 - ☐ Возможность реконструкции и перепланировки
23. Критерием, который используются для определения категории гостиницы, является
- ☐ оснащение мебелью и инвентарём
 - ☐ продолжительность пребывания гостей
 - ☐ этажность здания гостиницы
 - ☐ месторасположение гостиницы
24. Критерием, который используются для определения категории гостиницы, является
- ☐ Дизайн внутреннего интерьера
 - ☐ этажность здания гостиницы
 - ☐ архитектурный стиль здания
 - ☐ качество помещений, предоставляющих услуги питания
25. Гостиница, насчитывающая 100-150 номеров относится к категории -
- гостиница
- ☐ Средняя
 - ☐ Малая
 - ☐ Большая
 - ☐ гигант
26. Гостиница, насчитывающая 150-400 номеров, относится к категории -
- гостиница
- ☐ Средняя
 - ☐ Малая
 - ☐ Большая
 - ☐ гигант
27. Гостиница, насчитывающая 400-1000 номеров, относится к категории -
- гостиница
- ☐ Средняя
 - ☐ Малая
 - ☐ Большая
 - ☐ гигант
28. Гостиница, насчитывающая более 1000 номеров, относится к категории –
- гостиница-...
- ☐ Средняя
 - ☐ Малая
 - ☐ Большая
 - ☐ гигант
29. Наиболее распространенной системой классификации гостиниц по уровню комфортности и предоставляемого сервиса, которая в основном распространена в Европе и России, является

- ☐ Система букв
- ☐ Система корон или ключей
- ☐ Система звёзд
- ☐ Балловая система

30. В основе разделения гостиниц на гостиницы с пансионом и обычные гостиницы лежит принцип ...

- ☐ Продолжительность работы
- ☐ Обеспечение питанием
- ☐ Уровень цен
- ☐ Продолжительность пребывания клиентов

31. В основе разделения гостиниц на бюджетные, экономичные, первоклассные, апартаментные и фешенебельные лежит принцип ...

- ☐ Продолжительность работы
- ☐ Обеспечение питанием
- ☐ Уровень цен
- ☐ Продолжительность пребывания клиентов

Семинар № 1.

Технологическая инфраструктура размещения туристов.

1. Понятие «гостиничный комплекс».
2. Характеристика зданий гостиниц.
3. Состав помещений гостиниц. Требования к помещениям гостиничного типа.
4. Функциональные службы. Системы жизнеобеспечения гостиниц.
5. Теоретические вопросы типологии и классификации гостиниц.

Доклады:

1. Туристские базы (виды и их описание)
2. Кемпинги (виды и их описание)
3. Таймшер
4. Курортные гостиницы (виды и их описание)
5. Апарта-отели
6. Мотели
7. Плавающие гостиницы (виды и их описание)

Литература.

1. Джон Р. Уокер. В гостеприимство: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ, 2015.
2. Организация и управление гостиничным бизнесом: Учебник/ Под ред. Лесника А.А., Маицкого И.П., Чернышова А.В. – М., 2017.
3. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебник / Под ред. проф. Чудновского А.Д. – М., 2016.
4. Индустрия рекреационных и туристских комплексов: Учебное пособие / Под ред. Вайнштейна С.Ю. – Новосибирск, 2016.
5. Гостиничный и туристский бизнес: Учебник / Под ред. проф. Чудновского А.Д. – М., 2016.
6. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. А.Д.Чудновский. М,209
7. Гостиничный и туристский бизнес Ю.Ф.Волков. Ростов-на-Дону,2016
8. Гостиничные комплексы. Организация и функционирование. Романов. В.А., Цветкова С.Н., Швецова Т.В., Карашенко В.В.М,20162
9. Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов. Учебное пособие. М., Новое издание, 2017

Методические рекомендации.

Данный семинар является теоретическим.

Целью данного семинарского занятия является расширение и развитие основных знаний об организационной структуре гостиничного комплекса, об основных типологиях гостиниц и критериях различных классификаций.

При подготовке первого вопроса следует обратить внимание на то, что в различной учебной литературе используются два достаточно широких понятия - «средство размещения» и «гостиничный комплекс». В данном случае необходимо дать чёткое определение этих понятий, и объяснить их основные отличия. Также необходимо объяснить, почему современную гостиницу чаще всего называют гостиничным комплексом.

При подготовке второго вопроса необходимо дать подробную характеристику зданий гостиничных комплексов, перечислить основные требования, предъявляемые к зданию гостиницы.

При подготовке третьего вопроса необходимо перечислить состав помещений гостиничного комплекса, определить, какие помещения являются необходимыми и обязательными в здании гостиницы и почему. Также в данном вопросе следует охарактеризовать основные требования, предъявляемые к помещениям гостиницы и пояснить, чем обоснованы эти требования.

В четвёртом вопросе необходимо перечислить все функциональные службы гостиницы, определить какие функциональные службы являются обязательными и с чем

это связано. Также в этом вопросе целесообразно дать характеристику систем жизнеобеспечения гостиничных комплексов, охарактеризовать их работу и новейшие технические достижения, которые используются в современных гостиницах.

Пятый вопрос является наиболее объёмным, но предполагает индивидуальную работу, а именно подготовку докладов. Желательно, чтобы доклады по возможности имели наглядное сопровождение в виде компьютерной презентации, т.к. на словах описать внешние особенности той или иной гостиницы сложно. В данном случае целесообразно использовать рекламную информацию тех или иных гостиниц, размещённую в Интернете.

Семинар № 2

Размещение туристов в гостиничных комплексах.

(практическое занятие №2)

1. Общие правила и материально-бытовые условия размещения туриста в гостинице.
2. Особенности и материально-бытовые условия размещения туристов в разных типах гостиниц.
3. Деловая игра-ситуация «размещение туриста» (ролевая игра).

Доклады:

1. Условия и особенности размещения туристов в отеле.
2. Условия и особенности размещения туристов в кемпинге
3. Условия и особенности размещения туристов в курортной гостинице
4. Условия и особенности размещения туристов на туристской базе.
5. Условия и особенности размещения туристов в экзотических видах гостиниц.

Литература.

10. Джон Р. Уокер. В гостеприимство: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ, 2015.
11. Организация и управление гостиничным бизнесом: Учебник/ Под ред. Лесника А.А., Маицкого И.П., Чернышова А.В. – М., 2017.
12. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебник / Под ред. проф. Чудновского А.Д. – М., 2016.
13. Индустрия рекреационных и туристских комплексов: Учебное пособие / Под ред. Вайнштейна С.Ю. – Новосибирск, 2016.
14. Гостиничный и туристский бизнес: Учебник / Под ред. проф. Чудновского А.Д. – М., 2016.
15. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. А.Д.Чудновский. М,209
16. Гостиничный и туристский бизнес Ю.Ф.Волков. Ростов-на-Дону,2016
17. Гостиничные комплексы. Организация и функционирование. Романов. В.А., Цветкова С.Н., Швецова Т.В., Карашенко В.В.М,20162
18. Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов. Учебное пособие. М., Новое издание, 2017

Методические рекомендации.

Целями данного практического занятия являются...

-  Развитие практических знаний об особенностях гостиниц разного типа
-  Формирование умений организовывать размещение туристов в гостиничных комплексах в соответствии с типом гостиницы
-  Формирование и развитие навыков делового общения

Данное практическое занятие состоит из двух частей. Основная часть представляет собой «круглый стол», на котором обсуждаются актуальные вопросы, связанные с материально-бытовыми условиями размещения гостей. Вторая часть – это деловая ситуация, которая проходит в форме ролевой игры.

Первый вопрос обсуждается на «круглом столе», он является обязательным для изучения всеми студентами. В данном случае студенту необходимо выявить и раскрыть стандартные материально-бытовые условия размещения туриста в гостиничном комплексе.

Второй вопрос является более объёмным, но предполагает индивидуальную работу, а именно подготовку докладов, каждый из которых должен иметь наглядное сопровождение в виде компьютерной презентации. При подготовке докладов следует обратить внимание на материально-бытовые условия, которые может предложить туристам гостиница того или иного вида. Также в докладе желательно привести конкретные примеры того или иного типа гостиниц, которые существуют в нашей стране. При подготовке докладов стоит воспользоваться рекламной информацией, в том числе и из Интернета.

