

Частное образовательное учреждение  
высшего образования  
Центросоюза Российской Федерации

СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Кафедра социально-культурного сервиса и туризма

**С.В. Андреева,  
Т. В. Сурикова**

АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ В  
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ГОСТИНИЧНЫХ  
ПРЕДПРИЯТИЯХ

МОНОГРАФИЯ

Направления подготовки 43.03.01.Сервис, 43.03.02. Туризм

Специальность 43.02.11 Гостиничный сервис



Чита  
2015

***Рецензент:***

канд. экон. наук, доцент кафедры социально-культурного сервиса и туризма Н.И. Рыжова

профессор кафедры гуманитарных дисциплин О.Ю. Левченко

Монография утверждена и рекомендована к изданию кафедрой социально-культурного сервиса и туризма ЗИП СибУПК. Протокол № 3 от 10.11.2015 г.

Монография утверждена и рекомендована к изданию на заседании методического совета факультета. Протокол № 3 от 25.11.2015.

**Андреева С.В., Сурикова Т.В.**

Аспекты организации обслуживания в специализированных гостиничных предприятиях / Андреева С.В., Т.В. Сурикова. – Чита: ЗИП СибУПК, 2015. – 118 с.

В монографии представлены новые направления в развитии индустрии гостеприимства, в частности, организация деятельности специализированных средств размещения: мотелей, туристических баз, хостелов и мини-гостиниц городского и сельского типа.

Рассмотрены история возникновения специализированных средств размещения и особенности их функционирования, факторы внутренней и внешней среды, влияющие на деятельность малых предприятий в сфере гостеприимства; представлены классификационные схемы и сегменты потребительского рынка данного вида услуг.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	5
ГЛАВА I. СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ СРЕДСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ	7
ГЛАВА II. ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МОТЕЛЕЙ.....	20
2.1. История развития мотелей .....	20
2.2. Требования, предъявляемые к планировочным решениям мотелей .....	24
2.3. Организационная структура управления.....	27
2.4. Классификация услуг мотеля.....	29
ГЛАВА III. ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХОСТЕЛОВ .....	32
3.1. История развития хостелов .....	32
3.2. Классификация хостелов.....	37
3.4. Технология обслуживания проживающих .....	47
3.4. Факторы, влияющие на качество обслуживания проживающих в хостелах.....	53
ГЛАВА IV. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ТУРИСТИЧЕСКИХ БАЗАХ .....	56
4.1. История развития турбаз в России .....	56
4.2. Классификация туристических баз .....	61
4.3. Виды услуг на туристических базах .....	70
4.4. Должностные обязанности персонала турбаз.....	73
4.5. Технология обслуживания туристов.....	78
4.6. Факторы, влияющие на качество обслуживания туристов.....	82
ГЛАВА V. ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МИНИГОСТИНИЦ	85
5.1. Видыминигостиниц.....	85
5.2. Характеристика городских минигостиниц как субъектов рынка гостиничных услуг .....	90
5.3. Классификация городских минигостиниц.....	92
5.3. Аспекты деятельности городских минигостиниц.....	95
5.4. Факторы, влияющие на развитие городских минигостиниц .....	99
5.5. Характеристика минигостиниц типа «сельский дом» как субъектов рынка гостиничных услуг .....	100
5.6. Классификация сельских В&В .....	103

5.7. Аспекты деятельности сельских минигостиниц.....	107
5.8. Факторы, влияющие на развитие сельских В&В.....	110
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	112
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК .....	114
Приложение 1 .....	119
Приложение 2 .....	121
Приложение 3 .....	123
Приложение 4 .....	125
Приложение 5 .....	130
Приложение 6 .....	131
Приложение 7 .....	132

## ВВЕДЕНИЕ

Индустрия туризма – это экономическая система, состоящая из комплекса отраслей и подразделений, которая направлена на удовлетворение разнообразного спроса на различные виды отдыха и развлечений. Это сочетание туристских услуг, комфортности отдыха, любезного поведения обслуживающего персонала, удовлетворение потребности гостей и обеспечение безопасности.

Гостиничная индустрия специализируется на предоставлении одной из важнейших туристских услуг – услуги размещения. Для приема туристов используют гостиницы, турбазы, отели, мотели и другие средства размещения. Иногда гостиничное предприятие включает в себя иные услуги, востребованные целевым сегментом рынка что формирует комплексный пакет обслуживания туристов [1, с. 3].

В связи с геополитической ситуацией в нашей стране, спрос на отдых и поездки за границу для многих россиян становится затруднительным. Большую актуальность приобретает внутренний туризм. В настоящее время активно развивается частное предпринимательство в сфере строительства и организации работы различных средств размещения. Их количество постоянно растет, а разнообразие является критерием экономического успеха.

В России большое внимание уделяют строительству специализированных средств размещения, способных максимально полно удовлетворять потребности различных категорий потребителей. Эти предприятия считаются наиболее перспективными для размещения туристов со средним материальным достатком.

В первой главе монографии рассмотрены виды специализированных средств размещения, что позволяет получить представление о предмете исследования.

Во второй главе изучена история становления мотелей, особенности их проектирования с учетом потребительских

предпочтений, выявлены аспекты организации деятельности мотелей.

В третьей главе исследована организация деятельности хостелов – относительно новых для российского рынка специализированных средств размещения. Рассмотрены правовые, организационные и технологические аспекты деятельности. На основании анализа практики различных объединений хостелов выявлены критерии классификации и видовые различия хостелов.

В четвертой главе рассмотрена организация обслуживания на туристических базах – средствах размещения для организации экологического, спортивного, релаксационного туризма. Исследована история развития турбаз в Российской Федерации. На основании анализа практики составлена классификация турбаз. Освещены аспекты организации и технологии обслуживания туристов на турбазах.

В пятой главе изучены виды мини-гостиниц, представлена их классификация, рассмотрены аспекты организации деятельности мини-гостиниц городского типа и типа «сельский дом В&В», изучены факторы, определяющие тенденции развития этих специализированных средств размещения.

## ГЛАВА I. СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ СРЕДСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ

Гостиничные предприятия – это коллективные средства размещения, состоящее из определенного количества номеров, имеющее единое руководство, предоставляющее набор услуг (минимум – заправку постелей, уборку номера и санузла) и сгруппированное в классы и категории в соответствии с предоставляемыми услугами и оборудованием номеров.

Средства размещения – это любые объекты, предназначенные для проживания туристов на не регулярной или регулярной основе<sup>1</sup>.

В наше время в абсолютно всем обществе все без исключения фирмы гостиничной промышленности подлежат неизбежной классификации, целью которой представляется установление соотношения отеля и номеров учрежденным критериям<sup>2</sup>.

В таблице 1.1. показана классификация средств размещения

Таблица 1.1

### Классификация средств размещения

Коллективные:	Индивидуальные:
1) Гостиницы	1) Квартиры, сдаваемые в наем
2) Клубы с проживанием	2) Комнаты, сдаваемые в наем
в том числе специализированные:	3) Дома, сдаваемые в наем
	4) Коттеджи, сдаваемые в наем

<sup>1</sup>Елканова, Д. И., Осипов, Д. А., Романов, В. В., Сорокина, Е. В. Основы индустрии гостеприимства [Текст] : учеб.пособие. – М.: Дашков и Ко, 2010. – с. 1-3.

<sup>2</sup>Арзуманян, Э. А. Гостиничный и ресторанный сервис [Текст] : учеб.пособие / Э. А. Арзуманян; М-во образования Рос. Федерации, Саратов. гос. соц.-экон. Саратов : СГСЭУ, 2010. –с.10.

## Окончание табл.1.1

Коллективные:	Индивидуальные:
3) Мотели 4) Хостелы 5) Общежития 6) Туристские, спортивные базы, базы отдыха 7) Общественные средства транспорта(флайтель, флотель, ротель, ботель, акватель)	5) Бунгало 6) Кемпинг 7) Стационарные фургоны И другие.

К коллективным средствам размещения туристов относятся: гостиницы и аналогичные средства размещения, специализированные заведения и прочие предприятия размещения.

Отнесение к тем или иным средствам размещения определяется законодательными актами и нормативными документами каждой страны.

Гостиницы обладают следующими признаками:

- состоят из номеров, число которых превышает определенный минимум, имеют единое руководство.
- предоставляют различные гостиничные услуги, как бесплатные, так и платные (от интернета в номере, до занятий спортом с личным тренером)
- имеют определенную звезду, в зависимости от вместительности, предоставляемых услуг, месторасположения и многих других факторов.
- не входят в категорию специализированных заведений;
- ориентированы на определенных клиентов.

В настоящее время на рынке услуг функционируют разнообразные средства размещения, которые можно отнести к группе «Гостиницы и аналогичные предприятия». Для их систематизации используются различные классификационные подходы. Тем не менее, основными критериями гостиниц являются месторасположение, режим работы, обеспечение питанием туристов, ценовой диапазон,



вместимость гостиничного предприятия, целевое назначение гостиницы и уровень комфорта («звездности»).

Совокупность этих признаков позволяет выделить некоторые виды гостиничных предприятий.

Отель-люкс. Предприятие, размещенное в середине мегаполиса и располагающее незначительное количество номеров. В основном находится в центре большого мегаполиса с сформированной экономикой. Характеризуется присутствием отличного персонала, какой в силах угодить надобности наиболее строгого постояльца. Стоимость отеля, как правило, весьма высока, так как отель дает все без исключения потенциальные типы сервиса.

Отель-курорт (курортный отель) находится в курортной территории, возле озер, гор, океанов и т. п. Дает целый комплект услуг, в том числе в этом месте даже возможно получить комплекс специального мед сервиса и диетического кормления.

Апарт-отель – это гостиница, созданная по принципу апартаментов, состоит из нескольких квартир, цена которых не зависит от числа проживающих в них гостей. Основан на самообслуживании (в цену не включено питание и уборка). Апарт-отели отличаются от обычных отелей тем, что предоставляют различный набор вариантов для проживания. Таким образом, нахождение в апарт-отеле очень похоже с проживанием в квартире. Главными плюсами по сравнению с съемочной обычной квартиры заключается в том, что они ближе к гостинице.

Апарт-отели пользуются спросом, очень часто, у тех, кто вынужден проводить далеко от дома долгое время. Номера оборудованы всем тем, что обычно необходимо для жизни в обычной квартире: кухня со всем необходимым оборудованием, ванная, электроника, возможно тренажёр, и всё остальное, к чему привыкает человек, проживающий в благоустроенном доме долгое время, рисунок 1.1. [7, с. 47-49].



Рис. 1.1. Апарта-отель

К индивидуальным средствам размещения относятся – квартиры, виллы, особняки, коттеджи, дачи, используемые клиентами, комнаты, арендуемые у частных лиц или агентств, помещения, предоставляемые бесплатно родственниками и знакомыми. [10, С. 10.]

Бунгало– малое строение из легких материалов, предназначенное для размещения туристов. В туризме за бунгало принимают не большие коттеджи, находящиеся отдельно от основного здания отеля, мотеля. В нём может быть несколько этажей, занимаемых одной семьей или большой компанией. В Америке, некоторых странах Европы и некоторых южных странах бунгало используются в качестве жилой квартиры или семейного дома.

В Европе термин «бунгало» применяется чаще всего для двух частей двухэтажных домов: верхней и нижней.

В восточной части США при строительстве бунгало часто вдохновляются наследием голландской архитектуры.

Отличительные характеристики бунгало в голландском стиле включают:

- мансардная ломаная крыша;
- кирпичная постройка;
- наличие фронтальной веранды;

- боковые окна;
- приглушенные цвета (серые, голубые, светло-желтые);
- дополнительное почти декоративное окно на последнем уровне, рисунок 1.2.



Рис. 1.2. Бунгало

Кемпинг— места для ночлега, часто в палатках или летних домиках. Клиенты – авто, мото, вело туристы. В кемпингах очень мало объектов недвижимости и капитальных строений. Расположенные на природных участках, часто, вблизи естественных или исторических достопримечательностей, кемпинги предназначены для предоставления услуг активного отдыха на природе или же поучительного – если близко находятся культурные места. Если в мотелях туристам сдаются номера, то в кемпингах – участки территории для временных стоянок палаток, автомобилей с палатами, авто-домов или караванов. Объекты размещения в кемпингах – это сдаваемые для проживания бунгало, караваны, мобильные дома. Последние, хоть и могут

иметь колеса, но, в отличие от караванов, транспортным средством не являются, рисунок 1.3<sup>3</sup>.



Рис.1.3. Кемпинг

Один из видов средств размещения – это специализированные средства размещения. Представляют собой объекты, предоставляющие услуги размещения туристов и ряд дополнительных услуг зависящих от назначения, специализации или направления деятельности, в том числе, образовательные, спортивные, трудовые, оздоровительные и т.п. К ним относятся дома охотника, кемпинги, хостелы и т.д.<sup>4</sup>

Специализированные средства размещения появились в результате конкурентной борьбы. Их преимущество заключается в максимально полном удовлетворении потребностей гостей с помощью предоставления специализированных услуг – лечебно-оздоровительных, развлекательных, туристских и др.

---

<sup>3</sup>Биржаков, М. Б. Введение в туризм [Текст] : учеб.пособие / М. Б. Биржаков. – М.: Невский Фонд и Олбис, 2012. –с.50-52.

<sup>4</sup>Грачева, О. Ю. Маркова, Ю. А. Мишина. Л.А.Мишунина, Ю. В. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта [Текст] :учеб.пособие. - М.: Дашков и К. 2010. – с. 2-5.

Появляются множество гостиниц, идея которых уникальна и привлекает клиентов.

Сегодня существует множество оригинальных гостиниц: от отелей, расположенных на вершине дерева (такие есть в Африке), до отелей, построенных из льда. Все эти гостиничные предприятия объединяет наличие концепции гостиницы.

Концепция – это определённый способ понимания, трактовки каких-либо явлений, основная точка зрения, ведущий замысел, конструктивный принцип в научной, художественной, технической, политической и других видах деятельности; система путей решения выбранной задачи<sup>5</sup>. Концепция определяет стратегию действий.

Развитие концепции отеля может привести к разработке специализированных форм и видов обслуживания. По мнению экспертов, предприятие является специализированным, если в структуре доходов удельный вес от реализации такого рода услуг достигает 30%.

В основе концепции развития гостиничного предприятия лежит то, что основной замысел должен пронизывать все элементы деятельности гостиничного предприятия.

Основными элементами деятельности гостиницы, в которых может быть реализована идея, являются:

- услуги питания;
- особенности обслуживания;
- интерьер гостиницы;
- дополнительные услуги.

---

<sup>5</sup>Янкевич, В.С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме [Текст] : учебник / В. С. Янкевич, 2012 . - с.21.

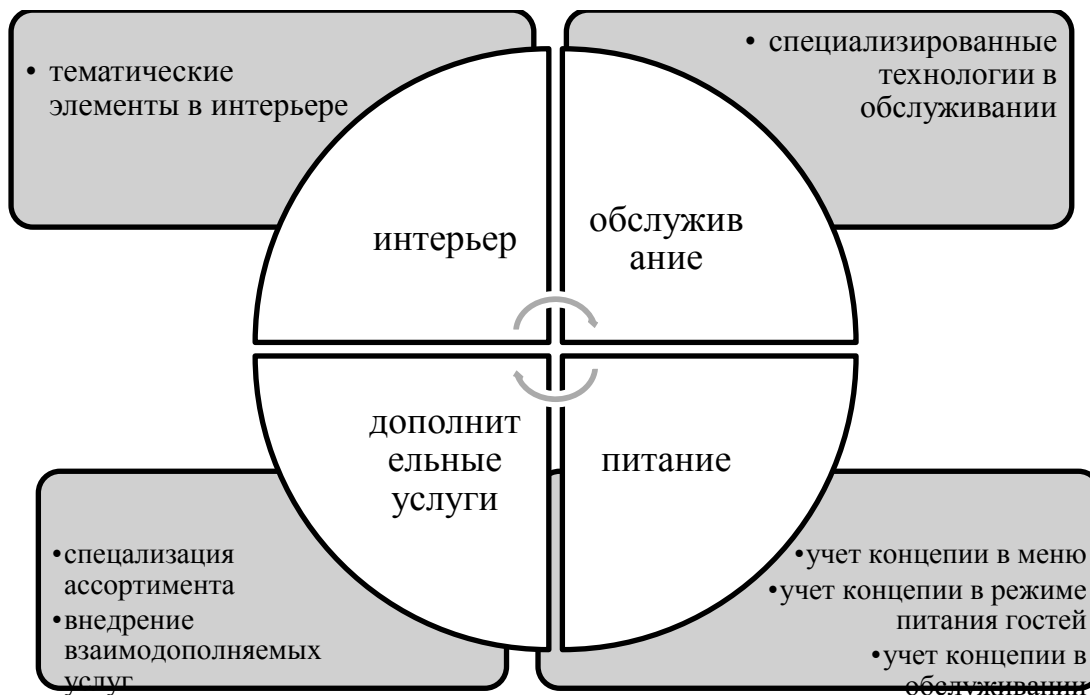


Рис. 1.4. Элементы концепции деятельности гостиницы с национальным колоритом

В основе любой концепции всегда лежит идея, именно она помогает определить цели и задачи, гостиничного предприятия.

Рассмотрим некоторые специализированные средства размещения.

Флайтель— это аэрогостиница, или, как ее еще называют, «летающий отель». Крайне редкий, дорогостоящий и немногочисленный тип гостиниц. Оборудован взлетно-посадочной площадкой и системой связи с метеослужбами. Предназначен для очень обеспеченных туристов. Данный вид размещения часто встречается в Австралии и США, рисунок 1.5.



Рис. 1.5. Флайтель

Флотель— огромная плавущая гостиница, предоставляющая туристам хороший отдых. Гостиница предлагает уютные номера, огромное количество услуг, такие как оснащение для подводного плавания, бассейн, водные лыжи, библиотеки, тренажерные залы, подводное плавание и подводная охота. Номера комфортабельны, оснащены телефонами, факсами, телевизорами и т.п. В последнее время часто используется для организации бизнес-туров, конгресс-туров, конгресс-круизов, обучающих туров, рисунок 1.6.<sup>6</sup> [7, с. 45-46].

---

<sup>6</sup>Биржаков, М. Б. Введение в туризм [Текст] : учеб.пособие / М. Б. Биржаков. – М.: Невский Фонд и Олбис, 2012. –с. 45-47



Рис. 1.6. Флотель

Ротель— передвижная гостиница, состоящая из специализированных вагончиков, имеющих несколько отделенных друг от друга отсеков, оснащенных спальными креслами. В отсеках также имеются раздевалка, туалет, общая кухня, холодильник. Ротель предназначен в основном для ночного ночлега, днем туристы проводят экскурсии по города, изучают местные достопримечательности, рисунок 1.7.



Рис.1.7. Ротель

Ботель— гостиница на воде, представляет собой переделанное плавательное судно. Понятно, что это не обычный корабль, который пригнали к берегу и заселили туристов – судно оборудовано для проживания на нем



обеспеченных людей. Очень часто они находятся на берегах незамерзающих водоемов.

Основные преимущества ботелей:

- проживание в ботеле дает возможность отлично отдохнуть «на море», ведь ничто не заменит возможности находиться рядом от морских волн;
- в зависимости от звездности на борту предлагают различные услуги и кухню – от национальной до международной, часто в наличии имеется диетическое и детское меню;
- многие ботели располагаются на красивых набережных. До самой ночи туристы могут гулять по городу, затем вернуться в номер;
- большинство ботелей за туристов решают проблемы парковки, если клиент прибыл на авто транспорте – ему предоставят совершенно бесплатные места на стоянке;
- во многих таких гостиницах разрешено привозить домашних животных, рисунок 1.8<sup>7</sup>.



Рис.1.8. Ботель

Акватория – неподвижный корабль, не пригодный для использования по прямому назначению, поэтому используется в качестве отеля. Корабль может быть, как

---

<sup>7</sup>Биржаков, М. Б. Введение в туризм [Текст] : учеб.пособие / М. Б. Биржаков. – М.: Невский Фонд и Олбис, 2012. –с. 54-55.

большим, так и маленьким, как очень дорогим, так и сравнительно дешевым. Цена проживания зависит так же от места расположения, дополнительных услуг, мебели в номерах, качество обслуживания и др. Примерная цена за сутки проживания в аквателе 2000р, рисунок 1.9<sup>8</sup>.



Рис.1.9. Акватель

Мотель – разновидность отеля, это небольшая гостиница. Вход в номера, как правило, осуществляется с улицы (с места парковки машины).

Мотель представляет собой придорожную гостиницу, которая состоит из типовых зданий, как правило, в 1-3 этажа. Здания практически полностью состоят из одних лишь номеров. Обстановка в номерах скромная, пригодная как раз для того, чтобы провести ночь и отправиться дальше в путь. Количество дополнительных услуг и типов номеров не много, средних размеров, 150 –400 номеров, что и соответствует не большой стоимости проживания. Оплата за услуги в мотеле производится зачастую на стойке регистрации, которая чаще всего находится в отдельном административном корпусе. Забронировать мотель можно и по телефону, и через интернет. Однако до сих пор расчет на месте – самый популярный способ оплаты мотельных услуг.

---

<sup>8</sup>Биржаков, М. Б. Введение в туризм [Текст] : учеб.пособие / М. Б. Биржаков. – М.: Невский Фонд и Олбис, 2012. –с. 55.

Это связано с тем, что в мотелях традиционно высокое число «экстренных» постояльцев, которые не могут запланировать заблаговременно свою остановку на трассе.

Для большинства людей, особенно постоянно находящихся в разъездах на своем авто транспорте, мотели удобны отсутствием долгой регистрации. Возможностью иметь свою машину на виду; прямой доступ с улицы в номер также является преимуществом для инвалидов. К недостаткам мотелей относится их низкий уровень безопасности, а также минимальное обслуживание, рисунок 1.10<sup>9</sup>.



Рис.1.10. Мотель

Сегодня ни одна гостиница не может рассчитывать на универсальность спроса. Большая сегментация рынка гостиничных услуг требует ориентации на один или несколько целевых сегментов. Этим определяется специализация гостиничного предприятия и его идея.

---

<sup>9</sup>Биржаков, М. Б. Введение в туризм [Текст] : учеб.пособие / М. Б. Биржаков. – М.: Невский Фонд и Олбис, 2012. –с. 57-58.

## ГЛАВА II. ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МОТЕЛЕЙ

### 2.1. История развития мотелей

Мотель – это комплекс придорожного обслуживания, включающий гостиницу, автостоянку, автосервис, пункт питания, а иногда и автозаправочную станцию.

Мировым лидером по количеству мотелей являются США. Первые мотели появились там в 50-х гг. XX века и сразу же приобрели грандиозную популярность - только в 1959 - 1962 годах в Соединённых Штатах было построено 36 000 мотелей. Причиной такого бума стала любовь американцев к семейным путешествиям на автомобиле.

12 декабря 2000 года исполнилось 75 лет со дня открытия первого мотеля. Маленькая придорожная гостиница в калифорнийском городке Сан-Луис-Обиспо вошла в историю своим названием – над входом в заведение и на дорожном рекламном щите отсутствовало обязательное в таких случаях слово Hotel. Отсутствовало даже ностальгическое Inn (постоялый двор), как на старый английский лад любят называть свои гостиницы американцы. Вместо этого перед названием красовалось доселе неведомое – Mo-Tel.

Это сокращение от MotorHotel (отель для автотуристов). Выдумка владельца заведения Milestone Mo-Tel Артура Хейнемана оказалась бесценным ноу-хау, особенно когда он сократил название до более краткого и энергичного – Motel Inn. Новомодное словечко motel со временем завоевало всю Америку, а затем и значительную часть мира.

История мотелей не только не скучна, но даже по-своему увлекательна.

Еще до появления первых мотелей в Америке были популярны кемпинги, живо напоминавшие потомкам завоевателей Дикого Запада биваки переселенцев. С той лишь разницей, что вместо палаток к услугам «автоковбоев» были наспех сколоченные временки, а вместо конюшен парковки. Сначала городские власти приветствовали строительство кемпингов, видя в них доброе подспорье бюджету. Однако со временем эти автоночлежки превратились в головную боль для окрестных жителей: горы мусора, антисанитария (постояльцы являлись в дорожной пыли, бензине и копоти, а ванны и души во временках отсутствовали), пьянки, девицы. Другой прототип мотелей – «коттеджные лагеря» (cottagescamps), первый из которых был построен неким мистером Аскинсом в 1901 году в Дугласе, штат Аризона. Этот ровесник века представлял собой девять одноэтажных коттеджей, выходивших на городскую улицу. В 1910 году «коттеджный лагерь Аскинса» поменял название на «туристский постоялый двор» (touristinn). С постояльцев брали 50 центов за ночь – и дополнительно 25 центов за каждое ведро угля.

На Восточном побережье альтернативой традиционным отелям стали «дома туристов» (touristhouses или touristcourts) – в Европе подобные заведения традиционно назывались пансионами. Обычно это были комнаты, которые сдавали на ночь владельцы жилых домов, и уровень сервиса в «домах туриста» выдерживался в строгом следовании обожаемому в Америке принципу: MomandPop – «как у мамочки с папочкой».

Мотели начали входить в моду с середины 1930-х годов. Причем многие из тех «доисторических» объектов не были лишены индивидуальности, обусловленной местным колоритом, и даже некоторого шарма. Правда, пойти на это мог только истинный путешественник, которому по сердцу и палатки у костра – тоже ведь не бог весть какой комфорт, да и разнообразия никакого, а приятно!

Звездный час мотелей пришелся на первое послевоенное десятилетие, когда кардинальные изменения в

дорожной системе США вызвали подлинную революцию в жизненном укладе американцев. Путешествовать на автомобиле через всю страну стало не просто хобби, но общенациональной эпидемией – казалось, вся Америка в едином порыве сорвалась с насиженных мест<sup>10</sup>.

Для нации на колесах неоновый указатель со словом motel стал магическим знаком. Мотель – это дом на одну ночь, дорожное убежище. Передышка, необходимая для того, чтобы с утра, забыв о месте ночлега, вновь азартно включиться в гонку неизвестно с кем.

В 1960-е в США начали строить interstates – скоростные многорядные шоссе, которые и погубили ставшие символами Америки простенькие одноэтажные мотели. Interstates пересекали всю страну с запада на восток и с севера на юг и отличались тем, что их прокладывали, принципиально минуя населенные пункты. Любой водитель, выехав на interstate, скажем, в окрестностях Нью-Йорка, мог при желании достичь Тихоокеанского побережья, ни разу не заехав в города, а на ночлег останавливаясь в тех же мотелях. Любопытно, что среди требований к interstates было и такое: из каждых пяти миль дороги одна должна была быть прямой – чтобы на случай войны или аварии в воздухе самолеты могли использовать шоссе как посадочную полосу.

В 1980-е годы компания HolidayInn стала транснациональным гигантом. К этому времени понятие «американский мотель» потеряло свой первоначальный смысл. Правда, существовали еще тысячи «старых» мотелей и домов для туристов, работавших по принципу MomandPop, но уже было ясно, что дни их сочтены. Многоэтажные типовые гостиницы практически вытеснили эти заведения с рынка.

И все-таки, оглядываясь на многолетнюю историю этого феномена, можно утверждать: мотель в Америке – больше, чем мотель. За эти годы он превратился в неотъемлемую часть национального культурного ландшафта – наряду с хайвеями. Убрать последние – вместе с

---

<sup>10</sup>Долженко, Г. П. Экскурсионное дело [Текст] : учеб.пособие / Г. П. Долженко. – Ростов-на-Дону :МарТ, 2008. –с. 42-48.

сопутствующими бензоколонками, рекламными щитами на шестах, мотелями – и не станет самой Америки. По крайней мере той, что известна во всем мире по книгам и фильмам.

В Европе мотели не приобрели такой популярности: государства там небольшие, и любителям автотуризма не нужно часто останавливаться на ночевку по пути из одного пункта назначения в другой.

Все больше мотелей там по уровню сервиса приближаются к дорогим гостиницам, оставаясь при этом сравнительно недорогими. Жесткая конкуренция вынуждает предоставлять постояльцам все больше удобств, причем иногда эти удобства вполне сопоставимы с роскошью фешенебельных курортных гостиниц. Самые крупные из мотелей, особенно если они принадлежат известным сетям, построены так, чтобы по максимуму сделать комфортным пребывание путешественника: к услугам туристов плавательные бассейны, теннисные корты, солярии, видеомagniтофоны в каждом номере и даже индивидуальные кофеварки.

В России мотели появились во времена Советского Союза. Тогда их было около десятка, и в них останавливались в основном интуристы.

С началом перестройки количество мотелей стало расти, и жили в них в основном шоферы-дальнобойщики. Хотя чаще дальнобойщики предпочитают спать в кабинах своих автомобилей. Постепенно услугами придорожных комплексов стали пользоваться авто- и шоп- туристы.

Сегодня в России неуклонно растет количество частных автомобилей, и параллельно ежегодно увеличивается число людей, предпочитающих бороздить просторы необъятной родины на собственном средстве передвижения. В итоге все более оживленными делаются дорожные трассы: они обрастают бензоколонками, магазинчиками, кафе и ресторанами. Так что перекусить и запастись провизией в пути сегодня можно практически без проблем, по крайней мере, на основных магистралях. А вот найти пристанище на ночь, к сожалению, не всегда так же

легко. Ситуация с придорожными гостиницами в нашей стране на сегодняшний день аналогична положению дел с городскими отелями туристического уровня – их катастрофически не хватает.

## 2.2. Требования, предъявляемые к планировочным решениям мотелей

Мотель представляет собой придорожную гостиницу, которая состоит из типовых зданий, как правило, в один-три этажа. Здания практически полностью состоят из одних лишь номеров. Отличительная особенность мотеля – двери номеров выходят на парковку. Обстановка в номерах скромная, пригодная как раз для того, чтобы провести ночь и отправиться дальше в путь. Оплата за услуги в мотеле производится зачастую на стойке регистрации, которая чаще всего находится в отдельном административном корпусе. Забронировать мотель можно и по телефону, и через интернет. Однако до сих пор расчет на месте – самый популярный способ оплаты мотельных услуг. Это связано с тем, что в мотелях традиционно высокое число «экстренных» постояльцев, которые не могут запланировать заблаговременно свою остановку на трассе.

Мотели размещаются или вдоль автомагистрали, или на окраине мегаполиса. Размещение в мотеле обязано гарантировать путешественникам условия по уходу по авто (автостоянки, бензозаправочные станции, автосервис и т.п.)<sup>11</sup>

Так же они могут размещаться во всех экологически чистых и не опасных регионах, иметь натуральное обустроенное находящееся вокруг место, необычный строительный стиль, неординарный интерьер, отличный своим отличительным видом, специфическим районным колоритом, отвечающим государственным и передовым

---

<sup>11</sup>Арбузова, Н. Ю. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах [Текст]: Издательский центр «Академия», 2012. –с. 61-62.



крупным требованиям. Мотели обязаны иметь комфортные подъездные пути с нужными дорожными символами, благоустроенную и освещенную местность. Помещение мотеля обязано органично вписываться в находящуюся вокруг среду, не нарушая совокупного комплекса улицы, микрорайона, района и отличительные черты рельефа. Архитектурно-планировочные и строительные составляющие мотеля, используемое техническое оборудование обязаны гарантировать экономичность эксплуатации, а распланировка и наружное благоустройство обязаны предугадывать прием и сервис путешественников, таких как инвалидов.

Возведение и переустройство помещения мотеля требует больших вложений. В инвестиционный цикл создания мотеля входит: составление инвестиционного портфеля, объяснение надобности создания мотеля, инженерная подготовка местности возведения, производство строительных работ, пусконаладочных дел, освоение и сдача объекта в использование.

Мотели различаются по собственным строительным решениям. Изначально помещение мотеля строилось в виде массива, отдельно располагаемого либо сопряженного с окружающими социальными и жилыми домами. Долгий поиск лучших планировочных решений привел к творению пространственной композиции, умышленно созданной для видов работы, производимых в мотелях. Здания для ночевки путешественников обособливаются от помещений, связанных с предложением других услуг путешественникам<sup>12</sup>.

Надлежащие здания распределяются во всевозможные многофункциональные (строительные) блоки.

Главные принципы, принимаемые во внимание при постройке мотелей, таблица 2.1.

---

<sup>12</sup>Грачева, О. Ю. Маркова, Ю. А. Мишина. Л.А.Мишунина, Ю. В. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта [Текст] :учеб.пособие. - М.: Дашков и К. 2010. –с. 31-32.

Таблица 2.1

Главные принципы при постройке мотелей

Принципы	Описание
1) Помещение (либо комплекс построек)	Должно органически вписываться в находящуюся вокруг среду, храня специфики городского либо сельского рельефа.
2) Природно-климатические моменты	Температура и влажность воздуха, число осадков, инсоляция, скорость, направление ветра и так далее;
3) Архитектурное, конструктивное и планировочное решения	Распланировка помещения обязана гарантировать экономичность его эксплуатации. Главные старания проектантов направляются на разумное сочетание текущих и одновременных издержек;
4) Помещения	Не могут быть слишком дорогостоящими
5) Распланировка помещения	Обязана обеспечивать разумную компанию обслуживания и подходящий уют живущим. В мотеле достаточно минимум функциональности; но самое главное должно учитываться в плане: наличие автостоянки при мотеле, сто, шиномонтажа, автозаправочной станции.
6) Помещение обязано подходить:	Эстетическим, техническим, санитарно-гигиеническим, экологическим общепризнанным меркам и рекомендациям. Надлежит предугадывать вероятность реконструкции строения;

Принципы	Описание
7) Исполнительные условия	Нужно исполнять условия экономичности процесса строительных работ мотеля.

Из таблицы можно сделать вывод, что главные принципы при постройке мотелей, не отличаются от других средств размещения, но есть самый важный отличительный признак мотеля, который учитывается в распланировке помещений – наличие автоуслуг: автостоянка, СТО, шиномонтаж, АЗС<sup>13</sup>. [5, с. 48-49].

Мотели должны быть обустроены инженерными системами и оборудованием, обеспечивающими: горячее и холодное водоснабжение, иметь емкость с минимальным дневным запасом воды; канализацию; отопление; вентиляцию; радиовещание, TV; телефонную взаимосвязь; природное освещение (минимум 1-го окошка в любом номере, комнате); в коридорах – натуральное и искусственное<sup>14</sup>.

### 2.3. Организационная структура управления

Под организационной структурой управления необходимо понимать совокупность управленческих звеньев, расположенных в строгой соподчиненности и обеспечивающих взаимосвязь между управляющей и управляемой системами.

Организационная структура управления складывается из состава, соотношения, расположения и взаимосвязи отдельных подсистем организации. Создание такой структуры направлено, прежде всего, на распределение

<sup>13</sup>Арбузова, Н. Ю. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах [Текст]: Издательский центр «Академия», 2012. –с. 48-49.

<sup>14</sup>Арбузова, Н. Ю. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах [Текст]: Издательский центр «Академия», 2012. –с. 58.

между отдельными подразделениями организации прав и ответственности.

Организационная структура показана на рисунке 2.1.

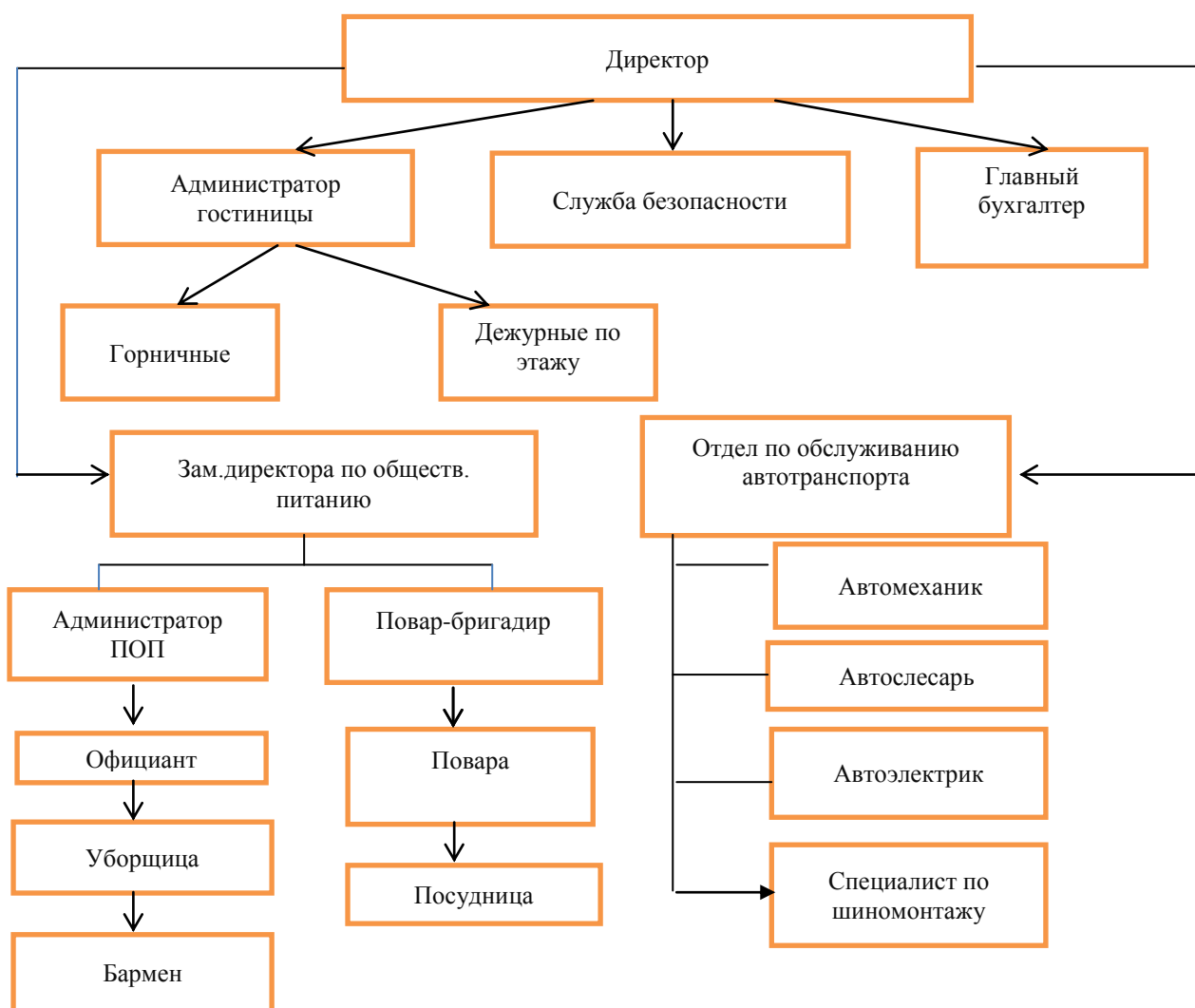


Рис. 2.1. Организационная структура мотеля

Основными обязанностями главного администратора можно считать ведение балансовых гостевых счетов, предложение гостям услуг (питания, шиномонтажа, СТО и др..) руководство сбытом номеров. Администратор контролирует автоматизированную систему управления.

Служба приема и размещения. Задачи службы – контроль процесса приема и размещения гостей, разрешение

конфликтов. Служба административного хозяйства – это самая большая служба, в которой работает около 50% всех служащих. Служба средств связи обеспечивает внутреннюю связь для служебного пользования, связь с клиентом. Центр связи работает круглосуточно.

Служба горничных является наиболее функционально значимым подразделением, если речь идет о получении услуг гостиничного размещения, так как это подразделение отвечает за уборку номеров, холлов, коридоров и других внутренних помещений, в которых осуществляются прием и обслуживание клиентов.