Третий вопрос предполагает выявить практические знания, необходимые для размещения туриста в гостинице, а также навыки делового общения. Данная деловая ситуация проходит в форме ролевой игры и предполагает творческие задания для студентов:

-  Роль туриста, размещающегося в гостинице определённого типа (конкретный тип гостиницы определяется на самом занятии)
-  Роль менеджера гостиницы, предлагающего размещение в гостинице (необходимо чётко представить «клиенту» перечень услуг гостиницы в соответствии с её назначением и типом)

От студента, играющего роль туриста, требуются умения задать вопросы, касающиеся условия проживания в номере и возможности, которые может предложить гостиница. Более сложная задача предлагается студенту, играющему роль менеджера гостиницы по приёму гостей – здесь необходимо чётко и лаконично представить «гостю» условия проживания в номере и перечислить всё, что может предложить гостиница. Критерием для оценивания участия в деловой ситуации является, прежде всего, теоретические и практические знания, которые демонстрирует «менеджер гостиницы», активность, творческая инициатива и артистизм, который как таковой необходим в любой профессии, связанной с общением.

Тема 4. Управление и организация размещения туристов

В результате изучения данной темы необходимо...

иметь представление

- ✓ об организационных структурах управления гостиницей;
- ✓ об основных функциях гостиничных служб и отделов.

знать

- ✓ управленческую и обслуживающую структуру гостиничных комплексов

уметь:

- ✓ организовывать размещение туристов в рамках деятельности этих структур

Содержание темы.

План:

1. Управленческая структура гостиниц и отделов обслуживания.
2. Администрация гостиницы. Отдел кадров. Служба маркетинга и продаж. Служба бухгалтерского учета гостиницы.
3. Служба управления номерным фондом.
4. Служба питания.
5. Медицинская служба. Инженерно-технические службы.

1. Управленческая структура гостиниц и отделов обслуживания.

Объекты гостиничного бизнеса – это один из важнейших видов предприятий экономической деятельности со сложной организационной структурой, характеризующейся распределением целей и задач управления между структурными подразделениями и отдельными работниками.

Под структурой управления понимается упорядоченная совокупность взаимосвязанных элементов, находящихся между собой в устойчивых отношениях, обеспечивающих их развитие и функционирование как единого целого. В рамках структуры протекает управленческий процесс, между участниками которого распределены функции и задачи управления. Организационная структура – это форма разделения и кооперации и управленческой деятельности, в рамках которой происходит процесс управления.

Элементами структуры управления являются –

- ✓ *Работник управления* – человек, выполняющий определённую функцию управления
- ✓ *Орган управления* – группа работников, связанных определёнными отношениями, состоящая из первичных групп.
- ✓ *Первичная группа* – коллектив работников управления, у которого есть руководитель, но нет подчинённых.

Структура управления характеризуется наличием связей между её элементами.

Горизонтальные связи носят характер согласования и являются одноуровневыми.

Вертикальные связи – связи подчинения, возникают при наличии нескольких уровней управления. Вертикальные связи могут носить линейный и функциональный характер.

Линейные связи означают подчинение линейным руководителям, т.е. по всем вопросам управления. **Функциональные связи** имеют место при подчинении по определённой группе проблем функциональному руководителю.

Структура управления должна отражать цели и задачи предприятия, быть подчинённой производству и меняться вместе с ним. Она должна отражать функциональное разделение труда и объём полномочий работников управления. Полномочия работников управления определяются политикой, процедурами, правилами и должностными инструкциями и расширяются, как правило, в направлении более высоких уровней управления. Полномочия руководителей ограничиваются факторами внешней среды, уровнем культуры и ценностными ориентациями, принятыми традициями и нормами.

1.Линейная структура образуется в результате построения аппарата управления только из взаимоподчинённых органов в виде иерархической лестницы (составьте схему на рис.1).

Полномочия руководителей ограничиваются факторами внешней среды, уровнем культуры и ценностными ориентациями, принятыми традициями и нормами.

Во главе каждого структурного подразделения находится руководитель, наделённый всеми полномочиями и осуществляющий единоличное руководство подчинёнными ему работниками, сосредотачивающий в своих руках все функции управления. Сам руководитель находится в непосредственном подчинении руководителя высшего уровня.

В линейной структуре разделение системы управления на составляющие части осуществляется по производственному признаку с учётом степени концентрации производства, технологических особенностей, широты номенклатуры продукции. При таком построении в наибольшей степени соблюдается принцип единоначалия – одно лицо сосредотачивает в своих руках управление всей совокупностью операций, подчинённые выполняют распоряжения только одного руководителя. Данная структура чаще всего используется мелкими и средними предприятиями.

Преимущества –

- ✓ Единство и чёткость распорядительства
- ✓ Согласованность действий исполнителей
- ✓ Чёткая система взаимных связей между руководителем и подчинёнными
- ✓ Быстрота реакции в ответ на прямые указания
- ✓ Получение исполнителями согласованных между собой распоряжений и заданий, обеспеченных ресурсами
- ✓ Личная ответственность руководителя за конечные результаты деятельности своего структурного подразделения.

Недостатки –

- ✓ Высокие требования к руководителю, который должен иметь обширные, разносторонние знания и опыт по всем функциям управления и сферы деятельности, которую осуществляют подчинённые, что ограничивает возможности руководителя по эффективному управлению
- ✓ Перегрузка менеджеров высшего уровня, огромное количество информации, поток бумаг, множественность контактов с подчинёнными и вышестоящим начальством
- ✓ Тенденция к волоките при решении вопросов, касающихся нескольких подразделений
- ✓ Отсутствие звеньев по планированию и подготовке управленческих решений.

2.Линейно-штабная структура включает в себя специально созданные при линейных руководителях подразделения, которые не обладают правом принятия решений и руководства каким-либо нижестоящим подразделением (Составьте схему на Рис. 2).

Главная задача штабных подразделений состоит в оказании помощи линейному менеджеру в выполнении отдельных функций управления. К штабным подразделениям относят службу контроллинга, отделы координации и анализа, группу сетевого планирования, социологическую, юридическую службы. Создание штабных структур – шаг в сторону разделения труда менеджеров. Часто менеджеры штабных подразделений наделяются правами функционального руководства. К ним относят планово-экономический отдел, бухгалтерию, отдел маркетинга, отдел управления персоналом.

Преимущества –

- ✓ Более глубокая и осмысленная подготовка управленческих решений.
- ✓ Освобождение линейных менеджеров от чрезмерной нагрузки
- ✓ Возможность привлечения специалистов и экспертов в определённых областях

Недостатки –

- ✓ Недостаточно чёткая ответственность, т.к. готовящий решение не участвует в его реализации
- ✓ Тенденция к чрезмерной централизации
- ✓ Сохранение высоких требований к высшему руководству, принимающему решения.

3.Функциональная структура предполагает, что каждый орган управления специализируется на выполнении отдельных функций на всех уровнях управления (составьте схему на рис.3)

Выполнения указаний каждого функционального органа в пределах его компетенции является обязательным для производственных подразделений. Решения по общим вопросам принимаются коллегиально. Функциональная специализация аппарата управления значительно повышает его эффективность, т.к. на место универсальных менеджеров, которые должны разбираться в выполнении всех функций, появляется штаб высококвалифицированных специалистов. Структура нацелена на выполнение постоянно повторяющихся рутинных задач, не требующих оперативного принятия решений. Используется в управлении организациями с массовым или крупносерийным типом производства, а также при хозяйственном механизме затратного типа, когда производство наименее восприимчиво к НТП.

Преимущества –

- ✓ Высокая компетентность специалистов
- ✓ Освобождение линейных менеджеров от решения многих специальных вопросов и расширение их возможностей по оперативному управлению производством
- ✓ Создаётся основа использования в работе консультаций опытных специалистов, уменьшая потребность в специалистах широкого профиля.