Служба безопасности выполняет функции поддержания порядка и безопасности в мотеле, поскольку предприятие несет ответственность за обеспечение разумной безопасности своих клиентов и их автомобилей. Данная служба занимается такими проблемами, как разработка стратегий на реагирование при чрезвычайных ситуациях, повседневная безопасность номеров, контроль ключей, контроль входа в мотель, контроль территории, сейфы, сбор и хранение информации, система сигнализации.

Пищевой комплекс обслуживает гостей в кафе, барах, на территории мотеля. Финансовая служба занимается вопросами финансового обеспечения предприятия.

Инженерные службы отвечают за техническое оборудование и оснащение гостиницы. Специализированная служба предоставляет услуги шиномонтажная, СТО, автозаправки, автомойки, химчистки, автостоянки и т.д.

## 2.4. Классификация услуг мотеля

Услуги, предоставляемые в мотелях, подразделяются на основные и дополнительные. Они могут быть бесплатными и платными.

К основным услугам относятся услуги: проживания, питания и авто услуги.

Перечень и качество предоставления платных дополнительных услуг должны соответствовать требованиям

присвоенной категории. Услуги мотелей показаны в таблице 2.2.

Таблица 2.2

Услуги мотелей

Основные	Дополнительные (платные)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- проживание;</li> <li>- питание;</li> <li>- автостоянка для жителей мотеля.</li> </ul> <p>Бесплатные:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- вызов скорой помощи;</li> <li>- пользование мед.аптечкой;</li> <li>- доставка в номер корреспонденции при её получении;</li> </ul>	<p>Автоуслуги:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-СТО-станция технического обслуживания, занимается ремонтом автотранспорта;</li> <li>- шиномонтаж;</li> <li>- автозаправочная станция;</li> <li>- автомойка;</li> <li>- прокат авто.</li> </ul> <p>Туристские услуги:</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- предоставление кипятка, иглол, ниток, одного комплекта посуды и столовых приборов.</li> <li>- услуга по побудке гостей к определенному времени.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- экскурсионное обслуживание;</li> <li>- заказ услуг гидов-переводчиков;</li> <li>- организация продажи билетов на любые виды транспортов;</li> <li>- организация продажи билетов в культурные места (кино, театр, и другие);</li> <li>- заказ такси по просьбе туриста;</li> <li>- заказ столика или зала в любом ресторане, баре города.</li> </ul> <p>Бытовые услуги:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- реставрация и глажение одежды;</li> <li>- стирка, химчистка одежды и др.</li> </ul>

Изучив особенности средств размещения, можно сделать вывод, что все они различаются по типу, назначению, классификации, по качеству и количеству предоставляемых услуг.

Специализированные средства размещения – мотель относится к специализированным средствам размещения, т.к.

главной его специализированной услугой является предоставление автоуслуг.

Широкий спектр автоуслуг позволяет мотелю осуществлять обслуживание как гостей, так и иных автолюбителей, что повышает его финансовую устойчивость.

## ГЛАВА III. ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХОСТЕЛОВ

### 3.1. История развития хостелов

С английского языка «Hostel» переводится как общежитие<sup>15</sup>. Является особым видом средства размещения, так как представляет собой, систему размещения европейского вида. Предоставляют клиентам проживание на короткий или продолжительный срок проживания. Чаще всего предоставляемые услуги это спальное место, без каких либо дополнительных удобств.

Самым первым средством размещения вида «хостел» в нынешнем значении данного слова был основан в самом начале двадцатого века, в 1909 году, в Германии. В те времена школьный учитель Рихард Ширманн организовывал по выходным своим ученикам короткие путешествия, по близлежащим городкам страны. Учитель и школьники не обладали достаточными средствами для размещения, в каких либо заведениях. Денег не хватало, и они располагались на ночь в местных школах. Со временем Ширманну пришла идея создания недорогого средства размещения для путешественников. Реализуя свою идею, он открыл недорогое место для «жилья на ночь», которое работало бы на постоянной основе, прямо в своей школе. Вечером из классов выносили парты, а на полу раскладывали по несколько штук тюфяки с соломой. Рано утром гости помогали учителю вынести эти импровизированные койки и расставить обратно парты и стулья. По истечении некоторого времени первый хостел был перенесен в замок Алтена. Существует там и по сей день в качестве исторической достопримечательности.

В начале двадцатых годов двадцатого века в Европе работало уже несколько хостелов, а к концу Второй мировой

---

<sup>15</sup> Волков, Ю. Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес [Текст]: учебник / Ю. Ф. Волков. – 2-е изд. – М.: Ростов –на-Дону : Феникс, 2010. – с. 84-85.



войны развитие подобных гостиниц стало набирать огромную популярность. Главной идеей было минимум комфорта, максимум экономии. Наряду со школьными зданиями, хостелы стали оборудоваться в жилых домах, многоквартирных и отдельно стоящих домах, местах концентрации целевой группы, студенческие кварталы, центрах развлечений, в местах проведения рок фестивалей. В особенности эти средства размещения пришлись по вкусу хиппи, которые всегда славились отсутствием денег и не предъявляли больших требований к чему-либо или кому-либо. Моду на «бэкпэкинг» (от английского «backpack» – рюкзак) ввели хиппи. Желая все чаще быть в движении перемещаясь от одного пункта в другой, они были готовы довольствоваться самым минимумом предоставляемым средствами размещения удобствами. Популярность хостелов набирала обороты.

Современный хостел – это мини-отель, где за небольшую плату любой путешественник имеет право снять номер или место в общей комнате<sup>16</sup>. Развитие хостел движения позволяет путешествующей молодежи и туристам с ограниченным бюджетом путешествовать по всему миру. Именно из-за своей экономичности, хостелы приобрели определенное значение на рынке<sup>17</sup>. По прошествии десятков лет, хостелы изменились в лучшую сторону. Из низкокомфортных общежитий преобразовались во вполне серьезные отели, культурного назначения и стали настоящим явлением. Номера все чаще оборудуются кондиционерами, телефонами, телевизорами, микроволновой печью, холодильниками, беспроводной интернет стал одной из основных дополнительных услуг. Обладая всеми этими достоинствами, современные хостелы становятся самым

---

<sup>16</sup>Жулидов С. Б. TheHotelBusiness [Текст]: учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса 230000 / С. Б. Жулидов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – с. 56-58.

<sup>17</sup>Брашнов, Д. Г. Основы индустрии гостеприимства [Текст]: учеб.пособие / Д. Г. Брашнов, Е. В. Мигунова. – М.: Флинта : НОУ ВПО «МПСУ», 2013. –с. 124-127.

доступным средством размещения для студентов и путешествующей молодежи<sup>18</sup>.

Отечественные хостелы отличает то, что они действуют «в связке» туристическими фирмами. Согласно законодательству РФ, они не относятся к средствам размещения и не могут выступать в роли самостоятельного юридического лица. Вместе с проживанием клиенту предоставляется спектр туристических услуг – организация программы экскурсии, поддержка визы, бронирование билетов на авиа и железнодорожный транспорт. Обычно хостелы, как правило, организуются на базе других средств размещения, чаще всего общежитий.

В тоже время появились частные предприятия, мини-гостиницы, сервис которых соответствует требованиям к хостелам. Таким образом, возникает два направления развития хостелов – средства размещения при учебных заведениях, туристических предприятиях и самостоятельно действующие хостелы<sup>19</sup>.

Сегодня хостелы не имеют утвержденную классификацию. Из-за этого в Российской Федерации общее количество хостелов не подсчитывается т.к «официальной статистики» не ведется потому, что российские хостелы не имеют юридического статуса.

Исходя из того, что деятельностью хостела является, в первую очередь, предоставление права на временное проживание, очевидно: помещение должно быть пригодно для проживания. Следует отметить, что в различных нормативных актах помещения классифицируются (делятся на виды) по-разному, при этом применяются и различные термины (жилые помещения, жилищный фонд, помещения, предназначенные для постоянного проживания и временного пребывания людей и т. д.). Например:

---

<sup>18</sup>Шматько, Л. П. Туризм и гостиничное хозяйство [Текст]: учебное пособие / Л. П. Шматько. – М.: МарТ, 2014. –с. 251-255.

<sup>19</sup>Медлик, С. Гостиничный бизнес [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса (230000) / С. Медлик; пер. с англ. А. В. Павлов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – с. 124-126.

- законом «О государственном кадастре недвижимости» установлены только три вида назначения зданий (нежилое здание, жилой дом или многоквартирный дом) и два вида назначения помещения (жилое помещение или нежилое помещение), то есть, сточки зрения этого закона, здание гостиницы и общежития, например, не является не жилым домом, ни многоквартирным жилым домом, значит, это нежилое здание<sup>20</sup>.

- по жилищному законодательству и квартиры, и общежития, и «жилые помещения в других строениях, пригодные для проживания», относятся к жилищному фонду и являются жилыми помещениями;

- с точки зрения требований пожарной безопасности, помещения гостиниц и общежитий относятся к одной подгруппе, а многоквартирные жилые дома к другой.

Это является не дефектом правовой системы, а совершенно нормальным явлением, так как различные отрасли права ставят перед собой различные задачи, и каждая классификация, таким образом, служит поставленным задачам. Поэтому, помещение, предназначенное для проживания людей (пусть даже временного), должно быть пригодно для этих целей. Рассмотрим с практической точки зрения, какие требования являются обязательными для помещений хостелов.

Для начала обратимся к одному из наиболее обсуждаемых вопросов: можно ли размещать хостел в квартире многоквартирного жилого дома, поскольку таких хостелов много в различных городах. С точки зрения законодательства о санитарно-эпидемиологическом благополучии населения, можно без проблем. Так как квартира – это жилое помещение, и оно может быть предоставлено для проживания граждан.

---

<sup>20</sup>Федеральный закон от 24 июля 2007 г. N 221-ФЗ «О государственном кадастре недвижимости» [Электронный ресурс] : (с изменениями и дополнениями) // Гарант : информационно-правовой портал. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

Теперь рассмотрим этот вопрос с точки зрения гражданского и жилищного законодательства. Согласно пункту 1 ст. 17 ЖК РФ, жилое помещение предназначено для проживания граждан. Согласно пункту 2 той же статьи, допускается использование жилого помещения для осуществления профессиональной деятельности или индивидуальной предпринимательской деятельности проживающими в нем на законных основаниях гражданами, если это не нарушает права и законные интересы других граждан, а также требования, которым должно отвечать жилое помещение. Очевидно, что в пункте 2 ст. 17 ЖК РФ речь идет о видах профессиональной или индивидуальной предпринимательской деятельности. Таким образом, речь идет о такой деятельности, как, например, деятельность адвокатов, художников, дизайнеров, портных и т. п.

Следует обратить внимание на то обстоятельство, что и пункт 1 ст.17 ЖК РФ, и пункт 2 ст. 17 ЖК РФ касаются использования именно жилого помещения – то есть, для такого использования не требуется перевода помещения в нежилое со всеми вытекающими отсюда последствиями, в том числе, в части требований об устройстве отдельного выхода. Согласно ст. 288 ГК РФ, собственник осуществляет права владения, пользования и распоряжения принадлежащим ему жилым помещением в соответствии с его назначением: может использовать его для личного проживания, проживания членов своей семьи, а также сдавать для проживания на основании договора.

Таким образом, если жилое помещение предоставляется для проживания граждан на основе договора (а именно в этом заключается деятельность хостела), то это является использованием помещения в соответствии с пунктом 1 ст. 17 ЖК РФ и ст. 288 ГК РФ, а не в соответствии с пунктом 2 ст. 17 ЖК РФ. И ограничить собственника жилого помещения в этом праве можно только путем внесения изменения в закон – Жилищный кодекс Российской Федерации и Гражданский кодекс Российской Федерации, причем при условии, что эти

изменения непосредственно ограничат или запретят конкретный вид использования. Следует, однако, отметить что в том случае, если деятельность хостела ведется в квартире, в нем не могут предоставляться такие, например, услуги, как услуги общественного питания, т. к. осуществление подобных видов деятельности требует перевода жилого помещения в нежилое. Отсюда видно, что существует пробел в законодательстве, ограничивающий свободу коммерческому использованию хостелов в многоквартирных домах<sup>21</sup>.

### 3.2. Классификация хостелов

Так как хостелы являются новым явлением в гостиничном бизнесе, теоретических исследований проведено не достаточно, нами была составлена классификация хостелов.

Хостелы можно классифицировать по некоторым критериям: вид собственности, управление, местоположение, месторасположение, назначение, ценовой диапазон, вместимость, комфортность, режиму эксплуатации, таблица 3. 1.

Таблица 3.1

Классификация хостелов

Критерии	Виды хостелов
Вид собственности	Частная;
	Государственная.
Управление	Самостоятельное предприятие (мини-гостиница);
	структурное подразделение (общежитие, комнаты отдыха).
Месторасположение	В центре города;
	на окраине города;
	за городом;
	придорожные;
	на воде.

<sup>21</sup> Янкевич, В. С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт [Текст]: учеб.пособие / В. С. Янкевич, Н. Л. Безрукова. – М.: Финансы и статистика, 2012. –с. 147-148.

Окончание табл.3.1

Критерии	Виды хостелов
Местоположение	Хостел в отдельно стоящем здании;
	хостел в многоквартирном здании.
Тип	Общежитие;
	хостел гостиничного типа;
	специализированный хостел.
Назначение	Туристическое;
	деловое.
Ценовой диапазон	Социальный класс;
	туристический класс;
	бизнес класс.
Вместимость	До 35 мест – мини хостел;
	От 40-100 мест – средние хостелы;
	более 100 мест – большие хостелы.
Режим эксплуатации	Круглогодичные;
	сезонные.
Комфортность	Высококомфортный (минимальное самообслуживание);
	средний уровень комфорта (наличие самообслуживания)
	низкокомфортный (высокая степень самообслуживания).

Хостелы подразделяются на 2 вида, рисунок 3.1, по своему функциональному назначению: самостоятельные предприятия (хостелы, мини-гостиницы) и структурные подразделения например: учебных заведений (общежития)

Эти группы хостелов отличаются организационно правовой формой. Самостоятельные хостелы – это чаще всего собственность индивидуальных предпринимателей. Целью которых является получение дохода при реализации услуг проживания. В этой группе новым предприятием является общежитие для граждан, по типу социального найма (т.е. комнаты нельзя приватизировать). Строительство таких общежитий может решить проблему расселения граждан<sup>22</sup>.

<sup>22</sup>ГОСТ Р 51185-2008 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования [Текст]. – Взамен ГОСТ Р 51185-98; введ. 2009-07-01. – М.: Госстандарт России: Издательство стандартов, 2008. –с. 4-7.

Хостел как структурное подразделение предприятий не имеют цель получение прибыли. Чаще всего оплата за хостел покрывает расходы на его содержание, а иногда хостелы финансируются из средств головного предприятия.

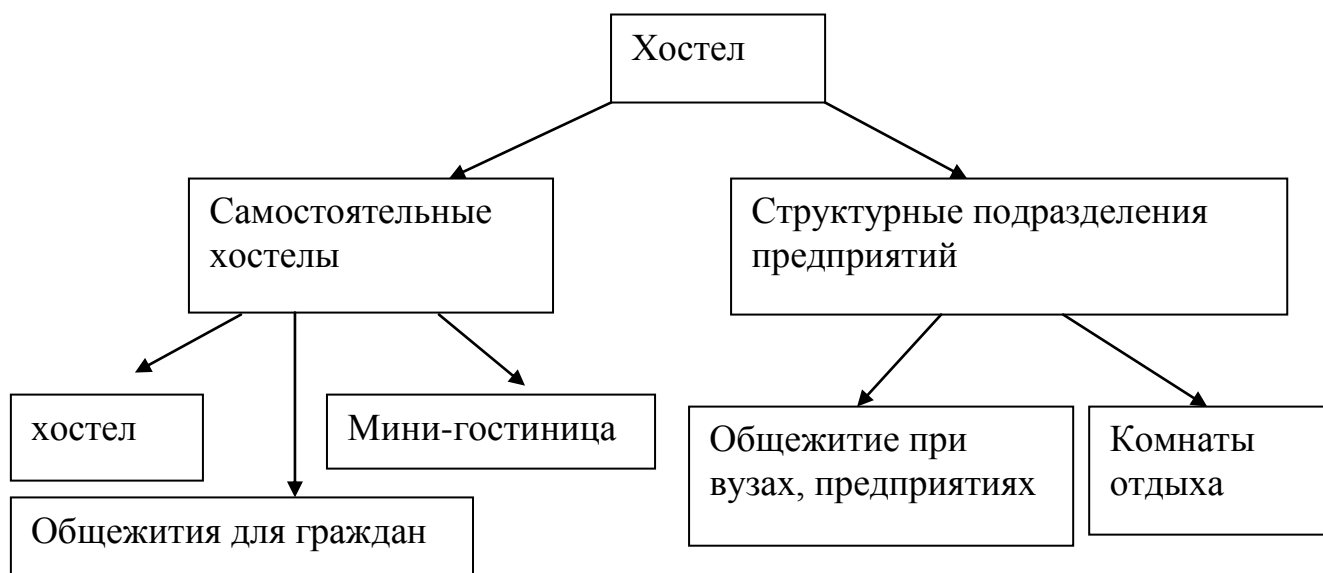


Рис.3.1. Виды хостелов

Организация обслуживания в хостеле (общежитии) зависит от его классификации. Не существует единой классификации хостелов, не разработана официальная классификация и в Российской Федерации.

Заинтересованными организациями разработаны некоторые классификационные схемы: классификация по уровню комфортности (символ «Елки»); классификация на основании основных положений международной федерации молодежных хостелов (IYHF).

Классификация по уровню комфортности подразделяет общежития на 3 уровня: базовый уровень комфортности, ниже базового уровень комфортности и выше базового уровень комфортности. Общежития подразделяются по критериям: количество квадратных метров на 1 человека, количество койка мест в комнате, местом расположения санузла, количеством дополнительных услуг такие как организация питания в общежитии, уровень

самообслуживания. В зависимости от комфортности общежитию присваиваются определенное количество символов («Елки») – от 1 до 3.

Классификация на основании основных положений международной федерации молодежных хостелов, типа «общежитие» имею градацию по категориям классности. Хостелы разделены на три категории классности:

1. Стандартный класс.
2. Класс выше стандартного.
3. Класс ниже стандартного «простой».

1. Нами рассмотрены требования, предъявляемые к **общежитию стандартного класса** по различным критериям.

IYHF подразделяют гостей на членов Ассоциаций и сторонних клиентов. Хостелы должны соблюдать правила, касающиеся членских карт. Хостелы, члены национальных Ассоциаций, являющихся членами Международной Федерации Молодежных Хостелов, не вправе предоставлять вновь прибывшим скидку на услуги, отличную от предлагаемой всем лицам соответствующей возрастной категории, получившим карту установленного образца от Ассоциации-члена Федерации. В данном случае для Ассоциаций в развивающихся странах может быть сделано исключение: они вправе предоставлять возможность пользоваться более низкими расценками исключительно своим членам, но не членам Ассоциаций из развитых государств.

Общим требованием является внимательное отношение к клиентам, в настоящее время не имеющим соответствующих членских карт. В хостелах всегда должна быть обеспечена выдача национальных членских карт, членских карт Федерации и марок к членским картам Федерации.

Иностранцы, не являющиеся членами национальных Ассоциаций Хостелов, а также Международной Федерации Молодежных Хостелов, должны покупать марки за каждую ночь, проведенную в хостеле, пока членская карта Федерации не будет заполнена.



Рассматривая инфраструктуру хостелов, можно выделить некоторые зоны:

1. Холл.
2. Зона номеров.
3. Зона кухни.
4. Санитарно-гигиеническая зона.
5. Зона общественного пользования.

Обычно, **зона холла** в хостеле не такая большая как в гостинице<sup>23</sup>. [39, с. 211-213] В ней расположена стойка и ресепшионист за ней, принимающий постояльцев. Возможно различное дополнительное оборудование, такое как банковский терминал и т.д.