Недостатки –

- ✓ Трудности поддержания постоянных взаимосвязей между различными функциональными службами
- ✓ Длительная процедура принятия решений
- ✓ Отсутствие взаимопонимания и единства действий между функциональными службами.
- ✓ Снижение ответственности исполнителей за работу в результате того, что каждый исполнитель получает указания от нескольких руководителей
- ✓ Дублирование и несогласованность указаний и распоряжений, получаемых работниками, поскольку каждый функциональный руководитель и специализированное подразделение ставят свои вопросы на первое место

4. Линейно-функциональная структура обеспечивает такое разделение управленческого труда, при котором линейные звенья управления призваны командовать, а функциональные – консультировать, помогать в разработке конкретных вопросов и подготовке соответствующих решений, программ, планов. Руководители функциональных подразделений осуществляют влияние на производственные подразделения формально. Как правило они не имеют права самостоятельно отдавать распоряжения. Роль функциональных служб зависит от масштабов хозяйственной деятельности и структуры управления фирмой в целом. Функциональные службы осуществляют всю техническую подготовку производства, подготавливают варианты решений вопросов, связанных с руководством.

Достоинства –

- ✓ Освобождение линейных руководителей от решений многих вопросов, связанных с планированием финансовых расчётов, материально-техническим обеспечением и др.
- ✓ Построение связей «руководитель - подчинённый» по иерархической лестнице, при которых каждый работник подчинён только одному руководителю.

Недостатки –

- ✓ Каждое звено заинтересовано в достижении своей узкой цели, а не общей цели предприятия
- ✓ Отсутствие тесных взаимосвязей и взаимодействий на горизонтальном уровне между производственными подразделениями
- ✓ Чрезмерно разветвлённая система взаимодействия по вертикали.

Организационная структура гостиницы определяется его назначением, вместимостью номерного фонда, спецификой гостей и другими факторами.

Помимо организационной структуры управления в гостиничном хозяйстве можно выделить и производственную организационную структуру. Производственная структура – это разделение экономического объекта на части, элементы по производственно-технологическим принципам (бронирование, размещение, оплата услуг и т.п.)

В организационной структуре современных гостиниц выделяют две основные службы – службу размещения и службу питания. Это исходит из специфики предприятий гостеприимства, которые оказывают две главные услуги – безопасное и комфортное проживание и питание. Другие службы гостиницы выполняют функцию поддержки основной деятельности гостиницы. Роль и функции служб предприятия, оказывающего полный комплекс услуг гостинично-ресторанной специализации, фиксируется в их организационных структурах.

Организационная структура отеля влияет на большинство показателей деятельности гостиницы. Чтобы оперативно и качественно оказывать клиентам заявленный диапазон услуг, отель должен иметь отлаженный механизм их предоставления. Различные по размерам и характеру специализации гостиницы, без сомнения, будут иметь и особенности в своей организационной структуре, но всё-таки при любой конкретной форме организации должны гарантированно выполняться важнейшие функции отеля. Важным фактором является гармония в деятельности всех структурных подразделений гостиницы.

Организационная структура гостиницы – это функционально-технологическая система, обеспечивающая его деятельность.

Основная деятельность гостиницы связана с оказанием услуг. Их предоставление осуществляется по правилам публичного договора, который определяет условия и стоимость услуг и действует одинаково по отношению ко всем, кто обратился в гостиницу.

В структуре каждого гостиничного предприятия имеются основные службы, вспомогательные и дополнительные службы.

Основные службы –

- ✓ Служба приёма и размещения
- ✓ Служба бронирования
- ✓ Служба обслуживания
- ✓ Служба эксплуатации номерного фонда и оказания услуг
- ✓ Служба питания
- ✓ Служба безопасности
- ✓ Отдел маркетинга
- ✓ Отдел по связям с общественностью.

2. Администрация гостиницы. Отдел кадров. Служба маркетинга и продаж. Служба бухгалтерского учета гостиницы.

Особыми подразделениями в гостиничном хозяйстве являются администрация, которая собственно и осуществляет управление гостиницей, отдел кадров, служба бухгалтерского учёта, служба маркетинга и продаж.

Администрация гостиницы – руководители (менеджеры, управляющие, директора и т.п.) выполняют различные функции управления гостиничным хозяйством и оказания тех или иных услуг. Директор гостиницы – организует работу и обеспечивает экономическую эффективность деятельности гостиницы, контролирует качество обслуживания в гостинице и выполняет ряд других функций, которые направлены в основном на обеспечение качественного сервиса в гостинице. Администратор гостиницы осуществляет

работу по эффективному и культурному обслуживанию клиентов, созданию комфортных условий их проживания в гостинице, консультирует клиентов, предоставляет им необходимую информацию, касающуюся услуг, решает конфликтные ситуации, контролирует нормальную работу обслуживающего персонала, своевременное оформление номеров и их подготовку к приёму гостей. Директор номерного фонда обеспечивает нормальную работу номерного фонда, контролирует содержание номеров в надлежащем порядке, организует и контролирует работу горничных, нормальное распределение номеров и другие функции, связанные с нормальной работой номерного фонда.

Отдел кадров осуществляет приём работников в гостиницу, ведёт учёт работы сотрудников гостиницы в соответствии со стажем, квалификации и объёмом выполняемых работ.

Отдел продаж отвечает за заполняемость гостиницы: его сотрудники заключают договор с турагентствами и другими заинтересованными структурами. Рядовые менеджеры по продажам выполняют всю работу с документами (подготовка контрактов, отправка факсов), а руководители непосредственно ведут переговоры. Вообще, чтобы продавать гостиничные номера, надо иметь особый склад характера, уметь вызывать доверие, ненавязчиво убеждать. Общение с людьми, открытое и доброжелательное – главная составляющая гостиничного бизнеса.

Служба маркетинга и связей с общественностью. Для многих знакомство с отелем начинается именно с этого подразделения. Обязанности работников, занятых в этом отделе, можно разделить на 4 группы:

- ✓ Продажа
- ✓ Услуги по организации конференций
- ✓ Реклама
- ✓ Связь с общественностью

Основная цель отдела маркетинга – продажа продукции и услуг гостиницы, поэтому маркетологи работают в тесном сотрудничестве с административной службой и конференц-менеджерами. На раннем этапе маркетологи исследуют рынок и определяют тот сегмент, на который они будут ориентироваться. Затем они изучают работу своих конкурентов, определяя их слабые и сильные стороны.

Специалисты по связям с общественностью должны предоставить возможным гостям привлекательную информацию о работе гостиницы. В обязанности отдела входят – разработка и принятие макетов, проспектов и других рекламных информационных изданий, представление отеля и его услуг будущим гостям, связь со средствами массовой информации, организация пресс-конференций.

Служба бухгалтерского учета гостиницы. Данная служба выполняет функцию, характерную абсолютно для любого предприятия. Особенностью гостиниц является то, что они имеют несколько направлений деятельности, соответственно, и видов выручки от реализации, основной из которых является выручка от сдачи номеров. Современные гостиницы предоставляют своим клиентам целый комплекс услуг. Нередко гостиницы на своём балансе содержат рестораны, бары, сауны, автостоянки и т.д., поэтому гостиничный комплекс может столкнуться с различными системами налогообложения. Это требует от службы бухгалтерского учёта обязательного раздельного учёта по видам предоставляемых услуг.

Для того, чтобы правильно организовать бухгалтерский и налоговый учёт в любой гостинице, необходимо в первую очередь представлять себе весь операционный процесс обслуживания гостей и знать, какие первичные документы при этом должны быть оформлены на каждом из этапов процесса. Поэтому бухгалтеру следует особое внимание обратить формам первичного учёта, которые вместе с краткими указаниями по их применению и заполнению утверждены Приказом Минфина РФ от 13.12.1993 г. №121.

Указанные формы первичного учёта применяются всеми гостиницами независимо от их организационно-правовой формы без каких-либо изменений и дополнений.