Самые недорогие **номера в хостелах**, как правило, представляют собой большие комнаты, в которых стоят обычные или двухъярусные кровати и тумбочки с замками. В таких комнатах останавливается до 12-20 человек. Чем меньше кроватей – тем дороже проживание. Пространство в спальне, выделяемое на одного человека – не менее 5 м<sup>3</sup>, где площадь (под одноместную или двухъярусную кровать) – 4 м<sup>2</sup>, и расстояние от спинки двухъярусной кровати до потолка – не менее 75 см.

Размер кровати – не менее 80 на 190 см, расстояние между кроватями – не менее 75 см (если отсутствует перегородка).

#### **Постельные принадлежности.**

В зависимости от местных требований – вновь прибывшие и проживающие могут пользоваться матрасами и подушками хостела только при наличии своих или предоставляемых хостелом чистых спальных мешков или простыней и наволочек. Если спальные комплекты или мешки выдает хостел, то они должны быть не только чистыми, но и выглаженными. Смена постельного белья должна осуществляться регулярно или при необходимости чаще. К использованию допускаются спальные мешки размером 80 на 210 см. В хостелах некоторых стран

---

<sup>23</sup>Шматько, Л. П. Туризм и гостиничное хозяйство [Текст]: учебное пособие / Л. П. Шматько. – М.: МарТ, 2014. –с. 211-213.

проживающим разрешается пользоваться личными спальными мешками при условии, что они чистые и используются вместе с подушкой и чистой наволочкой<sup>24</sup>.

По уровню комфорта они вполне могут поспорить со стандартными 2 - 3 звездочными отелями, а вот стоимость проживания в них дешевле на 20-30 %. Одна из важных деталей – в хостеле должны быть либо запирающиеся шкафчики, либо охраняемое помещение, в котором можно оставить вещи и к которому клиент будет иметь доступ в любое время.

Плата за выдачу постельного белья должна быть по возможности включена в стоимость проживания; при отсутствии такой услуги, хостел должен за отдельную плату предоставить чистое белье во временное пользование. [22, с. 254-258]

В каждом хостеле обязательно есть **гостевая кухня** со всем необходимым для приготовления пищи приспособлениями: плитами, сковородами, кастрюлями и т.д. В случае самообслуживания в хостеле должна быть организована продажа основных продуктов питания (или размещена исчерпывающая информация о ближайших продуктовых магазинах). В некоторых случаях завтраки включены в стоимость, либо предлагаются за дополнительную плату.

**Душевые и туалеты** располагаются на этажах (в таком случае номер обозначается, как SHARED- совместное пользование), реже – у каждой комнаты. Многие хостелы предлагают двухместные, трехместные или четырехместные номера с собственными ванными комнатами и туалетом (они обозначаются ENSUITE– ванная с туалетом).

1 туалет – на 12 человек (по меньшей мере, по одному для каждого пола);

1 раковина – на 6 человек;

---

<sup>24</sup>Еланцева, О. П. Стандартизация и сертификация в социально-культурном сервисе и туризме [Текст]: учеб.пособие / О. П. Еланцева. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ФЛИНТА : НОУ ВПО «МПСУ », 2014. – с. 47-51.

1 душевая или ванна – на 15 человек.

Обязательно наличие горячей воды (централизованно или через нагреватели), мыла и сушилок для рук (в местах общего пользования).

Для проведения встреч и совместного времяпрепровождения, проживающих в хостеле, должна быть соответствующая комната или площадка на открытом воздухе (если это позволяют климатические условия). Структурные особенности хостелов должны позволять в разумных пределах приглушать исходящий внутренний и внешний шум.

В каждом хостеле действуют общие положения о чистоте и порядке, рассмотрим некоторые из них:

Вся мебель, оборудование, постельные принадлежности и помещения хостела должны быть чистыми. В хостеле регулярно должна проводиться профилактика появления домашних насекомых.

Обслуживающий персонал должен соблюдать требования личной гигиены, следить за своей внешностью, особенно при приготовлении или сервировке блюд и напитков. В случае предъявления местными органами власти более жестких – по сравнению со стандартами Федерации - требований к личной гигиене и здравоохранению вообще, руководство хостела обязано добиваться от персонала выполнения этих требований. Должны быть установлены урны и другие специальные приспособления для мусора и отходов, в т.ч. для использованных средств личной гигиены, с надлежащей защитой от распространения запахов и проникновения насекомых. Как изнутри, так и снаружи хостел должен выглядеть опрятным, убраным и красиво оформленным<sup>25</sup>.

**Правила проживания в хостелах** всегда четко регламентированы и примерно одинаковы по всему миру.

---

<sup>25</sup>Богалдин-Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы [Текст]: учеб.пособие / В. В. Богалдин-Малых. – М., 2014. –с. 114-116.

Нарушение их может повлечь за собой наказания в различных формах. Может быть запрещено:

- курить в определенных номерах;
- приходить позже 11 – 12 – 1 ночи (и позже);
- оставаться в номере с 11 до 12 дня, когда проходит уборка;
- шуметь после 11 вечера.

Особенностью хостелов также считается совместное проживание в номерах мужчин и женщин. Бывают и отдельные номера (которые помечаются femaleonly), но обычно о таких нюансах никто не волнуется.

Хостелы – достойная альтернатива гостинице. Основным контингентом в хостеле является путешествующая молодежь, для которых главное хорошо выспаться перед очередным днем полным путешествий<sup>26</sup>.

Хостелы, чаще всего, не могут оставаться на плаву самостоятельно. Расходы на рекламу могут превышать прибыль хостела. Без должной рекламы, клиенты не смогут найти хостел, а это значит, что вся деятельность предприятия будет под угрозой. Чтобы избежать разорения, хостелы объединяются в сети.

На данный период Международная Молодежная Федерация Хостелов (HI – HostellingInternational), существующая под руководством ЮНЕСКО, объединяет около 400 хостелов по всему миру. Данная ассоциация не коммерческая, неправительственная. Разрабатывает стандарты, единые для всех хостелов. Определяет критерии для получения аккредитации, занимается проверкой уровня качества предоставляемых хостелом услуг.

Хостелы, успешно прошедшие аккредитацию так же подвергаются различным инспекциям, ревизиям. Благодаря этим условиям в предприятиях сохраняются установленные нормы ассоциаций по содержанию хостелов.

---

<sup>26</sup>Дмитриева, Н. В. Гостиничный менеджмент [Текст]: учеб. пособие / Н. В. Дмитриева, Н. А. Зайцева[и др.]. – М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – с. 59-64.

Таким образом, хостелы являются новым сегментом индустрии гостеприимства. Материально-техническая база, уровень сервиса, специализация персонала, маркетинговая политика в достаточной мере отличается от уровня гостиниц. Во втором пункте будет исследована организация обслуживания в хостелах.

### 3.3. Виды услуг в хостелах типа «общежитие»

Благодаря стремительному развитию городов открываются новые различные предприятия. Это приводит к появлению новых рабочих мест в городе, что влечет за собой необходимость в новых местах для проживания рабочих вблизи с работой. Эту проблему разрешают с помощью общежитий.

Общежитие подразделяется на виды, рисунок 3.2.

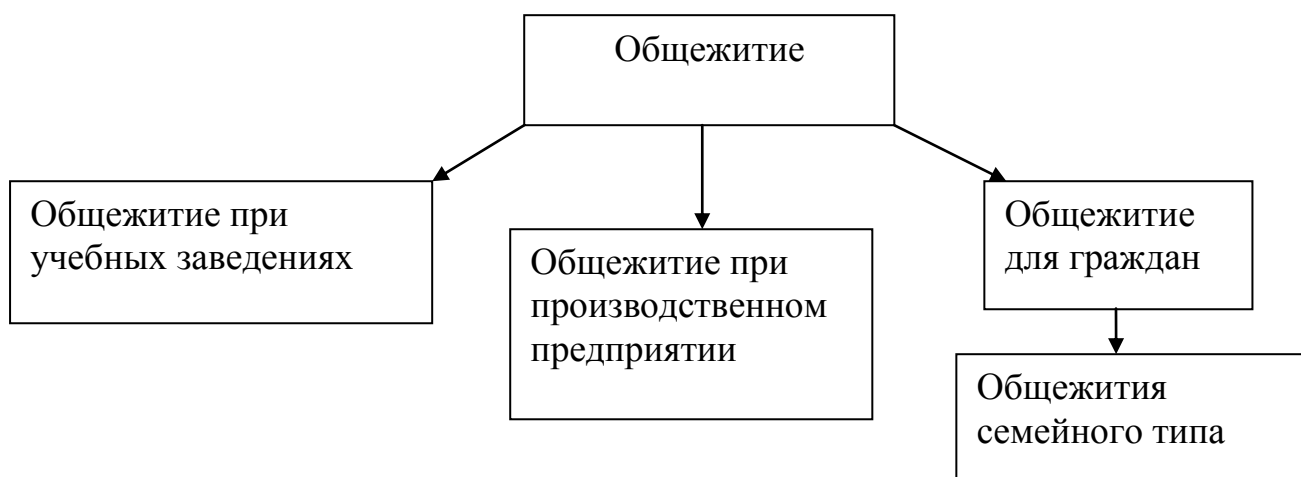


Рис.3.2. Подразделение общежития

Общежития могут строить самостоятельно предприятия, которые в них нуждаются для размещения своих рабочих, так и арендовать квартиры в других общежитиях.

Эти помещения могут использоваться в коммерческих целях<sup>27</sup>, в них могут предоставляться различные

1. <sup>27</sup>Котлер Ф, Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Текст]: учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. – 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. –с.547-548.

дополнительные услуги такие как услуги общественного питания, услуги досуга и т.д.

Для эффективной работы, предприятию необходима функциональная организационная структура. Структура общежития – это организационная схема, отражающая взаимоотношения подразделений. Показывает расположение служб и должностей, тем самым определяются полномочия и обязанности, рисунок 1. 3.

Данный рисунок является типовым шаблоном организационной структуры предприятия.

Организационная структура общежития определяется его назначением, спецификой дополнительных услуг и рядом других факторов. В ней отражаются полномочия и обязанности, возложенные на каждого работника предприятия.

Рассмотрим организационную структуру общежития, при учебном заведении рисунок 3.3.

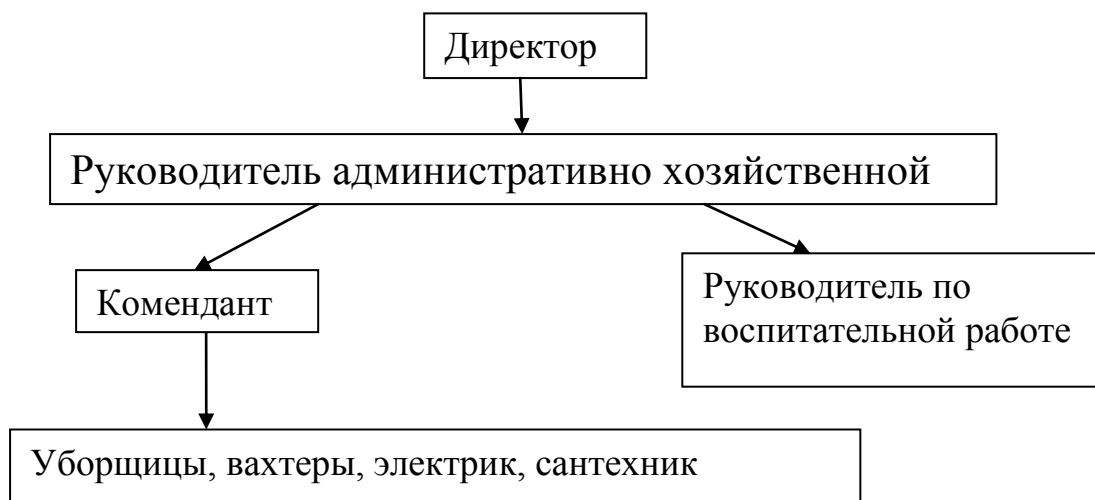


Рис.3.3. Схема организационной структуры общежития при учебном заведении

Организационная схема может видоизменяться. Периодически схему необходимо пересматривать, в особенности при больших изменениях в структуре управления общежития. Обязанности различных работников меняются в зависимости от их квалификации, опыта и численности.

### 3.4. Технология обслуживания проживающих

Анализ документов, регламентирующих процесс проживания в различных хостелах, в том числе и Положений Международной Молодежной Федерации Хостелов, позволил выявить некоторые общие методы технологии обслуживания проживающих.

#### **Прибытие и регистрация.**

Указатели месторасположения хостела должны быть размещены на подходе к хостелу, на самом здании, где расположен хостел, и внутри него.

Регистрация и прием вновь прибывших должны осуществляться в часы работы хостела или по крайней мере с 8.00 до 10.00 и с 17.00 до 22.00. Возможность выезда из хостела, в т.ч. в ранние часы (если того требуют проездные документы), должна предоставляться проживающим по крайней мере до 10.00. Информация о часах работы хостела, регистрации новых проживающих и освобождении номеров должна быть четко представлена на двери комнаты, где находится администратор. В часы временного закрытия хостела в дневное время, проживающие должны иметь право доступа в хостел, уборную и багажное отделение. Кроме того, им должна предоставляться информация о свободных местах в хостеле и при наличии таковых осуществляться их бронирование. По договоренности, клиентам предоставляется возможность доступа в хостел в ночное время или ранние утренние часы.

#### **Требования к персоналу и информационному обеспечению.**

В каждом хостеле должен находиться менеджер, администратор, или другое лицо с соответствующими функциями.

В хостеле постоянно должна функционировать система предотвращения или ликвидации чрезвычайных ситуаций. Как правило, в часы работы хостела персонал должен быть всегда готов предоставить проживающим необходимую информацию по интересующей их теме.

При общении с проживающими на рабочем месте персонал должен всегда следить за своим поведением и внешностью и в случае обращения за помощью – вежливо и корректно оказывать ее.

Информация для проживающих должна предоставляться в удобно читаемой форме. Кроме правил пользования услугами хостела, которые должны указываться четко, вежливо и с учетом безопасности проживающих, в информации должны содержаться краткие и лаконичные данные о местных достопримечательностях и местах для отдыха или времяпрепровождения.

#### **Обращение за помощью.**

При необходимости по эксплуатационно-экономическим соображениям администрация хостела в вежливой форме может обращаться к проживающим с просьбами хозяйственно-бытового характера.

#### **Условия проживания.**

Многоместные номера в хостеле должны быть раздельными (для мужчин и женщин). Для родителей с детьми делается исключение.

#### **Сервис.**

Многоместные номера должны быть оборудованы кроватями, каждая из которых должна иметь матрас, подушку и надлежащее количество одеял (покрывал) – в зависимости от местных климатических условий. Душевые, умывальные комнаты и туалеты также должны быть раздельными, а по возможности – персональными по причине того, что не каждый человек готов поддерживать личную гигиену или пользоваться туалетом даже совместно с лицами одного с ним пола. В хостеле необходимо наличие общей комнаты для отдыха, где проживающие могли бы общаться между собой. Если курение в хостеле разрешено, то для курящих и некурящих должны быть свои, отдельные места отдыха и времяпрепровождения. Окна номеров должны быть оборудованы шторами или жалюзи.



Клиенты обязаны следовать правилам, установленным в хостелах тех стран, где они останавливаются, и выполнять их требования.

Так, администрация хостела вправе выселить граждан только в крайнем случае в связи с вопиющим нарушением закона или правил поведения, а именно:

- сексуального домогательства;
- кражи;
- сильного алкогольного опьянения;
- намеренного и длительного нарушения общественного порядка, т.ч. домогательств по отношению к другим постояльцам;
- намеренной и серьезной порчи служебного имущества или личного имущества других постояльцев.

#### **Продолжительность проживания.**

Клиент должен иметь возможность проживания в хостеле на максимально возможный срок. В соответствии с целями учреждения молодежных хостелов и их назначением, продолжительность проживания в них определяется количеством свободных мест или местными законами об аренде жилья. В любом случае не рекомендуется поощрять длительное проживание в хостелах.

#### **Ущемление прав проживающих.**

Руководство и персонал хостелов не должны проводить различий между расами, цветом кожи, национальностями, религиозными вероисповеданиями, физической неполноценностью, полом и политическими убеждениями постояльцев. Руководство хостела имеет право отказывать в обслуживании клиентам, но только по отличным от вышеуказанных причинам.

#### **Запрет на пропаганду и принцип доброй воли.**

Ни хостелы, ни публикации, выпущенные ими, не могут быть использованы в качестве пропагандистских политических, религиозных или иных средств воздействия или агитации. Участие в любых, организуемых хостелами, мероприятиях и культурных программах является добровольным.

### **Информационное обеспечение и прием заказов на размещение в хостелах.**

Работа с телефонными звонками, факсимильными сообщениями и письмами должна вестись постоянно и незамедлительно. Особое внимание необходимо уделять случаям возникновения языкового барьера между клиентом и принимающим хостелом. Для проживающих и вновь прибывших должна существовать система предварительного заказа мест. Система бронирования должна быть обеспечена там, где это возможно. Наличие информации о ближайших хостелах и хостелах, расположенных в других местах, правилах регистрации и приема заказов в них также обязательно.

Место в хостеле гарантируется и сохраняется только при условии полной предоплаты, произведенной клиентом. Предварительное бронирование без предоплаты сохраняется только до 18.00 часов дня предполагаемого приезда клиента, если иное не оговорено между сторонами.

### **Безопасность и сохранность от криминальных посягательств.**

Несмотря на то, что безопасность и сохранность вещей является личным делом каждого человека, постояльцы вправе рассчитывать на поддержку со стороны руководства и персонала хостела, в т.ч. в обеспечении собственной безопасности и сохранности личных вещей. Ценности и личные вещи постояльцев могут храниться в специально отводимых для этого местах. Проживающие должны быть проинформированы об их расположении и правилах пользования.

Возможность проникновения в хостел посторонних лиц должна быть сведена к минимуму. Служба безопасности контролирует все входы и выходы хостела, следит за общественным порядком и поведением входящих туда лиц и постояльцев. Охранники должны быть всегда готовы вовремя отреагировать на возникновение чрезвычайной ситуации. С целью свести к минимуму риск сексуальных преступлений и домогательств любого рода особое внимание следует уделять

проживающим в многоместных номерах. Многоместные номера должны разделяться на женские и мужские, за исключением случаев, когда приезжающие хотят поселиться вместе.

### **Безопасность и сохранность от пожара, взрыва и других чрезвычайных событий.**

Хостел типа «общежитие» должен быть оборудован противопожарными средствами. Пожарные выходы и лестницы обозначаются соответствующими указателями; пути подхода к ним не должны иметь заграждений. Местные противопожарные меры обязательны для всех. Повышенное внимание следует уделять потенциально опасным в пожарном отношении объектам. Проживающие должны знать обо всех потенциальных угрозах и рисках для жизни и посильных мерах, принимаемых в хостеле для их максимального недопущения.

### **Безопасность жизни и здоровья.**

Многоместные номера должны оборудоваться с учетом соответствующих ограничений доступа в них посторонних и требований по безопасности. Риск возникновения опасных для жизни ситуаций, в т.ч. падения с лестниц, верхних коек и выпадения из окон, должен быть сведен к минимуму.

Как уже отмечалось, Международная Молодежная Федерация Хостелов выделяет 3 уровня комфортности хостелов: базовый («стандарт»), уровень ниже базового («простой») и уровень комфортности выше базового («выше стандартного»).

На основании этой классификации нами составлена таблица 3.2. «Отличительные особенности обслуживания в хостелах различных категорий».

Анализ особенностей обслуживания в хостелах различных категорий выявил, что стандартный класс и выше стандартного обладает наибольшими возможностями по бронированию мест в хостеле. Показателями комфортности является круглосуточное время приема, оплата картами, разрешение проблем с языковым барьером, чем ниже класс хостела, тем ниже показатель уровня комфортности.

Таблица 3.2

**Отличительные особенности обслуживания в хостелах  
различных категорий**

Критерии	Выше стандартного	Стандарт	Простой
Заказ номеров	Онлайн бронирование, телефон.факс	Телефон,факс, предвор бронь, полная предоплата, бронь без предоплаты сохран. До 18.00 дня заезда гостя	Заказ через телефон или факс, письмо может не осущ.
Прибытие	Встреча на языке гостя, встреча гостя в любое время, прием оплаты по кредитным картам	Должны быть указатели. Возможность выезда в ранние часы	Прием в течении первой половины дня (08.00-12.00)
Регистрация	С 7.00-24.00	С 08.00-10.00 и с 17.00-22.00	Сокращенные часы приема 08.00-12.00
Безопасность	Камеры для хранения. Допуск камерам хранения ограничен по времени(в целях безоп). Противопожарные средства.	Во время закрытия хостела у гостей должны быть личные ключи. Имеется спец. место для хранения цен.вещей. Противопожарные средства.Разделение номеров на мужские и женские	Сохраняются правила стандарта
Хоз.бытовой вопрос	Обращение к гостям с просьбами хоз.быт.хар-ра запрещены	Возможно обращение к гостям с просьбами хоз.быт вопроса	Часты обращения к гостям за помощью в хоз.бытвопросе

Окончание табл.3.2

Критерии	Выше стандартного	Стандарт	Простой
Сервис	Возможность заказа частных или семейных номеров. Комнаты с 4-6 к/мест, между ними перегородки.	Возможны персональные туалеты и душевые. Для курения спец. зоны	Разделение комнат и туалетов, душевых по половому признаку (многоместные)
Развлечение	Культурные программы, детские площадки и т.д	нет	нет
Доп.оборудование	Шкафы, стол, стул, урна, сушилка для волос, место для бритья, наличие т-фона.	Может быть не предусмотрено	Возможно наличие одноразового белья

Одним из факторов показателя повышенного уровня комфорта, является наличие средств индивидуальной безопасности, чем эффективней уровень безопасности, тем выше класс хостела. Уникальной особенностью хостелов является привлечение клиентов к хозяйственно-бытовому вопросу. Так же показателем класса хостела является наличие разнообразных развлекательных услуг. Только у класса выше стандартного развлекательные услуги являются обязательными.

#### 3.4. Факторы, влияющие на качество обслуживания проживающих в хостелах

Таким образом, хостелы динамично развивающийся тип средства размещения. На динамику развития этого средства размещения влияют различные факторы: политико–

правовые, экономические, культурные, демографические, развитие торговли<sup>28</sup>.

**Политико-правовой фактор.** Заключается в заинтересованности государства в развитии гостиничного дела и туризма в целом. Выражается в форме принятия законодательных и нормативных актов. Которые направлены на поддержание и развитие гостиничного хозяйства. Оказание финансовых мер для развития индустрии гостеприимства.

**Экономический фактор.** Экономическая нестабильность в странах неизбежно приводит к инфляции и безработице. Общество становится обеспокоенным, из-за чего принимают решение отсрочить туристическую поездку. Страны, где туризм является основным источником дохода, низкие цены на гостиницы является одним из действенных способов привлечения туристов.

**Культурный фактор.** Один из самых стимулирующих факторов привлечения массовых туристических потоков. Путешественники приезжают, чтобы посмотреть какие-то определенные места с мировой культурной ценностью.

**Демографический фактор.** Имеет влияние на развитие гостиничной индустрии. Благодаря росту численности населения Земли, туристический потенциал увеличивается и в индустрию гостеприимства вносятся новые трудовые ресурсы. Повышается спрос на поездки с профессиональной или общественной функцией.

В развитии индустрии гостеприимства большую роль играют возрастной, семейный, социальный состав населения. Различия в возрасте путешественников, повлекли за собой появление специализированных средств размещения для молодежи, лиц среднего и пожилого возраста.

**Развитие торговли.** Туристы приехавшие отдохнуть и развлекаться всегда тратят свои деньги либо на оказание

---

2. <sup>28</sup>Медлик, С. Гостиничный бизнес [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса (230000) / С. Медлик; пер. с англ. А. В. Павлов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – с. 156-158.

услуг, либо на приобретение различных сувениров, национальных изделий, карт, одежду и т.д. Предприятия осознавшие выгоду от продажи туристических товаров, открывают в гостиницах и других средствах размещения места для приобретения туристами туристических товаров.

## ГЛАВА IV. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ТУРИСТИЧЕСКИХ БАЗАХ

### 4.1. История развития турбаз в России

История развития туризма в России исследователи относят к XVIII веку. Во второй половине XIX века путешественники Российской империи познакомились с деятельностью так называемых «альпийских» клубов европейских стран – объединений любителей пеших путешествий с целью познания природы и истории. По аналогии с этими клубами в России активно создаются различные общества и клубы путешественников. Этот период можно считать предвестником познавательного экологического туризма и связанных с ним туристических баз.

Массовое строительство туристических баз относят к XX веку. В конце 1920-х годов организацией туризма в нашей стране наряду с Обществом пролетарского туризма (ОПТ) занималось также акционерное общество «Советский турист» («Совтур»), созданное в 1928 году по решению Наркомпроса. Его задачей являлось создание турбаз и туристических маршрутов по всей территории СССР. Для вступления в общество необходимо было приобрести акцию «Совтура» стоимостью в 1 рубль. Летом 1929 года «Совтур» предлагал путёвки на 29 маршрутов: по Кавказу, Закавказью, Уралу, Волге, Алтаю и даже по всему миру<sup>29</sup>.

Первый советский альплагерь «Рот-Фронт» (ныне «Баксан») был создан в 1932 году профсоюзом кино – и фотоработников в Бак-Санском ущелье Кабардино-Балкарии.

17 апреля 1936 года Центральный исполнительный комитет СССР принял постановления о ликвидации ОПТ. Туристско-экскурсионное дело переходило в ведение советских профсоюзов.

---

<sup>29</sup>Электронный портал «Hotelline» [электронный ресурс]. – режим доступа <http://hotelline.ru>.



К 1941 году профсоюзы создали несколько тысяч туристических ячеек на предприятиях и учебных заведениях. Под руководством ВЦСПС было создано новое структурное подразделение – Туристско-экскурсионное управление (ТЭУ) ВЦСПС, которое укрепило материальную базу туризма, реконструировало множество турбаз, увеличило число плановых туристических маршрутов.

Начавшаяся в 1941 году война сорвала планы дальнейшего развития массового туризма в стране; множество турбаз в годы войны были разрушены, на многих были развернуты сборные военные пункты и госпитали. Но уже в апреле 1945 года ВЦСПС принял решение о возобновлении деятельности ТЭУ. Несмотря на огромные трудности, уже в 1946 году открылись новые турбазы – «Селигер» в Калининской области и «Нелиярве», в Эстонии.

С целью улучшения питания ряд турбаз уже в начале 50-х годов выступил с инициативой создания на своих или близлежащих территориях, так называемых подсобных хозяйств, где силами сотрудников и с использованием отходов производства выращивались скот, птица, разбивались сады и огороды. Это не только помогло сделать рацион более разнообразным, но и позволило высвободить и перераспределить продовольственные мощности среди других предприятий и населения.

В 1950 году на 67-ми восстановленных и вновь созданных турбазах отдохнули 40 тысяч человек.

В 1955 году функционировали уже 100 турбаз, а к 1959 году их число достигло довоенного уровня. В 1988 году на турбазах и в тур гостиницах отдохнули 42 миллиона человек.

В этом же году турбазы стали успешно применять ряд организационных новшеств. Первых туристов приняли на зимних маршрутах, после чего множество граждан, отдыхая зимой, предпочли туризм другим занятиям во время отпуска или каникул. Только в 1950 году свыше 50 тысяч школьников в течении лета путешествовали по Ленинградской области. В Приозёрской туристической базе организовали учебный туристский водный маршрут. За 20-ти дневное пребывание

на базе туристы обучаются гребле на народных судах, проходят практический и теоретический разделы программы на значок «Турист СССР» и совершают зачетное путешествие на лодках по реке Вуоксе. Зимой же эта турбаза организовала зачетный лыжный маршрут.

Для решения проблем самодеятельного туризма самым широким образом использовались материальные людские резервы туристических баз. В 1962 году были созданы общественные организации – Советы по туризму, которые вели большую работу по пропаганде и организации туризма.

За 1970-1980 годы на развитие туризма было вложено более 1062 миллионов рублей. Созданы новые туристические комплексы, гостиницы, турбазы, кемпинги, канатные дороги. Служба сервиса пополнилось мощными автохозяйствами, предприятиями общественного питания, культурного назначения и коммунально-бытового обслуживания, проектными мастерскими и ремонтно-строительными организациями.

К 1989 г. в СССР действовало 22 только профсоюзных альплагеря с пропускной способностью 20 тыс. чел. в год. Из них 15 были расположены на Кавказе и 7 – в Средней Азии и Казахстане. Некоторые лагеря имели статус международных и были ориентированы на обслуживание восходителей из стран Восточной и Западной Европы, США. Сегодня наибольшую известность среди отечественных альпинистов и туристов имеют действующие на Кавказе альплагеря «Алибек» в Домбае (Западный Кавказ), «Узункол» (Западный Кавказ), «Шхельда», «Адыл-су», «Безенги» (Центральный Кавказ) и др. Зимой альплагеря функционируют как горнолыжные базы.

Постоянно растет число турбаз, обслуживающих семейных туристов. Если в 1976 году они приняли 410 тысяч человек, то в 1988 году 2,8 миллиона родителей с детьми. За годы десятой пятилетки построено и введено в эксплуатацию туристских баз, гостиниц, кемпингов более чем 60 тысяч мест.

Общее количество мест составило к концу 1980 года около 360 тысяч. Была успешно проведена модернизация и переоснащение туристических баз. В результате этого стали комфортабельные условия для труда сотрудников баз и отдыха туристов.

В начале 90-х годов в СССР в ведении только ЦСТЭ находилось более 2000 турбаз. Система управления туризмом, которая включала общественные, профсоюзные и государственные органы, развалилась вместе с распадом СССР. Профсоюзный туризм перестал существовать. Самодеятельный туризм вышел из внимания государственной политики и оказался на грани исчезновения. Из госбюджета вообще исчезла статья «туризм». В связи со снижением доходов населения резко сократился внутренний туризм. Пришла в упадок его материальная база. Чтобы как-то спасти положение, в июне 1992 года был создан Международный туристско-спортивный союз. Было решено сохранить всё хорошее и ценное, что накоплено за многие годы туризмом бывшего СССР.

В конце 1994 года создается Государственный комитет Российской Федерации по физической культуре и туризму. Одна из задач его – решение проблем государственной поддержки самодеятельному туризму. В конце 1996 года принят Государственной Думой и одобрен Советом Федерации федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Можно сказать, что с этого времени начинается новый этап в истории туризма. В России существуют громадные возможности для развития внутреннего туризма и путешествий.

Нами составлена хронология развития туристических баз в РФ, в соответствии с таблицей 4.1.

## Хронология развития турбаз в РФ

Даты	Содержание этапов
1920-1930-е гг.	Создание турбаз общественными организациями, разработка туристских маршрутов
1930-1940-е гг.	Туристско-экскурсионное дело перешло в ведение советских профсоюзов, укрепление материально-технического оснащения турбаз и расширение туристических услуг
1945г.	Возобновление ТЭУ, централизованное плановое развитие туристского хозяйства. Туризм среди школьников и молодёжи приобретает массовый характер
1970-1980 гг.	Созданы новые туристические комплексы, в том числе и международные
1992-1996 гг.	Вновь создаются органы управления туризмом. Принят закон «Об основах туристической деятельности в РФ». Начинается строительство частных турбаз.

Турбазы внушительных размеров (комплексы) с несколькими спальными корпусами, обеспечивают комфорт. В России сегодня функционирует значительное количество турбаз построенных ещё в советскую эпоху. Часто это не специализированные здания, а приспособленные для размещения туристов помещения. В настоящее время активно развивается частное предпринимательство в сфере

строительства и организации работы турбаз<sup>30</sup>. В условиях рынка собственники этих баз повышают конкурентоспособность базы, производят реконструкцию зданий, внедряют новейшие технологии для обслуживания клиентов, тщательно подбирают персонал и максимально приближают турбазу к современному уровню.

#### 4.2. Классификация туристических баз

При выборе туристы оценивают имидж турбазы, комфортабельность, оказываемые услуги, доброжелательное и профессиональное обслуживание, доступное и удобное расположение, наличие маршрутных транспортных средств, привлекательные окрестности, отсутствие шума и других неудобств.

Рассмотрим виды турбаз.

По вместимости выделяют следующие категории туристических баз – малые (до 10 мест), средние (30 – 100 мест), и большие (свыше 100 мест) рассчитанные для обслуживания 100-1000 человек.

В архитектурном плане туристические базы представлены одноэтажными или малоэтажными зданиями, хотя современные строительные нормы предусматривают повышение их этажности до 9-ти этажей. Кроме незначительной в размерах общественной зоны, жилая зона (номера) рассчитана на одновременное проживание семьи с детьми и крупных туристских групп до 10 и более человек. Она должна быть оборудована санузлом<sup>31</sup>.

Современные нормы функционирования турбаз предусматривают организацию их работы в круглогодичном

---

<sup>30</sup>Власова, Т. И. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма [Текст] : учебное пособие / Т. И. Власова, А. П. Шарухин, М. М. Данилова. – М. : Академия, 2010. – с. 45.

<sup>31</sup>Барчуков, И. С. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов[Текст]: учебное пособие/ И. С. Барчуков, Л. В. Баумгартен, Ю. Б. Башин, А. В. Зайцев. – М.: КНОРУС, 2012. –с. 18.

режиме или в сезон (летний/зимний). В сезон функционируют все функциональные подразделения, в межсезонье – только функциональное ядро.

Архитектурные особенности туристических баз определяются ландшафтом территории, чертами национальной культуры.

Уникальность архитектурного колорита, использование региональных национальных особенностей уют и комфорт – основа полноценного отдыха для гостей.

Маленькие турбазы расположены ближе к горам и имеют ярко выраженную специализацию. Кто-то занимается конными маршрутами, кто водными, кто горными, кто альпинистскими и другими. Большие турбазы часто имеют договорные отношения с маленькими базами и поставляют им клиентов из своих отдыхающих

Согласно размещению на маршруте, туристические базы могут быть главными и промежуточными, с расположением в пригородных зонах отдыха или в структуре туристско-оздоровительных районов и комплексов.

Так, туристические базы, расположенные в предгорье имеют хорошо организованную систему транспортных коммуникаций и коммунальной инфраструктуры, природных достопримечательностей, которые дополняются историко-архитектурными памятниками.

В зависимости от продолжительности пребывания турбазы делятся на базы краткосрочного пребывания (от 1 до 3 дней) или так называемые базы «выходного дня», среднесрочные (до 7 дней), и долгосрочные (от 14 до 21 дня) – санаторно-курортные.

В 2005 году Приказом Министерства экономического развития и торговли РФ №197 была введена действующая по настоящее время система государственной классификации гостиниц и других средств размещения. Основным новшеством классификации является одновременное использование для оценки уровня комфортности двух подходов: во-первых, соответствие гостиничного предприятия минимальным требованиям для установления

категории «звездности»; во-вторых, экспертная балльная оценка. По их совокупности средству размещения присваивается категория «звездности».

Средства размещения классифицируются по пяти категориям: высшая категория средства размещения – «пять звезд», низшая – «одна звезда». Некатегорийные средства размещения приравниваются к категории «без звезд». Количество звезд увеличивается с повышением уровня и качества обслуживания. Новая система предусматривает экспертную оценку, в том числе, и всего номерного фонда, присваивая категорию средству размещения по наихудшему из номеров<sup>32</sup>.

В большинстве случаев турбазам не присваивается категория. Исключения составляют турбазы, приравненные к курортным отелям.

Классификация туристических баз по уровню цен предусматривает пять категорий: бюджетные, экономичные, средние, первоклассные, высшей категории.

- бюджетные турбазы – имеют минимум удобств;
- турбазы эконом класса – уровень обслуживания несколько выше;
- турбазы среднего класса – уровень обслуживания достаточно высок;
- турбазы первого класса – очень высокое качество комфорта и отличный уровень обслуживания;
- турбазы высшей категории – уровень обслуживания и проживания экстра-класса<sup>33</sup>.

В зависимости от программы туристского обслуживания, маршрута и тактики его прохождения, на турбазах могут использоваться различные виды средств размещения. Производственная инфраструктура в таких турбазах дополняется спортивными, танцевальным

---

1. <sup>32</sup> Волков, Ю. Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес [Текст]: учебник / Ю. Ф. Волков. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2004. – с.63

<sup>33</sup> Там же, с . 56

площадками, в отдельных случаях плавательным бассейном и другими функциональными подразделениями.

Базовый лагерь – многократно и длительно используемый, организуемый всеми участниками группы, бивак, с которого туристы (альпинисты) отправляются на учебные и тренировочные занятия, маршруты и восхождения. Этот вид стоянок используется преимущественно в спортивных и научных экспедициях, на альпиниадах и туриадах, при организации учебно-тренировочных сборов туристов и альпинистов. Здесь находятся необходимые для путешествия продукты, снаряжение, радиостанция, баня, спасательный отряд, имеется оборудованный туалет, мусорная яма. Не редкость здесь и большие палатки для организации кухни, работающей на баллонном газе, столовой (кают-компания), медпункта. Этот вид бивака организуется для значительного количества людей на срок 10 дней и более, поэтому здесь необходимо принять все меры безопасности и защиты окружающей среды<sup>34</sup>.

Бивак (от нем. *bivac*, фр. *bivouac*) – место размещения туристской группы на маршруте для ночлега или отдыха. Зимой в высокогорье бивак иногда организуют путем сооружения снежных пещер, хижин, ям. Во время сложных ственных восхождений там, где обычную палатку поставить невозможно (нет горизонтальных площадок), используют специальные подвесные палатки на платформах[6, с. 33].

Разновидностью бивака являются ночевки – это известное и часто используемое место размещения альпинистских групп под горой, на которую планируется восхождение. Ночевки получили широкое распространение на Кавказе. Они имеют свои названия: (Немецкие ночевки, Верхне-Софруд-жинские ночевки, зеленая гостиница и т.д.) и часто отмечаются на туристских картах<sup>35</sup>.

---

<sup>34</sup>Бизнес-энциклопедия «Стандарты и качество отеля» [электронный ресурс]. – режим доступа <http://handbooks.ru/handbook>.

<sup>35</sup>Бутко, И. И. Маркетинг в туризме[Текст]: учеб. пособие / И. И. Бутко, В. А. Ситников, Е. А. Ситников ; ред. И. И. Бутко. – М.: Дашков и К; Наука-Спектр, 2009. –с. 34.



Термин «промежуточный лагерь» весьма близок по своему смыслу к термину «бивак». Он используется преимущественно в высотных (свыше 6000 м над уровнем моря) походах и восхождениях. Его отличие от бивака в том, что туристы, альпинисты оставляют здесь поставленные палатки (или вырытые снежные пещеры), в которых хранится снаряжение, продукты и возвращаются сюда снова. Как правило, промежуточный лагерь ликвидируется после восхождения или во время возвращения группы с маршрута.

Стоянка – место размещения туристской группы для ночлега, отдыха. В приключенческом туризме различают несколько видов стоянок - бивак, ночевки, базовый и промежуточный лагерь. На стоянках, как правило, используются палатки и спальные мешки, отводятся места для туалета, приготовления пищи. Основное требование к выбору места стоянки – безопасность туристов, комфортность отдыха (наличие воды, в лесной зоне – дров, ровная площадка под палатки, укрытие от ветра). Необходимо помнить, что мусор со стоянки должен быть эвакуирован силами туристской группы для дальнейшей его утилизации или захоронения в специально отведенных местах<sup>36</sup>.

Некоторые турбазы имеют на маршрутах свои туристские приюты.

Еще один вид специальных средств размещения, широко распространенный в Альпах вначале XX века на Кавказе – горные хижины и приюты. Как правило, они строятся и принадлежат различным туристским, альпинистским клубам, федерациям, иногда государству или спасательным службам и предназначены для краткосрочного пребывания восходителей перед и после восхождения, пережидания непогоды. Часто они оборудованы комнатами для ночлега, кухней, туалетом, имеют радиосвязь. Строятся в

---

<sup>36</sup>Бутко, И. И. Маркетинг в туризме[Текст]: учеб. пособие / И. И. Бутко, В. А. Ситников, Е. А. Ситников ; ред. И. И. Бутко. – М.: Дашков и К; Наука-Спектр, 2009. –с. 75.