Перечень форм документов строго отчётности:

1. Анкета (форма №1-Г)
2. Журнал регистрации иностранных граждан (2-Г)
3. Счёт (3-Г)
4. Счёт (3-Гм)
5. Карта гостя (4-Г)
6. Кассовый счёт (5-Г)
7. Расчёты оплаты за бронирование и проживание по безналичному расчёту (7-Г)
8. Квитанция на возврат денег (8-Г)
9. Акт о прочее имущества гостиницы (9-Г)
10. Заявка на бронирование мест (10-Г)
11. Автостоянка (11-Г)
12. Квитанция на предоставление дополнительных платных услуг (12-Г)
13. Квитанция на приём вещей в камеру хранения (13-Г)

3. Служба управления номерным фондом.

Служба управления номерным фондом. Службы приема и размещения. Служба хозяйственного обеспечения и обслуживания. Служба безопасности. Обслуживающий персонал в униформе. Служба телефонистов (коммутаторов).

Служба управления номерным фондом.

Самым ответственным в гостиничном хозяйстве является подразделение, ведающее номерным фондом. Весь успех гостиницы, даже если доходы ресторана оказывают на него позитивное воздействие, полностью зависит от того, насколько прибыльным и успешным является этот сектор хозяйства гостиницы. Доходы от продажи размещения составляют 70-80% чистой прибыли. В зависимости от размеров предприятия, служба управления номерным фондом может состоять из одного или нескольких звеньев. Главные из них, составляющие основу службы, - это горничные, дежурные по этажу, уборщицы, старшие горничные.

Должность руководителя, отвечающего за успешную работу этого подразделения, в разных гостиницах может называться по-разному: начальник управления номерным фондом, заведующий этажами, заведующий корпусом, заместитель генерального директора. В любом случае, руководитель, отвечающий за работу номерного фонда, входит в высшее руководящее звено гостиницы.

Лицо, занимающее такую должность, несёт ответственность за работу персонала по поддержанию чистоты и порядка в жилых помещениях гостиницы. К жилым помещениям относятся номера, коридоры, фойе, переходы и все общественные туалеты. Служебные помещения включают зоны обслуживания и переходы между ними, а также все служебные кабинеты. Обязанность службы горничных состоит в сохранении в этих помещениях чистоты и порядка. Производной от этой функции является функция информирования службы портье о готовности номеров к заселению.

Типичная бригада по уборке помещений состоит из старшей горничной, горничных и уборщиц. Обязанности этих работников заключаются в следующем:

- ✓ Старшая горничная получает задание, которое перераспределяет среди подчинённых с учётом штатного расписания, а также выполняет все административные функции, возложенные на неё исполнительным директором;
- ✓ Горничные и уборщицы выполняют распоряжения старшей горничной;
- ✓ Дежурные по этажу осуществляют двойной контроль за качеством работы смены горничных. В их обязанности входит передача в службу портье информации о

свободных и занятых номерах с тем, чтобы свободные были проданы, а занятые – учтены системой контроля.

Ежедневной обязанностью горничной является выполнение сменного задания, т.е. уборка номеров независимо от того, заняты они или нет, а по окончании уборки – информирование дежурной по этажу с целью учёта и проверки качества.

Служба приёма и размещения обеспечивает приём клиентов, прибывающих в гостиницу, регистрацию и размещение их по номерам.

К важнейшим функциям службы приёма относятся приветствие гостя и выполнение необходимых формальностей при его размещении. Сотрудник службы приёма (**портье**) является после швейцара, стоящего у входа, практически первым сотрудником гостиницы, с которым контактирует гость.

Менеджер службы приёма должен обладать всей возможной информацией о гостинице, уметь чётко планировать всю работу, осуществлять постоянный контроль за работой своего отдела. Все вопросы, проблемы и недоразумения гостей должны разрешаться также с его помощью.

Главная функция портье – информационное обслуживание.Guests информируют о видах обслуживания, предоставляемых гостиницей, местных достопримечательностях, особенностях, работе почты, транспорта и т.д. От того, как примут гостя, как его поприветствуют, как быстро будут выполнены необходимые формальности (проверка бронирования, заполнение анкеты, предоплата), во многом зависит первое впечатление о гостинице в целом. В связи с этим к службе приёма предъявляются следующие требования:

- ✓ Служба приёма должна быть расположена в непосредственной близости от входа в гостиницу. В случае большой площади гостиничного вестибюля динамичный характер интерьера должен сориентировать гостя в направлении расположения стойки службы приёма (стойка портье)
- ✓ Стойка портье должна быть чистой, на ней не должно быть беспорядочно разбросанных бумаг и ненужных предметов
- ✓ Сотрудники службы приёма должны иметь безупречный внешний вид и вести себя соответствующим образом. С гостями необходимо разговаривать только стоя. Нельзя заставлять гостей ждать. Портье должен осознавать, что его главная обязанность – встретить гостей и составить хорошее первое впечатление.

К функциям службы приёма также относятся:

- ✓ Распределение номеров и учёт свободных мест в гостинице, выписка счетов и производство расчётов с клиентами. До прибытия гостя служба приёма получает из службы бронирования обработанные заявки, в соответствии с которыми составляет карту движения номерного фонда, помогающую вести учёт свободных мест в гостинице. В большинстве крупных гостиниц эта операция производится автоматически с использованием специальной компьютерной программы. В малых и средних гостиницах до недавнего времени для этой цели использовался специальный номерной щит с ячейками, куда вставлялись разноцветные карточки, цвет которых определялся количеством дней пребывания клиента в гостинице.
- ✓ Выдача ключей от номеров. В службе приёма также расположен щит для ключей от номеров. Как правило, он снабжается специальными ячейками для корреспонденции, телефонограмм и другой письменной информации, адресованной гостям. Сразу после размещения расчётная часть открывает счёт на имя гостя. Обычно гость пользуется услугами различных служб гостиницы, предъявляя визитную карточку или называя номер комнаты. Эти службы дают сведения о расходах гостя в расчётную часть, которая включает их в общий счёт.

В конце пребывания гостя расчётная часть рассчитывается с ним и информирует об этом все гостиничные службы.

- ✓ Ведение картотеки гостей. На каждого гостя после его пребывания в гостинице заполняется специальная карточка, в которой содержится информация, предоставленная всеми службами гостиницы, имевшими контакт с гостем. При повторном приезде гостя благодаря этой информации персонал может значительно повысить качество обслуживания, во многом превосхитив предпочтения и пожелания гостя. Подобная работа позволяет приобретать постоянных клиентов и является дополнительной рекламой гостиницы. На современных гостиничных предприятиях создается банк данных о клиенте с помощью компьютерной программы.

Служба хозяйственного обеспечения и обслуживания.

С точки зрения клиента именно данная служба является важнейшей в гостинице, т.к. она работает с ним непосредственно и выполняет все функции, связанные с обслуживанием гостей. Службе обслуживания подчиняются рассыльные, водители (обслуживают арендованные машины и паркуют автомобили клиентов), горничные, старшие горничные, дежурные по этажам.

К обязанностям персонала службы обслуживания относятся:

- ✓ Подножка багажа. Для маркировки багажа в гостинице необходимо иметь фирменные наклейки и бирки, которые привязываются или приклеиваются к чемодану с указанием комнаты и фамилии клиента. В гостиницах низших категорий иногда для этих целей используется мел.
- ✓ Сортировка и передача приходящей на имя гостей корреспонденции. Корреспонденция должна вручаться клиенту в закрытом виде, лучше всего в специальном фирменном конверте, на котором указывается фамилия клиента, номер комнаты. Оформленная в таком виде корреспонденция укладывается в специальные ячейки-ящечки на щите для ключей в службе приёма вместе с ключами.
- ✓ Заказ авиа-, железнодорожных, автобусных билетов, справки о работе международного, междугороднего или внутреннего транспорта.
- ✓ Приём заказов на экскурсии, в театры, городские рестораны и т.д.
- ✓ Информация о местных достопримечательностях, расписание работы музеев, выставок, репертуаров театров, кинотеатров, часы работы магазинов.
- ✓ Резервирование мест в парикмахерскую, косметический салон, на приём к врачу и т.п.
- ✓ Предоставление в аренду машин с услугами или без услуг водителя, вызов такси.
- ✓ Помощь в экстренных случаях.
- ✓ Выполнение мелких поручений клиента.