местах наиболее популярных среди горных туристов и альпинистов. Например, приют «Гара-баши» на Эльбрусе, хижина «Космик» на Монблане и т.д.

На турбазах также встречаются специализированные средства размещения, такие, как кемпинг, мотель, ротель.

Кемпинг – лагерь для автотуристов, расположенный в загородной местности, оснащенный летними домиками или палатками

Мотель – предназначен для туристов, путешествующих на автотранспорте. Может иметь от 150 до 400 номеров, располагается вблизи автотрасс, имеет небольшой штат персонала и предлагает невысокие цены при современных хорошо оборудованных номерах, не предоставляет услуг питания.

Ротель – передвижная гостиница, представляющая собой вагон с одно-, двухместными номерами. В дневное время туристы знакомятся с различными городами и их достопримечательностями, а ночуют и перемещаются по маршруту в поезде.<sup>37</sup>

Туристические базы в зависимости от цели путешествия могут иметь познавательно-экскурсионный, туристско-спортивный профиль (горнолыжные и альпинистские), а также общий рекреационный.

Горнолыжные туристические базы главным образом функционируют зимой. Их структура представлена убежищами, отдельными зданиями, стоянками. Емкость этого типа туристических заведений составляет 50-300 человек.

Альпинистские турбазы ориентируются главным образом на летние виды спорта, в их структуру включены туристические приюты, палаточные лагеря, спортивные площадки.

Альпинистский лагерь (альплагерь) – спортивная база, предназначенная для обучения альпинистов и совершенствования их мастерства. В настоящее время они

---

<sup>37</sup>Кусков А. С. Гостиничное дело: учебное пособие/А. С. Кусков – М.[Текст]: «Дашков и К°», 2010. –с.23.

ориентированы и на обслуживание индивидуальных туристов, детских туристских групп, спортсменов (борцов, легкоатлетов и т.д.), проходящих подготовку в условиях среднегорья. Как правило, в альплагере имеются летние домики, капитальные сооружения (административный и жилой корпус), методические и врачебные кабинеты, пункт прокат альпинистского и горнолыжного снаряжения, спасательный отряд, место для палаточного лагеря. В нем предусмотрено размещение и питание туристов, их культурно-массовое и бытовое обслуживание, выполнение альпинистами учебно-тренировочных и спортивных планов. Большинство альплагерей (сезонных и круглогодичных) ранее принадлежали профсоюзам, небольшая часть – различным ведомствам и организациям.

Общие рекреационные турбазы посещают туристы с целью отдыха. Чаще всего они расположены в пригородных рекреационных зонах и ориентированы на обслуживание местных туристов, имеют ярко выраженный сезонный характер. Средства размещения и услуги определяются спросом населения.

В зависимости от цели посещения турбазы подразделяются по сегментам рынка: детские, молодёжные, спортивные, общедоступные.

Также турбазы подразделяются в зависимости от наличия предоставляемых дополнительных услуг: с предоставлением питания; без предоставления питания; с предоставлением бытовых и транспортных услуг, а также без них.

По виду собственности турбазы подразделяются на собственность общественных организаций (профсоюзные), собственность учебных заведений, собственность предприятий, собственность турфирм, собственность частных организаций.

Как видно из таблицы 4.2, существует многообразие турбаз, отличающиеся друг от друга, что дает возможность различным социальным слоям населения выбрать доступный для себя отдых.

На туристическом рынке качество обслуживания – самое сильное оружие в конкурентной борьбе. Туристы, которые довольны обслуживанием в гостиницах, ресторанах, бюро услуг, туристических комплексах становятся их активными пропагандистами. Они многократно посещают эти места, способствуя увеличению потоков туристов, создавая высокую репутацию понравившимся им туристическим объектом. Качество обслуживания, в конечном счете, способствует повышению экономической эффективности туризма.

Таблица 4.2

### Классификация турбаз

Критерий	Виды туристических баз
Вместимость	Малые (10 мест)
	Средние (30 – 100 мест)
	Большие (свыше 100 мест)
Архитектурные особенности	Одноэтажные
	Малоэтажные
	Многоэтажные (свыше 3-х этажей)
Сезонность	Сезонные (зима, лето)
	Круглогодичные
Месторасположение	Пригородная
	Горная
	Курортная местность
Тип размещения базы на маршруте	Главная
	Промежуточная
	Элемент комплекса
Продолжительность пребывания	Краткосрочное (1-3 дня)
	Среднесрочное (до 7 дней)
	Долгосрочное (14-21 день)

Окончание табл. 4.2

Критерий	Виды туристических баз
Комфортность	Без звезды
	1 звезда
	2 звезды
	3 звезды
	4 звезды
Цена	Бюджетный
	Эконом-класс
	1 класс
	Высший класс
Вид средства размещения	Комплекс
	Базовый лагерь
	Бивак
	Ночевка
	Промежуточный лагерь
	Стоянка
	Тур.приют
Профиль	Познавательно-экологический
	Туристско-спортивный
	Общий рекреационный
Сегмент рынка	Детский
	Молодежный
	Спортивный
	Общедоступный
Наличие дополнительных услуг	Без питания/с питанием
	Самообслуживание/предоставление бытовых услуг
	Без доставки туристов/трансфер
Вид собственности	Собственность государственных организаций (в том числе учебных заведений)
	Собственность общественных организаций
	Собственность частных организаций (предприятия, турфирм и тп)

Большинство туристов стремятся посещать центры с наиболее полным объемом предоставляемых услуг и хорошей экологией (чистые, незагрязненные и неперегруженные места).

Очень важно, чтобы населению региона не приходилось страдать в результате загрязнения окружающей среды и обострения социальных проблем, в результате туристской деятельности. Если гостинично-туристский бизнес развивать надлежащим образом, он в значительной степени может оправдать и субсидировать сохранение природных и культурных ресурсов района. Туристская деятельность может стать важным средством обеспечения охраны окружающей среды. Она может принести выгоду местному обществу (получение дохода региону, создание рабочих мест, сохранение окружающей среды).

При неконтролируемом процессе этой деятельности может быть нанесён существенный урон природе и местному населению. Если эти ресурсы разрушатся или ухудшатся, туристские регионы не смогут привлечь туристов и гостинично-туристский бизнес не сможет быть успешным.

#### 4.3. Виды услуг на туристических базах

Турбаза представляет комплекс помещений, расположенных обычно в живописной местности. Для неё характерно, в отличие от гостиницы, размещение в нескольких зданиях, а также наличие сезонных жилых помещений. Она имеет большую территорию, на которой находятся один или несколько корпусов, кемпинги, коттеджи, подсобные помещения. К услугам отдыхающих места для установки палаток, стоянки для автомобильного транспорта, беседки, спортивные площадки, детский клуб со спортивным тренером, прокат спортивного инвентаря, костровые места, теннисные корты, бильярдные, сауна, столовые или кафе, банкетный зал. Зимой оборудованы лыжные трассы.

Турбаза включает в себя:

- блок жилых помещений, который является основным в гостиницах любого типа и представляет собой жилые комнаты – номера. Гостиничный номер включает в себя место для отдыха и сна, санузел с душевой кабинкой. В номере обычно находятся кровати, шкаф для одежды, тумбочки, журнальный столик, кресла и телевизор. Набор мебели и предоставляемые услуги зависят от комфортабельности турбазы;

- блок питания, может находиться в самом корпусе или отдельном здании. Им распоряжается заведующий столовой или кафе, у которого в подчинении имеются повара, официанты, посудомойщики, уборщики, грузчики. Столовая состоит из подсобных помещений, кухни и обеденного зала. Чаще всего в них существует принцип самообслуживания с предоставлением комплексных обедов или блюд на выбор;

- блок служебных помещений. К нему относятся административные помещения (кабинет директора, менеджера, дежурного);

- обслуживающие помещения (кафе, столовая, киоски, парикмахерские).

- подсобные и хозяйственные (помещения для обслуживающего персонала, мастерские, кладовые, склады, бельевые).

Услуги, предоставляемые на турбазах, подразделяются на основные и дополнительные.

К основным услугам относятся проживание и питание. Есть турбазы с предоставлением питания, входящего в состав путёвки или питание осуществляется за отдельную плату. Для этого используются кафе, столовые. Если питание входит в состав путёвки, то чаще всего, это трёхразовое питание с определённым меню и в назначенное время. На турбазах расположены столовая или кафе, где гость также может принимать пищу по своему усмотрению и за отдельную плату. Если на турбазе нет столовой то, как правило, они имеют кухни с газовыми или электропечами и предоставлением необходимой посуды. Туристы занимаются приготовлением еды сами из своих продуктов. Так же на

турбазах имеются специальные костровые места с мангалами для приготовления шашлыков и барбекю.

Дополнительные услуги могут быть платными или бесплатными.

В бесплатные услуги включено пользование пляжем, детской площадкой, библиотекой, вызов скорой помощи, вызов такси, доставка корреспонденции, медпункт, побудка в определенное время.

Платные услуги могут включать оздоровительные услуги (сауна с бассейном); аренду пляжного инвентаря (маска с трубкой, ласты взрослые, лежак пластмассовый, зонт, матрасик, надувной матрас, шезлонг, спасательные и плавательные круги); аренду спортивного инвентаря (бадминтон, настольный теннис, домино, шашки, шахматы, нарды, мяч волейбольный, мяч футбольный, велосипед взрослый, велосипед детский, лыжи, конки, санки); аренду электроприборов и бытового инвентаря (холодильник, телевизор, видеомэгафитон, чайник электрический, микроволновая печь, уют, вентилятор, обогреватель); камеру хранения, депозитные сейфы, парковку автомобиля на территории.

Таким образом, все дополнительные услуги можно разделить на несколько групп, что показано в таблице 4.3.

Таблица 4.3

#### Дополнительные услуги

Группы дополнительных услуг	Виды дополнительных услуг
Бытовые	Прокат оборудования, пользование бытовыми комнатами.
Питание	Кухни, костровые места, кафе, столовые.
Транспортные	Прокат (лодок, катамаранов, квадроциклов), трансфер.



Окончание табл. 4.3

Группы дополнительных услуг	Виды дополнительных услуг
Развлекательные	Экскурсии, соревнования, конкурсы и т. д.
Услуги проката оборудования и инвентаря	Прокат посуды и оборудования, прокат спортивного снаряжения.

#### 4.4. Должностные обязанности персонала турбаз

Функциональные обязанности по обслуживанию турбазы и ее посетителей четко распределены между работниками турбазы. Это позволяет не только эффективно управлять персоналом, но и обеспечивает быстрое и качественное обслуживание туристов. Персонал организован в функциональные службы, количество которых зависит от размера номерного фонда и объема предоставляемых дополнительных услуг.

Организационная структура турбазы отражена нами на рисунке 4.1.

Ниже представлена характеристика обязанностей персонала турбазы.

Управляющий управляет персоналом турбазы, работает с поставщиками, осуществляет контроль за деятельностью пищеблока, закупкой продуктов питания, расходных материалов по хозяйственной части, занимается согласованием вопросов с органами администрации.

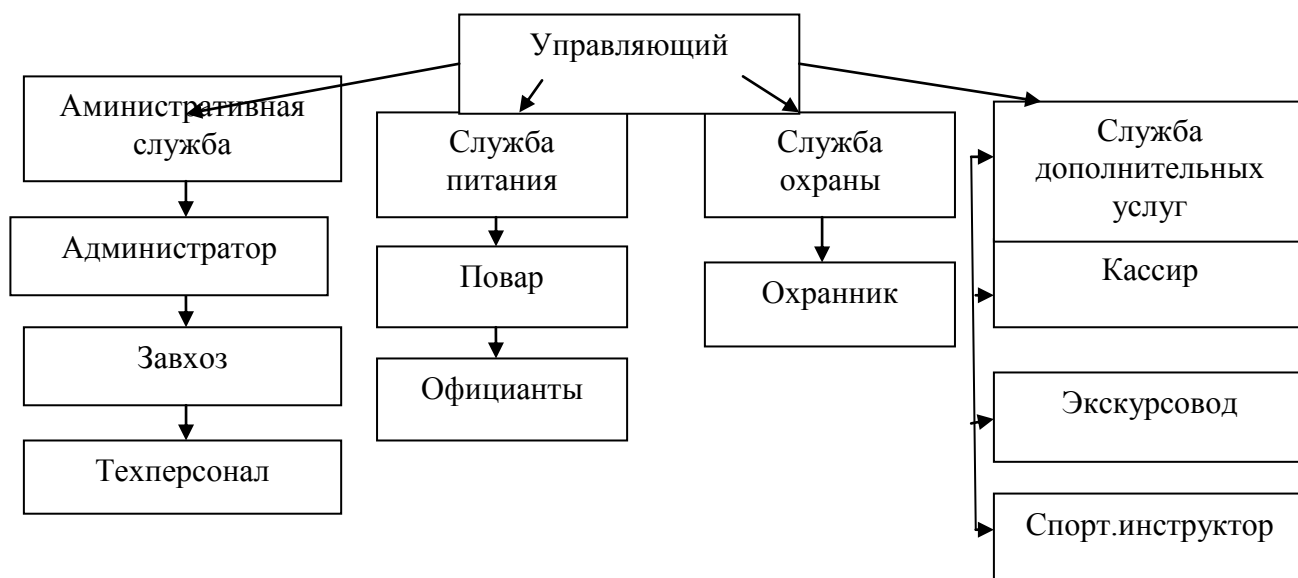


Рис.4.1. Организационная структура турбазы

Административную службу возглавляет администратор турбазы, который подчиняется директору базы.

Должностные обязанности:

- обеспечение работы по эффективному и культурному обслуживанию клиентов, созданию для них комфортных условий;

- бронирование номеров;

- контроль за своевременной подготовкой номеров приёму прибывающих в гостиницу, соблюдением чистоты в гостинице, регулярной смены белья в номерах, сохранностью имущества и оборудования;

- ведение учёта и контроля за правильным использованием белья и хозяйственного инвентаря;

- сдача и приём номеров по акту «приёма – передачи»;

- информирование проживающих о предоставляемых дополнительных платных услугах, принятие заказов на их выполнение;

- раздача устных справок, касающихся турбазы;

- приём и оформление всех необходимых документов;

- разрешение конфликтов, возникающих при обслуживании гостей.

Завхоз обеспечивает хозяйственное обслуживание турбазы мебелью, средствами механизации и хозяйственным инвентарем; принимает участие в разработке планов текущих и капитальных ремонтов; организует их проведение и контролирует рациональное использование материалов и средств, выделяемых для хозяйственных целей; контролирует качество выполнения ремонтных работ; осуществляет контроль за выполнением противопожарных мероприятий и состоянием пожарного инвентаря, за своевременной обработкой помещений от бытовых насекомых и грызунов и вывозом мусора, руководит работами по благоустройству, озеленению и уборке помещений предприятия и прилегающей территории, праздничному художественному оформлению помещений.

Контролирует своевременное закрытие всех хозяйственных помещений и предприятий.

Прачка относится к категории технических работников. Она должна знать:

- правила приёма и выдачи белья;
- правила техники безопасности и противопожарной безопасности;
- правила и нормы охраны труда.

Должностные обязанности:

- содержать складские помещения в надлежащем санитарном и противопожарном состоянии;
- осуществлять приём, хранение и выдачу материальных средств (белья);
- вести картотеку прихода и расхода;
- производить стирку и глажение белья;
- осуществлять мелкие хозяйственные поручения начальника и докладывать ему обо всех замечаниях по своей работе.

Службу питания возглавляет директор кафе:

- оформляет документы, необходимые для осуществления деятельности по оказанию услуг общественного питания;

- обеспечивает наличие, на каждую партию продовольственных товаров сертификата соответствия, гигиенического заключения и прочих документов;

- осуществляет организацию планирование и координацию деятельности кафе;

- обеспечивает высокий уровень эффективности производства, внедрение новой техники и технологии;

- осуществляет контроль за рациональным использованием

материальных, финансовых и трудовых ресурсов, оценку результатов производственной деятельности и качества обслуживания клиентов.

Шеф-повар следит за соблюдением технологии приготовления пищи.

Повар отвечает за своевременное приготовление доброкачественной и соответствующей требованиям кулинарии пищи. В его обязанности входит:

- руководство бригадой кухни;

- участие в разработке семидневных меню;

- получение на складе продуктов и проверка их качества.

Официант подчиняется непосредственно администратору, а также его заместителям.

Он должен быть коммуникабельным, вежливым, иметь опрятный внешний вид, внимательно записать заказ, повторить всё клиенту, чтобы исключить неточности в заказе, быстро и качественно обслужить клиента.

Посудомойщик – это работник, занимающийся мытьем посуды в различных организациях, кафе, ресторанах и т.д. Его работа требует ответственного подхода, внимания к деталям, готовности выполнять большой объем работ, энергичности, знания техники безопасности при работе с химическими средствами.

В службе дополнительных услуг работают кассир, инструктор и другие специалисты.

Кассир осуществляет операции по приёму, учёту, выдаче и хранению денежных средств с обязательным

соблюдением правил, обеспечивающих их сохранность. Ведёт на основе приходных и расходных документов кассовую книгу, сверяет фактическое наличие денежных сумм с книжным остатком. Передаёт в соответствии с установленным порядком денежные средства инкассаторам. Составляет кассовую отчётность.

Инструктор – это основной стержень и движущая сила в туризме. На нём держится функциональная особенность любого туристского предприятия, эмоциональный фон, высокий интеллектуальный и образовательный уровень обучения и подготовки туристов в походе. Он единственный, кто работает с группой туристов круглосуточно и на протяжении всего периода отдыха в горах.

На инструктора возложено обучение туристов походному быту, передвижению и основам выживания в путешествии. Инструктор владеет сразу несколькими профессиями. Он экскурсовод, спорторганизатор, повар, врач, спасатель, искусный рассказчик и краевед, знаток истории и народного фольклора, хороший психолог и педагог.

На большинстве турбаз организована служба охраны.

Главная задача начальника охраны организовать надежную защиту территории базы, ее корпусов, хозяйственных построек; физическая охрана обслуживающего персонала, отдыхающих и их имущества.

Охранник подчиняется непосредственно руководителю службы безопасности. Он несёт службу по охране объектов и материальных ценностей и следит за их ввозом и вывозом; осуществляет проверку документов и контроль за работой, установленных на предприятии приборов охранно-пожарной сигнализации и сообщает об их срабатывании руководителю службы безопасности, а при необходимости в органы внутренних дел или пожарную часть.

#### 4.5. Технология обслуживания туристов

К процессу обслуживания туристов турбазой прямо или косвенно привлекаются третьи лица (различные организации), а потому анализируются договорные связи турбазы с этими субъектами гражданского оборота (система договорных связей).

Сотрудники предприятий социально-культурного сервиса и туризма должны быть хорошо обучены и четко знать свои должностные обязанности. Они должны заинтересовать клиента, сделать его постоянным, предоставить ему то, что он хочет. Персонал должен найти к нему индивидуальный подход, предоставить высокий уровень сервиса, который ему необходим.

Внешний вид и хорошие манеры персонала располагают общению и доверию. Лицо работника всегда должно выражать доброжелательность. Отсутствие культуры обслуживания отрицательно сказывается на отношении работников к труду, делая их пассивными, и безинициативными. Неприятное впечатление на гостей производят работники с развязанной походкой или опущенной головой. Такая осанка подчёркивает отсутствие увлечённости в обслуживании. Имидж предприятия тесно связан с имиджем его работников, которые сами являются выразителями своих идей по обслуживанию клиентов. Здесь должен быть единый, сложенный коллектив единомышленников, каждый из которых четко выполняет свои функции.

Персонал должен уметь создать атмосферу доброжелательности заинтересованности, непринуждённости и ответственно относиться к своим обязанностям, быть опрятным, порядочным. Чрезвычайно важным качеством является честность, хорошие манеры, вежливость, быстрота обслуживания, хорошее знание своего дела.