Персонал службы обслуживания должен быть осведомлён о перечне услуг, имеющихся в гостинице, гостиничных мероприятиях (дегустация кухонь в ресторане при гостинице, варьете, конгрессы и т.п.), мероприятиях в городе. В обязанности данной службы входит контроль за обновлением гостиничной информации и рекламы. Служба работает 24 часа в сутки 365 дней в году и обязана оказывать услуги гостю по первому его зову.

Служба безопасности.

Личная безопасность гостей и гарантированная сохранность их собственности – важный аспект в работе любой гостиницы. Служащие обязаны по закону принимать меры предосторожности, чтобы защитить от грабежа, мошенничества, насилия и прочих преступлений против личности. Они несут ответственность за ущерб, нанесённый гостям

во время их проживания в гостинице. Служба безопасности занимается следующими проблемами:

- ✓ Разработка процедур реагирования на чрезвычайные происшествия;
- ✓ Повседневная безопасность гостевых комнат;
- ✓ Контроль ключей,
- ✓ Предотвращение краж, контроль за замками;
- ✓ Контроль доступа в здание гостиницы;
- ✓ Система охранной сигнализации;
- ✓ Контроль территории;
- ✓ Наружное освещение;
- ✓ Система наблюдения с помощью телемониторов;
- ✓ Сейфы и несгораемые шкафы;
- ✓ Сбор и хранение информации.

Все эти программы нацелены на профилактику преступлений, которые могут быть совершены против личности гостей. Поэтому главная цель службы безопасности – предотвращение неприятных ситуаций.

Служба безопасности должна адекватно реагировать на чрезвычайные ситуации. В гостиницах большинство преступлений совершается между 18:00 вечера и 4:00 утра, когда на рабочих местах находится меньше служащих, особенно на этажах. Поэтому службе безопасности необходимо иметь разработанную процедуру на каждую возможную чрезвычайную ситуацию. В последнее время безопасность номерного фонда стала намного надёжнее с введением электронных замков. Пластиковый ключ кодируется в офисе главного администратора и выдаётся гостю. Код этот действует только на время проживания в номере гостя и сего отъездом становится недействительным. Наблюдение с помощью телевизионных мониторов помогает снизить количество краж в номерах и нападений на гостей в стенах гостиницы. Размещенные в стратегически важных местах телекамеры оповещают о всех передвижениях в вестибюле, у стола кассира, на этажах. Эти открытые камеры – большое подспорье для службы безопасности гостиницы, которая может наблюдать за всем, что может происходить в коридорах и холлах.

Самой серьёзной проблемой службы безопасности является проблема ключей от гостевых комнат. Обычно в кабинете главного администратора хранятся дубликаты ключей от всех номеров, необходимо время от времени делать выборку и перепроверять ключи. Должен быть журнал регистрации для сотрудников, которые пользуются ключами. В некоторых гостиницах в удостоверениях обслуживающего персонала делаются пометки о том, какие ключи работник может брать под расписку в службе портье.

Для предотвращения краж в некоторых номерах по просьбе клиента устанавливаются индивидуальные сейфы (за дополнительную плату). В многих гостиницах имеется специальная камера хранения или сейфовая кладовая.

Служба телефонистов (коммутаторов).

Служба телефонной связи является необходимой службой в работе гостиницы. Она осуществляет связь с внешним миром и между подразделениями гостиницы. Сотрудник телефонной службы обязан знать правила ведения телефонных переговоров, расположение гостиничных служб, служебные обязанности всех сотрудников гостиницы. Качество услуг должно быть особенно высоко в гостиницах для деловых людей, т.к. от чёткости и быстроты передачи информации часто зависит успешный бизнес клиентов гостиницы. Для чёткого приёма и передачи сообщения по телефону, работник должен пользоваться рядом подручных средств:

- ✓ Алфавитный список гостей, с указанием номеров, где они проживают.
- ✓ Алфавитный список сотрудников гостиницы с указанием их внутренних и городских телефонов.

- ✓ Телефоны милиции, пожарной службы, скорой помощи, больниц, службы доверия, аэропортов, железнодорожных вокзалов.
- ✓ Указатель наиболее крупных промышленных и торговых фирм, функционирующих в данном регионе.
- ✓ Телефонная книга с указанием частных городских телефонов.
- ✓ Адреса и телефоны других гостиниц
- ✓ Списки кодов других городов и стран
- ✓ Транскрипционная доска (с её помощью записываются фамилии и названия)
- ✓ Блокнот с копировальной бумагой и ручкой
- ✓ Авиационное и железнодорожное расписание
- ✓ Курсы валют
- ✓ Таблица часовых поясов и т.д.

Телефонный разговор условно можно разделить на три части – приём телефонного разговора

Соединение с нужной службой, приём информации.

Существуют определённые требования к ведению телефонного разговора:

- ✓ Работник обязан досконально знать устройство, функции и технические возможности телефонного аппарата или коммутатора.
- ✓ Соблюдать правила вежливости, говорить чётко, без запинок, разговор вести в доброжелательном тоне.
- ✓ Чётко определить фамилию звонящего и причину его звонка
- ✓ Отвечать на все вопросы звонящего или переключать на требуемый номер или необходимую службу.
- ✓ Использовать специальные бланки и блокноты с копировальной бумагой. Копия передаваемой информации должна обязательно оставаться в телефонной службе;
- ✓ Обязательно повторить передаваемую информацию;
- ✓ Передать информацию, положив бланк в ящик на щите для ключей или соответствующую службу.

Бланки, в которых записывается информация с телефонного звонка, должны быть во всех гостиницах, особенно в гостиницах для деловых людей. В бланке обязательно должны быть указаны –

- ✓ Дата и время телефонного звонка
- ✓ ФИО звонившего
- ✓ ФИО кому предназначена телефонограмма
- ✓ Номер комнаты или название службы
- ✓ Разборчивая подпись лица, принявшего телефонограмму.

Бланки заполняются в двух экземплярах – один передаётся клиенту, второй остаётся в телефонной службе. Телефонные сообщения, как и корреспонденция, должны вручаться в закрытом виде. За телефонные переговоры выписываются телефонные счета.

4. Служба питания.

Это подразделение представляет собой неотъемлемую часть гостиничного бизнеса, поскольку гостеприимства без стола не бывает. Подразделение общественного питания включает в себя рестораны, кафе или бары на этажах, подразделения по обслуживанию банкетов и собраний, пищеблоки. Директор по питанию обязан составлять меню, обеспечивать поставку необходимых исходных продуктов, распределять по участкам обслуживающий персонал, осуществлять контроль за качеством готовой продукции и обслуживания, а также соблюдать разумный режим экономии.

Во всех гостиницах особое внимание уделяется сервису завтрака, т.к. данная услуга является неотъемлемой частью гостеприимства. В гостиницах могут использоваться различные виды завтрака – континентальный, расширенный, английский, американский. В связи с тем или иным видом завтрака в гостинице должны существовать и различные типы обслуживания гостей во время завтрака (например, самый известный – шведский стол).

В гостиницах с высоким уровнем обслуживания существует служба обслуживания на этажах, которая круглосуточно осуществляет подачу еды и напитков в номера по просьбе клиентов. Наиболее популярен среди клиентов заказ в номер завтрака.

Каждый отдел в подразделении общественного питания имеет своего руководителя, включая менеджера по обслуживанию в номерах и, в случае удлиненного рабочего дня, - сменных менеджеров.

Каждая торговая точка имеет своего руководителя, который контролирует качество обслуживания и создание общей благоприятствующей обслуживанию атмосферы. Лицом отдела питания является меню. Одна торговая точка может обслуживать завтраки, обеды и ранние ужины. Другая, чаще всего ресторан, предоставляет исключительно ужины с полной сервировкой и большим разнообразием тонких блюд. Другие помещения могут быть использованы для проведения банкетов, где большие группы клиентов обслуживаются одновременно.

При организации банкетов время и характер обслуживания заранее оговариваются в процессе переговоров с ответственным за это направление деятельности предприятия. Буфетное или барное обслуживание заключается главным образом в обеспечении клиентов спиртными напитками под аккомпанемент небольшого ансамбля или под звукозапись. Приготовление алкогольных напитков чаще всего осуществляется в присутствии гостей, что также является своего рода развлечением.