Обязательным условием работы персонала является содержание в чистоте всех помещений, соблюдение кодекса правил поведения, соблюдение личной гигиены, в

обязанности сотрудников входит обеспечение безопасности и защиты клиента, оказание первой медицинской помощи; соблюдение правил техники безопасности, оповещение своего руководства о происшествиях; разумное использование ресурсов, сбережение вверенного имущества, обеспечение ремонта и сервиса. Сотрудник должен выполнять свои обязанности чётко и грамотно, владеть информацией о предоставлении услуг и качественно их выполнять. Клиенты чувствуют себя комфортно, когда обслуживающий персонал проявляет знание, заинтересованность в своей работе, выполняет свои должностные обязанности в приятной манере. Не следует принимать на работу специалистов, равнодушных к запросам клиентов. Они не должны курить, употреблять алкоголь, употреблять нецензурную лексику.

Процесс обслуживания туристов на турбазе состоит из ряда последовательных этапов.

Бронирование это предварительный заказ мест – с этого начинается обслуживание гостей.

Согласно «Правилам предоставления гостиничных услуг РФ», бронирование мест осуществляется принятия заявки по телефону, личном посещении, через интернет, по почте. Для постоянных клиентов могут быть установлены скидки на оплату проживания, питания и некоторые услуги.

Современные турбазы могут применять автоматизированные системы бронирования и резервирования.

Их основная задача оперативное распределение ресурса гостиничных мест, мест на самолеты, обеспечение взаимодействия с компаниями по прокату автомобилей и ресторанными цепями. Активно используются локальные региональные системы в центрах массового туризма: туристический регион озера Байкал, в Алтайском, Краснодарском крае и др.

Перед тем как подать заявку, можно ознакомиться с данными о свободных номерах турбазы (информация о наличии свободных мест обновляется каждые 24 часа).

Оплату брони вносят как предоплату в количестве определённого процента.

Оформление путёвки.

Путевка оформляется во всех случаях (при наличных, безналичных расчетах). Таким образом, турпутевку установленного образца обязательно нужно выписывать. Путевка оформляется в тур-агентствах, офисах предприятий при наличной или безналичной оплате с предоставлением соответствующих документов (паспорт, квитанция об оплате).

Приезд и расселение.

Предъявляется оплаченная путёвка. Он включает в себя тариф номера, умноженный на число суток, оплату бронирования, оплату дополнительных услуг.

Расселение состоит из встречи, регистрации, вручения ключа и сопровождения до номера.

Поселение клиентов по брони занимает меньше времени, т.к. данные о клиенте уже известны по заявке. Администратор уточняет номер заявки и производит регистрацию. Процесс регистрации гостя без заявки занимает больше времени. Производится регистрация данных клиента по предъявлению паспорта, военного билета, удостоверения личности и заполнения необходимой документации, после чего производится оплата, выдается ключ и гость сопровождается до номера.

Услуги в процессе проживания:

Перечень услуг зависит от категории турбазы. Не везде возможно организовать бытовое обслуживание гостей и предоставить им полный набор услуг. Но надо стремиться к тому, чтоб он полностью отвечал запросам гостей. Вся работа по оказанию услуг должна быть хорошо продумана и организована. Предприятия, оказывающие услуги, должны размещаться в доступном месте (первый этаж, вестибюль). В номерах должна быть информация о том, как и, где получить услуги, часы работы. Следует быть внимательным к просьбам гостей, оказанию необходимой помощи, помочь советом. В процессе проживания оказываются услуги по



уборке комнат, смене постельного белья, предоставлению посуды. В состав услуг по бытовому обслуживанию могут входить:

- стирка, химчистка и глажение одежды или выдача утюга на прокат; ремонт обуви;
- хранение вещей и ценностей;
- прокат предметов культурно-бытового назначения (телевизоры, посуда, спортивный инвентарь );
- услуги парикмахерской;
- услуги питания;
- экскурсионные услуги.

Профессиональные экскурсоводы проводят для туристов экскурсионные программы.

Услуги проката включают прокат спортивного инвентаря и бытовых приборов.

Транспортные услуги это предоставление машин, лодок, катамаранов, скутеров, заказ автобусов, вызов такси, заказ и оформление билетов.

Выезд и оплата.

Цена номера, порядок и форма оплаты, перечень услуг входящих в цену номера, устанавливаются руководством турбазы.

Согласно « Правилам предоставления гостиничных услуг в РФ» оплата за проживание производится в соответствии с единым расчетным часом – 12 часов с учётом времени заезда и выезда. При проживании менее суток оплата взимается за целые сутки. При задержке выезда не более чем на 6 часов после расчетного часа взимается почасовая оплата, далее взимается оплата за половину суток. При задержке выезда более чем на 12 часов оплата взимается за сутки<sup>38</sup>.

---

<sup>38</sup>Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации / Утверждены постановлением Правительства Российской Федерации 09 октября 2015 г. № 1085. – NorDoc.ru Нормативная документация [электронный ресурс] <http://nordoc.ru>.

Проживание на турбазе оплачивается авансом. Сумма рассчитывается по тарифу, умноженному на время проживания. Если гость выезжает раньше, то ему возвращают часть суммы. При выезде гость должен сдать номер администратору, который проверяет состояние номера, наличие инвентаря. Нередко постояльцы портят имущество. Они обязаны возместить принесённый ущерб. Если имущество не подлежит восстановлению, его списывают, а полученные деньги идут на возмещение ущерба. Администратор должен убедиться в исправности оборудования номера и забрать ключ. Затем делается отметка в журнале приезда и выезда гостей, производится полный расчет за проживание с добавлением или вычетом суммы в зависимости от срока проживания и оплата за использование дополнительных услуг. При порче гостиничного инвентаря или утрате имущества взимается дополнительная плата, после чего гостю выдается удостоверение личности.

Прощаясь с гостем, следует поблагодарить его за выбор этой базы, пожелать счастливого пути, чтобы оставить у него тёплые воспоминания и желание вернуться сюда вновь.

Имидж турбазы выражается в том, как она представляет себя людям, их ассоциации связанные с ней и информацию о качестве обслуживания, которую они распространяют.

#### 4.6. Факторы, влияющие на качество обслуживания туристов

Качество обслуживания потребителей – это ключ к успеху деятельности любой организации. Хорошее качество обслуживания обеспечивает приток клиентов, сохраняя желание вернуться к Вам снова; плохое обслуживание отпугивает потребителей, а вместе с ними их друзей, семью и товарищей по работе. Помимо этого, хорошее обслуживание дает Вам преимущество над конкурентами.

Качество обслуживания – это соответствие обслуживания запросам клиентов и чрезвычайно хорошее

предоставление услуг, когда клиент удовлетворён услугой больше ожидаемого<sup>39</sup>.

Качество услуги характеризуется следующими критериями:

1. Высокая скорость обслуживания клиента. На это влияют опыт и знания персонала, умение разрешать различные ситуации при помощи техники и профессиональных навыков, способность находить эффективные решения.

2. Большое влияние на подсознание человека оказывает дизайн и интерьер помещения. Обшарпанное здание, неряшливый вид сотрудников, старая и сломанная мебель не вызывают у клиентов доверия.

Главная цель дизайна забота о человеке: создание привлекательного внешнего вида, окружающей обстановки, обеспечение комфорта и оптимальных условий как для работников так, так и для клиентов. Дизайн вместе с интерьером должен иметь отношение к предоставляемым видам услуг.

3. Оснащение базы современной техникой и оборудованием создает реальные удобства для клиентов и сотрудников, доказывает этим заботу о клиенте и создает максимальный комфорт для потребителя.

Сюда относятся: визуализация услуг с помощью информационно-технических технологий (демонстрация предоставляемых услуг, интерьеров помещений, развлекательных центров); информационные системы бронирования и резервирования номеров; высокоскоростной интернет; массажные кресла, тренажёры; автоматизированные системы управления.

4. Культура сервиса – это уровень развития процесса обслуживания, степень его совершенства в психологическом, эстетическом, этическом и организационном аспектах [2, с.45]. Все эти показатели дают представление об уровне обслуживания клиентов.

---

<sup>39</sup>Гусятникова, Д. Е. Защита прав туриста[Текст]: пособие / Д. Е. Гусятникова. – М. : Дашков и К, 2009. –с. 25.

На качество услуг влияют различные обстоятельства:

- недостаточное финансирование;
- нехватка персонала;
- плохая подготовка отдельных сотрудников;
- несогласованность действий служб турбазы;
- машинальное выполнение своих обязанностей;
- отсутствие инноваций.

Для создания имиджа турбаз необходимо обеспечить хорошее обслуживание туристов, для чего следует наладить контроль за деятельностью сотрудников и повышением их квалификации; создать гостеприимную атмосферу и предоставить широкий набор услуг:

- круглосуточный прием гостей;
- обеспечение безопасности здоровья и жизни клиентов сохранности их имущества;
- наличие чистого постельного белья и посуды;
- ежедневная уборка номера;
- наличие телевизора и другой аппаратуры;
- наличие справочной информации о предоставляемых услугах;
- предоставление качественной и здоровой пищи;
- получение медицинской помощи.

Достижению высоких форм обслуживания способствует корпоративная культура работников: профессиональное сочетание опыта и современных технологий, сохранение традиций производства, умение работать с партнёрами.

## ГЛАВА V. ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МИНИГОСТИНИЦ

### 5.1. Видыминигостиниц

В Федеральном законе от 24 июля 2007 г. N209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изменениями от 29.06.2015 N 156-ФЗ) дается следующее определение малых предприятий:

Под субъектами малого предпринимательства понимаются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов не превышает 25 процентов, доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, не превышает 25 процентов и в которых средняя численность работников за отчетный период не превышает следующих предельных уровней (малые предприятия):

в промышленности – 100 человек;

в строительстве – 100 человек;

на транспорте – 100 человек;

в сельском хозяйстве – 60 человек;

в научно-технической сфере – 60 человек;

в оптовой торговле – 50 человек;

в розничной торговле и бытовом обслуживании населения – 30 человек;

в остальных отраслях и при осуществлении других видов деятельности – 50 человек<sup>40</sup>.

---

<sup>40</sup>Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации", N 209-ФЗ от 24.07.2007[Электронный ресурс]. - <http://www.zakonrf.info/zakon-o-razvitii-malsred-biznesa/>

Под субъектами малого предпринимательства понимаются также физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица.

Таким образом, одним из условий отнесение гостиничного предприятия к малому является количественная характеристика работников – не более 30 чел.

В соответствии с российской системой классификации гостиниц гостиница считается малой, если ее вместимость от 10 до 150 мест. Учитывая, что в большинстве регионов России малые гостиницы давно заняли прочное место и являются основой гостиничной отрасли, то инновационным явлением на рынке услуг проживания можно считать мини-гостиницы. При определении термина «мини-гостиница» нужно обратить внимание на то, что название мини – указывает на основной классификационный признак объекта – объем его номерного фонда. К мини-гостиницам можно отнести все объекты, номерной фонд которых не превышает 20 номеров. Наряду с термином мини-гостиница также имеет распространение термин *bed&breakfast* (B&B), что дословно переводится с английского как «кровать и завтрак».

В мировой практике нет единого подхода к классификации мини-гостиниц, поэтому, в России, в частности, не существует государственных требований к классификации этого достаточно нового явления в туристской индустрии. Тем не менее, исходя из существующих разновидностей мини-отелей, можно выделить некоторые общие критерии и на их основании разделить *bed&breakfast* на следующие группы (см. таблицу 5.1).

Таблица 5.1

## Типы гостиниц В&amp;В

Тип В&В	Тип помещений, отводимых под В&В	Владение и управление	Совместное проживание семьи и гостей	Услуги, ожидаемые клиентами	Основные клиенты, средние сроки проживания
Homestay (проживание в семье)	Многокомнатная квартира, частный жилой дом в городе или селе	Обязательно семейное	Обязательно	Стандартные	Туристы, 5-7 дней
Farmstay (проживание в сельской семье)	Частный жилой дом	Обязательно семейное	Обязательно	Стандартные	Туристы, 5-7 дней
fNNs (коммерчески и В&В)	Многокомнатная квартира, частный жилой дом в городской или сельской местности	Необязательно семейное, возможно через наемных работников	Необязательно	Стандартные	Туристы, бизнесмены, командированные лица, не более 1-5
Farm vacation (отпуск в деревне)	Частное подворье, ферма, летник с фермерским или	Фермерское, крестьянское хозяйство, община, несколько	Необязательно	Стандартные, развлекательные и досуговые мероприятия,	Туристы, семья, 1-5-7 и более чел.

Окончание табл.5.1

Тип В&В	Тип помещений, отводимых под В&В	Владение и управление	Совместное проживание семьи и гостей	Услуги, ожидаемые клиентами	Основные клиенты, средние сроки проживания
Farm vacation (отпуск в деревне)	Частное подворье, ферма, летник с фермерским или подсобным хозяйством	Фермерское, крестьянское хозяйство, община, несколько семей	Необязательно	Стандартные, развлекательные и досуговые мероприятия, рыболовство, сбор дикоросов	Туристы, семья, 1-5-7 и более чел.
Cottage (отпуск в коттедже)	Частный жилой дом, коттедж в городе, пригороде, деревне, курорте	Необязательно семейное	Необязательно	Стандартные, гости могут самостоятельно заботиться о питании	Семья, туристы, лечатся в санаториях, не менее 5-7
Apartment s (апартаменты)	Многокомнатная квартира, частный дом, коттедж в городе, пригороде, деревне, курорте)	Необязательно семейное	Необязательно	Стандартные, гости могут самостоятельно заботиться о питании	Семья, туристы, лечатся в санаториях, не менее 5-7

Исходя из характеристик, представленных выше, можно выделить две основные группы мини-отелей – отели, расположенные в городе и не являющиеся в обязательном порядке семейной собственностью и минигостиницы,



расположенные преимущественно в сельской местности и являющиеся семейным бизнесом.

Так же различаются минигостиницы и по уровню комфортности, который определяет цены на услуги. В связи с этим гостиницы можно условно разделить на пять уровней и выделить сегменты потребительского рынка (см. таблицу 5.2).

По размеру все минигостиницы принято подразделять на сравнительно крупные, средние и маленькие. Как правило, минигостиницы располагает номерным фондом порядка от 1-2 до 20 номеров, в зависимости от ориентации отеля на определенный класс потребителей.

Таблица 5.2

Матрица ожиданий и сегментации клиентов В&В

	<b>Иностранн</b> ый турист	<b>Отечественн</b> ый турист
<b>Развит</b> ый В&В (4-5 уровень)	Ожидается достаточно высокий уровень комфорта обслуживания, приемлемые цены. Наиболее подходит для иностранцев, не знакомых с естественными бытовыми условиями в России. Больше подходит для туристов со средним и выше достатком,	Ожидается достаточно высокий уровень комфорта обслуживания, приемлемые цены. Больше подойдет для бизнесменов.
<b>Начина</b> ющий В&В (1-3 уровни)	Высокий комфорт и качество обслуживания не ожидается. Цены не должны превышать разумные пределы. Больше всего подходит для молодежи, туристов с достатком ниже среднего.	Высокий комфорт и качество обслуживания не ожидается. Цены не должны превышать разумные пределы. Больше всего подходит для бизнесменов и путешествующей молодежи.

Так же можно разделить минигостиницы на группы по ценам на услуги - недорогие минигостиницы эконом класса,

мини-гостиницы класса стандарт и мини-гостиницы бизнес класса.

Нужно учитывать, что при отсутствии стандартов данная классификация носит рекомендательный характер. Тем не менее, ее значение велико, так как позволяет выделить bed&breakfast из общей массы гостиничных предприятий и проводить анализ и сравнение, в том числе и с западными аналогами, этих новых явлений в индустрии гостеприимства России.

## 5.2. Характеристика городских мини-гостиниц как субъектов рынка гостиничных услуг

Известный и полюбившийся в странах Европы вид гостиничного бизнеса – мини-гостиницы – явление новое для нашей страны. Но, несмотря на свою сравнительную молодость, эта часть гостиничной индустрии приобретает все большую популярность. В России на сегодняшний день мини-гостиницы получили распространение лишь в двух ее регионах, точнее в городах: Сочи и прилегающих к нему районах (Адлер, Красная Поляна) и Санкт-Петербург. Лидирующие позиции по количеству мини-гостиниц в 2005 году занял Санкт-Петербург. Появление первых питерских мини-гостиниц можно отнести к 1998-1999 годам, однако, самой первой можно, пожалуй, считать известный «Матисов домик», открывшийся в 1993 и насчитывающий на тот момент 7 номеров. На сегодняшний день известный «Матисов домик» уже давно перерос категорию мини-гостиницы и, насчитывая в своем номерном фонде 45 номеров, может быть отнесен к классу малых гостиниц. К концу 90-х годов в Питере имелось уже несколько мини-гостиниц, однако, их количество и доля в гостиничном рынке Петербурга не позволяла говорить о них как о массовом явлении. В 2000 г., в связи с приближением юбилея города заметно усилились разговоры на уровне городских властей о необходимости активного строительства новых и реконструкции уже существующих гостиниц. На этом фоне

появление новых минигостиниц стало происходить еще более активно, чем прежде: на рынок вышли мини-отели «Веста», «Питер», «Немецкий клуб», «Островок», «Лабиринт» и другие. В последующие два года (2001-2002 г.г.) темпы появления этого класса гостиниц еще более возросли, достигнув максимума во второй половине 2002 г., когда новый объект открывался, чуть ли не каждый месяц и что, в общем-то, и понятно: юбилей приближается и все хотят успеть. Для гостей города открыли свои двери «Эспланада», «Маршал», «Австрийский дворик», «Престиж», «Шелфорт», «Искра», «Таврическая», «Peterhouse», сеть Bed&Breakfast «Randhouse» и другие. За последние годы в Санкт-Петербурге открылось около 220 малых гостиниц (рисунок 5.2). И сегодня процесс открытия новых минигостиниц продолжается.

В Москве развитие минигостиниц пошло другим путем. Бизнесмены предпочитают вкладывать деньги в сервисные квартиры – своеобразный гибрид минигостиницы и дорогой арендуемой квартиры. Под сервисными квартирами риэлтеры понимают жилье, сдающееся в аренду на короткий срок: обычно до трех месяцев, иногда на сутки (рисунок 1). Такие квартиры полностью оборудованы технически, обставлены мебелью и предоставляются вместе с комплексом услуг (с услугами горничной, кухарки или даже няни). Они наиболее популярны среди приезжающих в Москву в командировку сотрудников крупных западных компаний. По утверждению начальника отдела сервисных квартир агентства «Интермарк» Дениса Шмарева, до 75 % их клиентов составляют иностранные специалисты.

У компаний, сделавших сервисные квартиры своим бизнесом, предусмотрены и дополнительные, включенные в стоимость аренды услуги: возможность забронировать авиа- и железнодорожные билеты, заказать экскурсии и такси, вызвать переводчика.



Рис.5.1. Интерьер сервисной квартиры, г. Москва



Рис. 5.2. Интерьер минигостиницы, г. Санкт-Петербург

### 5.3. Классификация городских минигостиниц

Обычная гостиничная (звездная) градация не применяется в отношении минигостиниц. Существующая практика предполагает некоторое условное деление минигостиниц по трем основным критериям – по уровню сервиса и комфортабельности, по ценам и соответствию характеристик минигостиниц запросам определенного круга потребителей, по расположению и наличию (отсутствию) дополнительных услуг.

На стоимость гостиничных услуг оказывает влияние их географическое положение. Так сложилось, что наиболее шикарные и дорогостоящие из них расположены в самом центре города, в зданиях принадлежащих к городскому «золотому фонду». Не стоит и говорить, что сервис и комфортабельность этих мини-отелей сравним с гостиничным форматом 4 и 5 звезд.

Надо отметить, что минигостиницы Петербурга уже обрели некоторую популярность и добрую славу, качество сервиса и уют оценен по достоинству многими постояльцами. А минигостиницы класса люкс заслужили признание многих знаменитостей. Своеобразным очарованием и по-настоящему домашним уютом обладают семейные минигостиницы. Достаточно в Санкт-Петербурге и недорогих минигостиниц класса эконом, предлагающих приличный уровень сервиса и удобств за меньшие деньги.