В барах также могут готовиться напитки и для употребления в ресторане. Такой бар носит название «сервисный бар». Подразделение общественного питания в большой степени ориентировано на производство продукции, чем другие подразделения гостиницы.

Кухня является тем производственным центром, где на основе предварительно заказанных и полученных пищевых продуктов готовится пища. Заказы на производство конкретной продукции поступают из ресторана от официантов (на основе составленного и предлагаемого клиентам меню), а также из банкетного зала, где перечень блюд (и количество) предварительно определен, заказан и даже оплачен.

Повара на основе имеющихся рецептов и технологических карт готовят соответствующие блюда. Главной обязанностью руководства в этом секторе является лишь контроль за ценой и качеством конечного продукта.

5. Медицинская служба. Инженерно-технические службы.

Техническая служба гостиницы – одна из многочисленных служб и возглавляется, как правило, главным инженером или директором по эксплуатации здания, главным техником здания и т.п.

В зависимости от размера гостиницы и уровня сервиса, главный инженер может иметь в своем подчинении в той или иной степени разветвленный административный штат (инженер по электрооборудованию, инженер по водопроводно-канализационным сетям, инженер по охране труда и технике безопасности), а также одного или нескольких заместителей.

Технический отдел отвечает за поддержание сложных систем в рабочем состоянии и их ремонт. Эти системы или их части в большинстве случаев оказываются в распоряжении широкого круга людей, от работников гостиницы до гостей. Администрация гостиницы не имеет или почти не имеет контроля над тем, как гости

пользуются находящимся в номерах оборудованием, за бесперебойную работу которого инженерный отдел несёт прямую ответственность.

Функциями по поддержанию инженерных систем в рабочем состоянии, согласно технологии обслуживания, внедренной в гостинице и осуществляемой технической службой, являются:

- ✓ Подогрев воды
- ✓ Вентиляция воздуха
- ✓ Кондиционирование воздуха
- ✓ Эксплуатация насосных систем
- ✓ Эксплуатация электрических систем
- ✓ Эксплуатация холодильных систем
- ✓ Эксплуатация оборудования пищеблока
- ✓ Эксплуатация компьютерных систем
- ✓ Эксплуатация лифтового хозяйства
- ✓ Отопление помещений

Помимо всех перечисленных служб в современных гостиницах существуют и другие службы, целью которых является повышения качества сервиса.

В частности в современных отелях существует служба стюардинг – создаётся для обслуживания различных мероприятий в гостиницах, в основном эта служба связана с организацией услуг питания – банкет, званые обеды или ужины, торжественные приёмы и т.п.

Все современные гостиницы имеют также службу компьютерного управления. Данная служба состоит из аппаратных средств программного обеспечения. В настоящее время максимально распространены системы на базе персональных компьютеров пятого поколения, объединённые в локальные сети и позволяющие при минимуме занимаемого объёма создавать мощную программную поддержку.

Также в современных отелях создаются службы управления риском, управляемая риск-менеджером, т.е. руководителем, который изучает проблемы и координирует деятельность всех служб в плане регулирования риска и обеспечения компенсации возможных потерь и убытков.

Список терминов и понятий для запоминания.

1. **Структура управления** - упорядоченная совокупность взаимосвязанных элементов, находящихся между собой в устойчивых отношениях, обеспечивающих их развитие и функционирование как единого целого.
2. **Линейная структура** – структура управления, которая состоит только из взаимоподчинённых органов в виде иерархической лестницы.
3. **Линейно-штабная структура** включает в себя специально созданные при линейных руководителях подразделения, которые не обладают правом принятия решений и руководства каким-либо нижестоящим подразделением.
4. **Функциональная структура** предполагает, что каждый орган управления специализируется на выполнении отдельных функций на всех уровнях управления.
5. **Линейно-функциональная структура** – структура управления, при которой линейные звенья управления призваны командовать, а функциональные – консультировать, помогать в разработке конкретных вопросов и подготовке соответствующих решений, программ, планов.
6. **Производственная структура гостиницы** – это разделение экономического объекта на части, элементы по производственно-технологическим принципам (бронирование, размещение, оплата услуг и т.п.)

Вопросы и задания.

1. Пользуясь дополнительными источниками информации, письменно ответьте на вопросы.

1. Начертите структуру управления известной вам гостинице.

2. Каким образом влияет тип и класс гостиницы на производственную и управленческую структуру?

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Выберете правильный ответ**1. Правильное соотношение понятий и признаков**

1. Линейная структура управления 2. Линейно-штабная структура управления 3. Функциональная структура управления	а. каждый орган управления специализируется на выполнении отдельных функций на всех уровнях управления б. на предприятиях формируется временные группы специалистов, в которые передаются сотрудники и необходимые ресурсы из функциональных отделов; после выполнения задачи руководитель, ресурсы и персонал возвращаются в свои службы в. включает в себя специально созданные при линейных руководителях подразделения, которые не обладают правом принятия решений и руководства каким-либо нижестоящим подразделением г. образуется в результате построения аппарата управления только из взаимоподчинённых органов в виде иерархической лестницы
---	--

Таблица ответа

Тип управленческой структуры	1	2	3
Определение типа управленческой структуры (выбрать из второго столбца)			

2. Правильное соотношение понятий и признаков

1. Матричная структура управления 2. Дивизионная структура управления 3. Линейная структура управления	а. каждый орган управления специализируется на выполнении отдельных функций на всех уровнях управления б. на предприятиях формируется временные группы специалистов, в которые передаются сотрудники и необходимые ресурсы из функциональных отделов; после выполнения задачи руководитель, ресурсы и персонал возвращаются в свои службы в. структура, предполагающая наличие центров управления, каждый из которых имеет свои подразделения производства, сбыта, планирования; в ведении администрации остаются службы, занимающиеся общефирменными вопросами г. образуется в результате построения аппарата управления только из взаимоподчинённых органов в виде иерархической лестницы
--	--

Таблица ответа

Тип управленческой структуры	1	2	3
Определение типа управленческой структуры (выбрать из второго столбца)			

3. Структура управления, которая образуется в результате построения аппарата управления только из взаимоподчинённых органов в виде иерархической лестницы – это ...
- ☐ Линейно-штабная структура
 - ☐ Линейная структура
 - ☐ Функциональная структура
 - ☐ Дивизионная структура управления
4. Структура управления, которая включает в себя специально созданные при линейных руководителях подразделения, которые не обладают правом принятия решений и руководства каким-либо нижестоящим подразделением, это ...
- ☐ Линейно-штабная структура
 - ☐ Линейная структура
 - ☐ Функциональная структура
 - ☐ Дивизионная структура управления
5. Структура управления, которая предполагает, что каждый орган управления специализируется на выполнении отдельных функций на всех уровнях управления, это
- ☐ Линейно-штабная структура
 - ☐ Линейная структура
 - ☐ Функциональная структура
 - ☐ Дивизионная структура управления
6. Структура управления, когда на предприятиях формируется временные группы специалистов, в которые передаются сотрудники и необходимые ресурсы из функциональных отделов, это ...
- ☐ Линейно-штабная структура
 - ☐ Линейная структура
 - ☐ Матричная структура
 - ☐ Дивизионная структура управления
7. Структура управления, предполагающая наличие центров управления, каждый из которых имеет свои подразделения производства, сбыта, планирования, а в ведении администрации остаются службы, занимающиеся общефирменными вопросами, это ...
- ☐ Дивизионная структура
 - ☐ Линейная структура
 - ☐ Матричная структура
 - ☐ Функциональная структура
8. Особая служба гостиницы, выполняющая приём работников в гостиницу, ведение учёт работы сотрудников гостиницы в соответствии со стажем, квалификации и объёмом выполняемых работ – это ...
- ☐ Отдел продаж
 - ☐ Отдел кадров
 - ☐ Служба маркетинга
 - ☐ Служба по связям с общественностью
9. Особая служба гостиницы, отвечающая за наполняемость номеров, её сотрудники заключают договор с турагентствами и другими заинтересованными структурами, это -
- ☐ Отдел продаж
 - ☐ Отдел кадров
 - ☐ Служба маркетинга

- ☐ Служба по связям с общественностью
10. Особая служба гостиницы, основной целью которой является продажа продукции и услуг гостиницы – это
- ☐ Служба бухгалтерского учёта
 - ☐ Служба маркетинга
 - ☐ Служба по связям с общественностью
 - ☐ Отдел кадров
11. Основная служба гостиницы, отвечающая за нормальное функционирование жилой части гостиницы (номера, коридоры, фойе) – это служба ...
- ☐ Служба приёма и размещения
 - ☐ Служба управления номерным фондом
 - ☐ Служба хозяйственного назначения и обслуживания
 - ☐ Служба безопасности
12. Дежурные по этажу, горничные, уборщицы, заведующий этажами – это работники одной из основных служб гостиницы -
- ☐ Службы приёма и размещения
 - ☐ Службы управления номерным фондом
 - ☐ Службы хозяйственного назначения и обслуживания
 - ☐ Службы безопасности
13. Основная служба гостиницы, которая обеспечивает приём клиентов, прибывающих в гостиницу, регистрацию и размещение их по номерам – это ...
- ☐ Службы приёма и размещения
 - ☐ Службы управления номерным фондом
 - ☐ Службы хозяйственного назначения и обслуживания
 - ☐ Службы безопасности
14. Сотрудником службы приёма и размещения является ...
- ☐ Горничная
 - ☐ Портъё
 - ☐ Телефонист
 - ☐ Менеджер по связям с общественностью
15. Главной функцией портъё является ...
- ☐ Бронирование номера
 - ☐ Выполнение мелких поручений клиента гостиницы
 - ☐ Парковка автомобиля
 - ☐ Информационное обслуживание
16. Распределение номеров и учёт свободных мест в гостинице, выписка счетов и производство расчётов с клиентами – данная функция относится к
- ☐ Службе управления номерным фондом
 - ☐ Службе приёма и размещения
 - ☐ Службе безопасности
 - ☐ Службе обслуживания
17. Выдача ключей от номеров – данная функция относится к ...
- ☐ Службе управления номерным фондом
 - ☐ Службе приёма и размещения
 - ☐ Службе безопасности
 - ☐ Службе обслуживания
18. Ведение картотеки гостей – данная функция относится к ...
- ☐ Службе обслуживания

- ☐ Службе безопасности
 - ☐ Службе приёма и размещения
 - ☐ Службе управления номерным фондом
19. Одна из основных служб гостиницы, которая отвечает за предоставления клиентам различных дополнительных услуг - это ...
- ☐ Служба приёма и размещения
 - ☐ Служба управления номерным фондом
 - ☐ Служба обслуживания
 - ☐ Служба безопасности
20. Сортировка и передача приходящей на имя гостей корреспонденции является функцией
- ☐ Службы обслуживания
 - ☐ Службы приёма и размещения
 - ☐ Службы безопасности
 - ☐ Службы телефонистов
21. Предоставление в аренду машин с услугами или без услуг водителя, вызов такси – является функцией ...
- ☐ Службы безопасности
 - ☐ Службы приёма и размещения
 - ☐ Службы управления номерным фондом
 - ☐ Службы обслуживания
22. Служба гостиницы, которая несёт ответственность за ущерб, нанесённый гостям во время их проживания в гостинице – это ...
- ☐ Служба маркетинга
 - ☐ Служба безопасности
 - ☐ Служба управления номерным фондом
 - ☐ Служба обслуживания
23. Служба гостиницы, которая отвечает за поддержание систем жизнеобеспечения в рабочем состоянии и их ремонт, - это ...
- ☐ Инженерно-техническая служба
 - ☐ Служба безопасности
 - ☐ Служба управления номерным фондом
 - ☐ Служба обслуживания
24. Служба, существующая в крупных отелях для обслуживания банкетов, званых обедов или ужинов, торжественных приёмов – это ...
- ☐ Служба питания
 - ☐ Служба обслуживания
 - ☐ Служба стюардинг
 - ☐ Служба развлечений

Семинар № 3.

Организация размещения туристов в гостиничных комплексах. (практическое занятие №3)

1. Организационная структура управления гостиницы.
2. Производственная организационная структура: общая характеристика.
3. Функциональные службы в гостиничном комплексе: общая характеристика
4. Деловая игра: «Организация размещения туристов в гостиничных комплексах».

Доклады:

1. Служба приёма и размещения
2. Служба бронирования
3. Служба обслуживания
4. Служба эксплуатации номерного фонда и оказания услуг
5. Служба питания
6. Служба безопасности
7. Отдел маркетинга
8. Отдел по связям с общественностью.

Литература.

19. **Джон Р. Уокер.** В гостеприимство: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ, 2015.
20. Организация и управление гостиничным бизнесом: Учебник/ Под ред. **Лесника А.А., Маицкого И.П., Чернышова А.В.** – М., 2017.
21. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебник / Под ред. проф. **Чудновского А.Д.** – М., 2016.
22. Индустрия рекреационных и туристских комплексов: Учебное пособие / Под ред. **Вайнштейна С.Ю.** – Новосибирск, 2016.
23. Гостиничный и туристский бизнес: Учебник / Под ред. проф. **Чудновского А.Д.** – М., 2016.
24. **Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве.** А.Д.Чудновский. М,209
25. **Гостиничный и туристский бизнес** Ю.Ф.Волков. Ростов-на-Дону,2016
26. **Гостиничные комплексы. Организация и функционирование.** Романов. В.А., Цветкова С.Н., Швецова Т.В., Карашенко В.В.М,2016
27. Бондаренко Г.А. **Менеджмент гостиниц и ресторанов.** Учебное пособие. М., Новое издание, 2017

Методические рекомендации.

Данный семинар носит практический характер. Его основная цель - развитие практических знаний и умений, необходимых для организации размещения туристов.

Практическое занятие состоит из двух частей.

Первая часть носит теоретический характер и связана с контролем и коррекцией знаний по управленческой и производственной структуре гостиницы. В первом вопросе необходимо охарактеризовать структуру управления гостиницы, определить и проанализировать функции управления в гостинице и её подразделениях. Во втором вопросе необходимо дать общую характеристику производственной структуры гостиничного комплекса: какие службы имеются в гостинице, их функциональная деятельность, персонал гостиничных служб. В третьем вопросе необходимо дать более подробную характеристику каждой гостиничной службы. Целесообразно этот вопрос подготовить фронтально, а именно подготовить доклады. Доклад целесообразно подготовить по следующим пунктам:

- 📖 Территориальное расположение в гостинице
- 📖 Перечень должностей работников данной службы
- 📖 Функциональные обязанности работников службы
- 📖 Рабочее место работников данной службы
- 📖 Особенности выполнения работы

Желательно, чтобы доклад имел наглядное сопровождение в виде компьютерной презентации. В данном случае здесь также следует порекомендовать использование разнообразной иллюстративной информации из Интернета.

Вторая часть семинарского занятия (четвёртый вопрос) – деловая игра. Предлагается провести её в форме ролевой игры «Планёрка у директора отеля». Данная игра предполагает следующие роли –

📖 Директор

📖 Руководители основных служб гостиницы (оптимальное количество 5-6 служб, соответственно, 5-6-человек)

Та ли иная управленческая и организационная структура отеля определяется самими студентами, какие службы будут представлены в деловой игре, также определяют и выбирают сами студенты. Определённая «легенда» гостиницы (что собой представляет отель, какие услуги представляет, сколько гостей в каких номерах размещены, какие, возможно, есть проблемы в работе той или иной службы) – это тоже творчество студентов. Пред ними лишь ставится определённая конкретная задача – заезд туристической группы из-за границы, для которой турфирмой были забронированы номера.

На «утренней планёрке» «директор» даёт общую характеристику отеля, напоминает, какие задачи стояли перед руководителями гостиничных служб в связи с предполагаемым заездом иностранных туристов. «Руководители служб» поочерёдно отчитываются перед «директором» о выполненной работе и степени готовности служб к размещению туристической группы из-за границы.

Критериями для оценивания данной деловой игры являются...

📖 Умение применять на практике теоретические и практические знания, необходимые для организации размещения гостя

📖 Практическое применение навыков делового общения

📖 Творческий подход в разработке «легенды» гостиницы

📖 Артистизм, который как таковой необходим в любой профессии, связанной с общением.

Семинар № 4.

Гостиница как объект управления.

1. Управленческая структура гостиниц и отделов обслуживания.
2. Администрация гостиницы.
3. Отдел кадров.
4. Служба маркетинга и продаж.
5. Служба бухгалтерского учета гостиницы.
6. Служба управления номерным фондом.
7. Служба питания.
8. Медицинская служба.
9. Инженерно-технические службы.

Литература.

28. **Джон Р. Уокер.** В гостеприимство: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ, 2015.
29. Организация и управление гостиничным бизнесом: Учебник/ Под ред. **Лесника А.А., Мацицкого И.П., Чернышова А.В.** – М., 2017.
30. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебник / Под ред. проф. **Чудновского А.Д.** – М., 2016.
31. Индустрия рекреационных и туристских комплексов: Учебное пособие / Под ред. **Вайнштейна С.Ю.** – Новосибирск, 2016.
32. Гостиничный и туристский бизнес: Учебник / Под ред. проф. **Чудновского А.Д.** – М., 2016.
33. **Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве.** А.Д.Чудновский. М,209
34. **Гостиничный и туристский бизнес** Ю.Ф.Волков. Ростов-на-Дону,2016
35. **Гостиничные комплексы. Организация и функционирование.** Романов. В.А., Цветкова С.Н., Швецова Т.В., Карашенко В.В.М,20162
36. Бондаренко Г.А. **Менеджмент гостиниц и ресторанов.** Учебное пособие. М., Новое издание, 2017

Методические рекомендации.

Данный семинар является теоретическим.

Целью данного семинарского занятия является расширение и развитие основных знаний об управленческой и обслуживающей структуре гостиничных комплексов.

В первом вопросе необходимо дать подробную характеристику различных видов управленческой структуры гостиницы. При этом следует выявить преимущества и недостатки каждого типа управления.

Последующие вопросы предполагают анализ работы различных служб гостиницы. В принципе данный семинар перекликается с предыдущим, но в данном случае исследуются те службы гостиничного комплекса, которые связаны именно с управлением и нормальным функционированием гостиницы как крупного предприятия. Очевидно, что такие службы (или подразделения), как администрация, отдел кадров, отдел маркетинга и др. есть на любом предприятии. В гостинице их деятельность обеспечивает эффективную работу тех служб, которые непосредственно связаны с оказанием различных услуг гостеприимства. Вопросы №№2-9 следует подготовить по плану

- 📖 Территориальное расположение в гостинице
- 📖 Перечень должностей работников данной службы
- 📖 Функциональные обязанности работников службы
- 📖 Рабочее место работников данной службы
- 📖 Особенности выполнения работы

Также чтобы быть готовым к активной работе на семинаре, студенту следует заранее подумать над следующими вопросами...

1. Что собой представляет организационная структура управления? (понятие и признаки).
2. Каковы преимущества и недостатки линейной структуры управления?
3. Каковы преимущества и недостатки линейно-штабной структуры управления?

4. Каковы преимущества и недостатки функциональной структуры управления?
5. Каковы преимущества и недостатки линейно-функциональной структуры управления?
6. Каковы преимущества и недостатки пирамидальной структуры управления?
7. Назовите функциональные обязанности Администрации гостиницы.
8. Назовите функциональные обязанности основных служб в гостиничном комплексе.
9. Определите значение различных Служб в гостиничном комплексе для реализации качественного сервиса.
10. Чем определяется качество работы функциональных служб в гостиничном комплексе?
11. Определите значение Службы питания в гостиничном комплексе для реализации качественного сервиса.
12. Виды услуг питания, которые предлагают современные гостиничные комплексы.
13. Особенности оказания медицинских услуг в городской гостинице и курортной гостинице.
14. Значение инженерно-технических служб в гостиничном сервисе.

Приложения.

Приложение 1.

Алгоритм подготовки к семинарскому занятию.

1. Внимательно ознакомиться с параграфами учебника или учебного пособия, где кратко освещена тема семинара.
2. Внимательно ознакомиться с дополнительной литературой, где данная тема освещена более подробно.
3. Если это необходимо, сделать записи в тетради, которыми можно будет воспользоваться на семинаре. Целесообразно сделать краткие записи по каждому вопросу темы, но определённый, наиболее интересный вопрос изучить более подробно.
4. Также студент при желании в качестве подготовки к семинару может выбрать индивидуальную работу – подготовка докладов.

Приложение 2.

Алгоритм подготовки доклада.

1. Подбор литературы к выбранной теме доклада.
2. Анализ литературы и выбор необходимого материала для раскрытия темы.
3. Составление плана доклада. Общий логический план любого доклада обязательно имеет пункты: *1. Актуальность выбранной темы (личный интерес к теме, спорность и неоднозначность той или иной проблемы и т.п.) 2. Цели работы. 3. Основная часть (данная часть также должна иметь свой логический план). 4. Заключение (общие выводы по работе).* Таким образом, составляется сложный план, где главная работа студента заключается в составлении логического плана основной части.
4. Оформление текста доклада.
5. Составление устного рассказа, который на уроке должен длиться не более 5 –7 минут.

Приложение 3.

Оформление доклада.

Требования к оформлению доклада являются общепринятыми:

1. Объём работы – 7-9 листов формата А4.
2. Если доклад оформляется в печатном виде, то наиболее подходящий шрифт – Times New Roman 14, интервал – 1,5.
3. Первая и вторая страницы не нумеруются. Это – титульный лист и план работы. Нумерация начинается с третьей страницы и на ней стоит номер «3».
4. При оформлении доклада должны соблюдаться поля: сверху и внизу страницы – 1,5-2 см., справа – 1,5 см., слева - 3 см.
5. Доклад в обязательном порядке должен иметь план и список используемой литературы, который оформляется на последнем листе работы. Список использованной литературы составляется в алфавитном порядке.
6. Титульный лист доклада по истории оформляется следующим образом:

УПОО «Ульяновский техникум
экономики и права ЦС РФ»

Доклад
по дисциплине «Гостиничная индустрия»
«Гостиница как объект управления»

Выполнил
студент группы ____

Ульяновск
20 ____ г.

Приложение 4.

Оформление компьютерной презентации.

Современные требования к выступающему с докладом предполагают также оформление компьютерной презентации.

1. Количество слайдов в основном должно совпадать с количеством пунктов доклада.
2. В первом слайде содержится название темы доклада и фамилия автора доклада.
3. В слайде в основном должна содержаться наглядная информация (иллюстрации, фото, схемы, таблицы, графики)
4. В слайде допустимо использовать текст, но не более 2-3-х предложений. Чаще всего это основной тезис, раскрываемый в тексте доклада достаточно полно. В слайде же вполне достаточен тезис и иллюстрация этого тезиса.
5. Художественное оформление презентации и слайдов (фон, подбор иллюстраций, шрифт и цвет надписей и т.д.) – это индивидуальное творчество студента.

Список литературы.

1. Джон Р. Уокер. В гостеприимство: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ, 2015.
Организация и управление гостиничным бизнесом: Учебник/ Под ред. Лесника А.А., Мацицкого И.П., Чернышова А.В. – М., 2017.
2. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебник / Под ред. проф. Чудновского А.Д. – М., 2016.
Индустрия рекреационных и туристских комплексов: Учебное пособие / Под ред. Вайнштейна С.Ю. – Новосибирск, 2016.
3. Гостиничный и туристский бизнес: Учебник / Под ред. проф. Чудновского А.Д. – М., 2016.
4. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. А.Д. Чудновский. М, 2016
5. Гостиничный и туристский бизнес Ю.Ф. Волков. Ростов-на-Дону, 2016
6. Гостиничные комплексы. Организация и функционирование. Романов. В.А., Цветкова С.Н., Швецова Т.В., Карашенко В.В. М, 2016
7. Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов. Учебное пособие. М., Новое издание, 2017