В своем большинстве петербургские минигостиницы - это расселенные отреставрированные и отремонтированные бывшие коммунальные квартиры, расположенные в домах старого фонда центральной части города и прилегающим к ней районах. Номерной фонд минигостиницы составляет в среднем 5-6 номеров. Практически все номера двухместные, хотя встречаются и одноместные, и трехместные номера. В каждом номере обязательно имеется санузел с ванной или душем. Номера представляют собой комнаты, отделанные в стиле «евроремонт» площадью обычно не менее 20 кв. м. Из обстановки в номере присутствуют мебель в виде двуспальной (или односпальных по типу «twin») кровати, тумбочки, стола, стульев, картин на стенах, платяного шкафа, телевизор, телефон. Постояльцы снабжаются бельем, полотенцами. Как правило, двери из номера ведут в общий коридор, где находится (а иногда и нет) стойка ресепшн. Большое внимание уделяется дизайнерскому оформлению мини-гостиниц, предпочтение отдается современному стилю, элементам дизайнерского творчества и домашнего уюта.

Номерной фонд каждой гостиницы обычно подразделяется минимум на 2 категории: стандарт и люкс.

Под люкс отводится либо двухкомнатный, либо просто номер большей площади, с хорошей сантехникой, мебелью, видом из окна, убранством. Такова, в основном, стандартная обстановка, соответствующая 3-звездному отелю.

Хотя некоторые мини-отели отличаются от стандартов. Так номера в «Австрийском дворике» представляют собой отдельные квартиры-студии, с очень приятным дизайном. В каждом номере имеется кухня (немецкое оборудование), подобрана стильная мебель. Вся гостиница представляет собой 4-х этажный флигель, расположенный в одном из уютных двориков в центре города. На каждом этаже расположено по одному номеру-квартире, т.е. по сути, это мини апартамент-отель, с исключительно комфортной и домашней обстановкой. Кроме того, в летнее время постояльцы могут использовать территорию дворика, закрытого от посторонних воротами с кодовым замком для приготовления, к примеру, шашлыков, встреч компаниями друзей и т.п. Есть и более скромные примеры гостиничных услуг, которые можно отнести к экономическому или бюджетному классу. Одним из представителей этого класса является «Эспланада». Обстановка в номерах этой минигостиницы достаточно скромная, мебель и оборудование классического советского образца, но тем не менее условия проживания и комфорта хорошие. По соотношению «цена-качество» до недавнего времени эта гостиница была, пожалуй, лучшей.

Хотя, как было сказано выше, большинство минигостиниц не подпадает под международные стандарты и стандарты ГОСТа, есть и исключения. Одним из ярких и в тоже время уникальных таких примеров является отель «Маршал», на фасаде которого скромно присутствуют три звезды, хотя, на взгляд экспертов компании «МКД Партнер» этот отель вполне может соответствовать уровню «3 звезды deluxe» или 4 звезды и лишь в силу несоответствия нескольким формальным признакам не может быть пока отнесен к таковому. Отель открылся в 2001 г. и расположен в старинном одноэтажном здании (единственный на сегодняшний день питерский одноэтажный отель). Номерной

фонд насчитывает 11 номеров 4-х категорий. В отеле к услугам гостей предоставлены прекрасно оборудованная сауна, конференц-зал, ресторан. В планах владельцев стоит расширение отеля и повышение его уровня до 4-х звезд.

Как видно из рассмотренных примеров, спектр и уровень уже существующих в Питере минигостиниц, достаточно широк.

### 5.3. Аспекты деятельности городских минигостиниц

Минигостиницы занимают особое положение среди обычных, классических гостиниц. Специфику работы минигостиницы и ее отличие от обычной гостиницы можно охарактеризовать следующим образом: «Меньше гостиница - меньше проблем». О каких проблемах идет речь и почему их меньше, будет рассмотрено ниже.

**Цены** колеблются в основном в зависимости от уровня комфорта, в меньшей степени от месторасположения. Диапазон составляет от 40 до 120 долл за номер в сутки. Средняя цена за номер составляет 50-60 долл/сутки. В высокий сезон указанные цены выше минимум на 50 %. Надо отметить, что руководство большинства минигостиниц применяет гибкую ценовую политику, обусловленную, главным образом, сезонным фактором. Так например, в «Таврической» в декабре (до начала рождественских праздников) действует низкий тариф, и цена стандартного номера составляла 40 долл, что на 10 долл дешевле обычной цены. Некоторые отели, такие как «Австрийский дворик» вообще не снижают цены в низкий сезон – говорят, нет проблем с заполняемостью, несмотря на то, что цена за проживание одна из самых высоких в городе: от 70 долл за стандартный до 110 долл за люкс. На отсутствие проблем с желающими поселиться в этом месте указывает и то, что по сравнению с осенью 2004 г цены на проживание в нем выросли в зависимости от категории номера на 30-50 %.

**Персонал.** В силу своих размеров минигостиница может обходиться минимумом персонала: администратор

или дежурный, он же может совмещать свои функции с уборкой номеров (горничная), охранник (далеко не всегда обязателен). Естественно, при размере гостиницы более 10 номеров количество персонала увеличится. Тем не менее, количественный показатель обеспеченности персоналом на один номер несравнимо меньше, чем в обычном отеле. Естественно, меньше без ущерба уровню комфорта постояльцев.

Специфика работы в мини-отеле отличается от работы в большой гостинице. Как уже говорилось выше, в основе услуги, оказываемой мини-отелем, лежит индивидуальный подход к каждому клиенту. Например, администратор мини-отеля - это радушный хозяин, принимающий гостей у себя дома. Как правило, это человек, работавший прежде в сфере туристической деятельности, – коммуникабельный, доброжелательный, честный, обладающий знаниями в сфере внутригородского туризма, владеющий иностранными языками и ПК. Поэтому, несмотря на ограниченность возможностей отеля, индивидуальное обслуживание позволяет решить практически любой интересующий гостя вопрос.

**Сезонность и заполняемость** являются важнейшими факторами, оказывающими влияние на эффективность и рентабельность гостиничного бизнеса. Основной проблемой многих гостиниц является заполняемость в низкий сезон. Для Санкт-Петербурга это зимний период. Только высококлассным пятизвездочным отелям и минигостиницам удастся успешно справиться с этой проблемой. Первым благодаря известным и давно зарекомендовавшим себя с хорошей стороны качеством обслуживания и менеджменту, а вторым в силу своих малых размеров и ценам. В то время как среднегодовая загрузка питерских гостиниц составляет 55 %, аналогичный показатель у минигостиниц лучше на 10-15 % и находится на уровне 70 %, а в отдельных гостиницах этот показатель превышает 80 %. Этому можно найти достаточно простое объяснение: чем меньше номеров в гостинице, тем легче их заполнить.



В связи с небольшими размерами помещений обеспечение питанием и спектр дополнительных услуг имеет свои особенности. Оптимальный набор услуг – это тот, который позволит создать комфорт и «заставит» клиента остановиться в отеле в следующий раз. Возможность индивидуального подхода, а также небольшое количество номеров являются главными отличительными чертами мини-отелей. Возникает более тесный контакт и возможность учесть все пожелания гостей.

Питание гостей организовано по-разному: чаще всего это форма *bed&breakfast*, где-то к услугам гостей близлежащее кафе, с которым у владельцев гостиницы существует договоренность, как, например, в «Peterhouse». Стандартный завтрак представляет собой йогурт, булочку, чай, кофе.

Среди других сервисных услуг следует отметить следующие дополнительные услуги: встреча на вокзале или в аэропорту, трансфер из/в аэропорт или вокзал, визовые услуги, экскурсии, заказ ж/д и авиабилетов, билеты в театры и т.д. В зависимости от места расположения, категорий клиентов, малая гостиница может предлагать более широкий набор услуг для своих гостей – помещение для переговоров, сауну, оргтехнику.

Интерьер и оборудование подчинены принципу функциональной целесообразности, связанному как с особенностями помещений, так и с требованиями по безопасности и экономичности. Предпочтение отдается поставщикам, способным предложить оборудование, учитывающее индивидуальные особенности малых гостиниц.

Все перечисленные выше особенности функционирования позволяют сделать вывод о том, что операционные расходы, основную часть которых составляет зарплата персоналу, крайне незначительны по сравнению с обычными отелями, что, следовательно, благоприятно сказывается на развитии бизнеса. При начальных вложениях в 250-500 тыс. долларов (стоимость покупки квартиры + ремонт) инвестиции окупаются в среднем за 3, максимум 4

года, тогда как для обычной гостиницы этот период составляет 5-6 лет.

В минигостиницах не существует собственных отделов и служб продаж. Традиционный путь продаж – это заключение агентского соглашения или устная договоренность с турфирмами города о продаже мест. Учитывая небольшое количество номеров в мини-отеле, а также немногочисленность самих мини-отелей, этого достаточно. Кроме того, агентства также заинтересованы в работе с мини-отелями, поскольку с их стороны можно почти всегда рассчитывать на гибкий подход. Неповоротливые и громоздкие службы продаж в больших отелях часто не могут быстро, а главное, с положительным результатом удовлетворить заявки турагенств. О популярности такого сотрудничества говорит и тот факт, что некоторые турагенства, работающие на прием туристов продают исключительно мини-отели.

Второй путь продвижения услуг минигостиницы – через Интернет. Большинство питерских минигостиниц имеют собственные сайты разной степени информативности, дизайна и удобства пользования. Практически на каждой странице есть раздел он-лайн бронирования, фотографии и цены номеров, список дополнительных услуг. Несомненно, учитывая стремительно набирающее обороты распространения Интернета в России, этот путь приносит и будет приносить весомые результаты.

Особую роль в продвижении услуг минигостиниц играют ассоциации и объединения предпринимателей, создающих общие сайты и занимающихся затратной рекламной деятельностью.

Значительная часть постояльцев минигостиниц становятся постоянными клиентами. И чем дольше и успешнее работает отель на рынке, тем больше процент постоянных клиентов. По сути, не прибегая к рекламе и мерам по продвижению услуг, предприятие в довольно короткий срок получает постоянный и гарантированный рынок сбыта в виде постоянных клиентов.

Конкуренция, как таковая, пока практически не затрагивает минигостиницы. Кроме формального наличия конкуренции между самими минигостиницами (которая на самом деле не ощущается ими самими), существует конкуренция, и куда более явная и ощутимая другой стороны – краткосрочная аренда сервисных квартир. Следует отметить лишь, что этот рынок продолжает стремительно развиваться и составляет реальную конкуренцию минигостиницам. О близости этих двух сегментов рынка говорит и тот факт, что специализированные агентства по краткосрочной аренде наряду с квартирами предлагают и услуги по размещению в мини-отелях. Пока же ситуацию можно охарактеризовать так: «Хватает всем».

#### 5.4 Факторы, влияющие на развитие городских минигостиниц

Рынок минигостиниц в России, рассмотренный на примере Санкт-Петербурга, находится в стадии формирования, но тенденции его развития дают основания для оптимистических прогнозов. Здесь уместно провести параллель с Прагой, которая имеет много общего с Питером: высокую туристическую посещаемость (гораздо больше питерской) и высокую привлекательность (насыщенность памятниками культуры и т.д.). Еще 10 лет назад там только зарождался рынок частных минигостиниц и пансионатов, а сейчас они широко известны по всей Европе, в том числе и российским туристам. Для оценки прогнозов и перспектив этого сегмента гостиничного рынка еще раз перечислим основные достоинства, выгодно отличающие минигостиницы от обычных традиционных гостиниц:

- высокая заполняемость в течение всего года;
- низкие операционные расходы;
- слабая насыщенность рынка и практическое отсутствие конкуренции;

– небольшие начальные вложения для открытия новой гостиницы и быстрый срок окупаемости.

Как уже упоминалось, Россия имеет огромный туристический потенциал. Однако используются лишь незначительная его часть. Гостиничный рынок, о необходимости развития которого заговорили лишь недавно, далек от насыщения, несмотря на многочисленные заявления и постановления властей. И на этом фоне минигостиницы еще долго будут оставаться хорошим и гарантированным вариантом помещения капитала, с одной стороны принося доход ее владельцам, а с другой предоставляя цивилизованные и комфортные условия проживания гостям. Таким образом, в развитии городских мини-отелей можно выделить следующие тенденции:

- увеличение предложения в секторе малых отелей;
- разнородность предложения минигостиниц;
- достаточно высокая заполняемость, ориентация на индивидуальных клиентов.

#### 5.5. Характеристика минигостиниц типа «сельский дом» как субъектов рынка гостиничных услуг

В последнее время в связи с ростом потребности общества возникло новое направление в сфере туризма – природный или экологический туризм (ЭТ). Это, по определению Всемирной туристской организации, – «туризм в относительно нетронутые уголки природы, специально для изучения, наблюдения и получения эстетического наслаждения от общения с природой, ее растительного и животного мира, древних и современных культурных ценностей, которыми обладают эти территории». Однако в настоящее время туристская индустрия во многих районах страны развита слабо. Недостаточно много хорошо оборудованных для приема туристов гостиниц, мало кафе и

ресторанов, плохо развита сувенирная промышленность, не разработаны экскурсионные и туристские маршруты. Одним из базовых элементов инфраструктуры этого вида туризма являются минигостиницы, расположенные в сельской местности. В связи с трудностями в организации деятельности получение разрешительных документов, организации квалифицированного обслуживания гостей, маркетинга и продажи услуг, гостиницы этого типа в большинстве своем могут существовать только в рамках объединений, организаций, некоммерческого партнерства (НП). Наиболее известной формой некоммерческого партнерства сегодня не только в России, но и в мире является НП «Зеленый дом». Таким образом, большинство минигостиниц получило название «зеленый дом», или «сельский bedandbreakfast» (сельский B&B). Это распространенная во всем мире форма размещения туристов в частных домах или небольших гостиницах.

Указанная система представляет собой малое, часто семейное, гостиничное предприятие, предоставляющее услуги кратковременного проживания, а если возможно, то и питания для отдыхающих и туристов. Обычно эти услуги носят дополнительный характер по отношению к основной деятельности хозяев и приносят им дополнительный доход. Предоставление свободных жилых помещений гостям практически не мешает хозяевам, так как для клиента важно лишь получить комнату и, если возможно, завтрак. Эти услуги для туристов могут обеспечить сами хозяева или члены их семьи в свободное от основной работы время. Проживание гостей, совместно с семьей владельца такой частной гостиницы или рядом с ним, является привлекательным фактором для туристов, желающих завести новые знакомства, отдохнуть и пожить в кругу семьи: в городе или селе, в деревянном доме или на даче, в лесу или горах, на берегу реки или моря. Такое проживание обеспечивает определенную надежность и безопасность по приезду в новое и незнакомое место отдыха, так как туристы заранее могут узнать, к кому они едут отдыхать, и в каких

условиях будут жить. Часто туристы, проживающие в крестьянских хозяйствах и усадьбах, с удовольствием покупают продукты подсобного хозяйства хозяев (молоко, яйца, овощи, фрукты, ягоды, грибы, мед, лекарственные растения), что может значительно увеличить объем услуг, оказанных хозяевами туристам, и, конечно, принесет им дополнительный доход. В отличие от обычных гостиниц, частные гостиницы, в периоды отсутствия туристов выполняют свою основную функцию - жилища для конкретной семьи. Частные гостиницы, таким образом, обеспечивают дополнительную занятость населения, что в условиях сельской местности имеет большое социальное значение. Привлекательность этой системы для туристов объясняется возможностью посетить русскую баню, почувствовать особенности деревенского образа жизни, попить парное молоко, поспать на сеновале, в стогу, порыбачить на речке, встретить рассвет в полях, погулять в лесу, отдохнуть на море. Система частных гостиниц пронизана духом гостеприимства и обеспечивает индивидуальный подход к процессу обслуживания туристов.

История минигостиниц типа сельский В&В в России насчитывает не более 10 лет. За точку отсчета можно принять декларацию по экотуризму, принятую на Всемирном экологическом саммите в 2002 г., организованном по инициативе ВТО в г. Квебеке (Канада). В декларации содержались рекомендации по развитию экотуризма в разных странах, в том числе и по организации минигостиниц.

В зависимости от разновидностей экотуризма к основным и дополнительным услугам, оказываемым в «зеленом доме», предъявляются разные требования. Например, рекреационный туризм предполагает проживание в местности, богатыми saniрующими факторами природной среды; сельский туризм (агротуризм, фермерский туризм) включает не только проживание в сельском доме, но и участие туристов в традиционных сельскохозяйственных занятиях – сенокос, рыбный промысел и т.п. Нужно отметить так же этно-экологический туризм с погружением в

культурную среду малых народностей, живущих в гармонии с окружающей природой, экстремальный туризм, связанный, например, с проживанием в глухой тайге в охотничьем зимовье, собирательный и религиозный туризм.

Рассмотренный перечень видов ЭТ вполне достаточен, чтобы сделать вывод о том, что данный вид туризма в значительной степени может оправдать не только субсидирование в охрану окружающей среды, но и стать фактором устойчивого экономического развития хозяйств местного населения (см. приложение 1, 2).

Поскольку организаторская роль в развитии минигостиниц принадлежит не собственникам жилья, а туропреторским фирмам и общественным движениям, занимающимся ЭТ, большую роль в развитии В&В играет строительство цепей турагентство - организатор сельского туризма – владелец сельского дома. Роль организатора сельского туризма заключается в обучении желающих заняться данным видом предпринимательства (см. приложение 3), оказании помощи при оформлении разрешительных документов, продвижении услуг на рынке. Нужно подчеркнуть, что безопасность туриста в «Зеленом доме» гарантируется на первых порах сертификатом организатора, несущего юридическую ответственность (см. приложение 4). Как только владелец приобретает собственный сертификат, он может работать самостоятельно.

Наиболее активно этот сектор гостиничных услуг развивается на Дальнем Востоке (Приморье, Хабаровский край), в Республике Алтай, на Сахалине, Камчатке, в регионах Черноморского побережья, Западной Сибири и в пригородных территориях мегаполисов (Подмосковье, Ленинградская область).

## 5.6. Классификация сельских В&В

Как уже отмечалось, к этому новому явлению на рынке гостиничных услуг, не существует обязательных в законодательном порядке классификационных требований. Все

нормативные документы, регламентирующие требования к уровню комфортности минигостиниц типа «сельский дом», носят региональный характер. Ниже приведен пример таких требований, принятых в Алтайском крае, где движение «Зеленый дом» наиболее развито.

Все жилье, входящее в структуру сельского туризма Алтайского края, разделено на категории по уровню комфортности. Низшая категория - 0, высшая - 4. Стоимость найма жилья устанавливается в зависимости от категории.

#### Категория 0.

1. Отдельные строения, переоборудованные под жилье, небольшой отдельный домик, летняя мансарда, веранда.

2. Источник питьевой воды (река, колонка, родник) на расстоянии не более 100 метров.

3. Спальные комнаты с минимальными размерами: для 1 человека - 5 кв.м., для 2 человек - 8 кв.м., для 3 человек - 12 кв.м.

Спальные комнаты более, чем на трех человек, нежелательны.

4. Кровати с минимальными размерами: односпальная - 80 см х 190 см, двуспальная - 140 см х 190 см.

5. Качественное постельное белье и принадлежности.

6. Шкаф для вещей гостей, вешалка для верхней одежды.

7. Место для умывания в доме, летом у дома, у реки.

8. Баня с необходимыми принадлежностями (дрова, веники, тазы, ковшик, ведра).

9. Отдельная кухня, кухня под навесом или оборудованный очаг на участке.

10. Оснащение кухни: газовая или электроплита на 2 конфорки, печка, обеденный стол, стулья или скамейки, посуда, шкаф для посуды и продуктов, подпол для хранения продуктов.

11. Туалет во дворе, чистый, с аккуратным подходом.



## Категория 1

1. Комнаты в доме хозяина с отдельным входом для гостей, отдельный дом, утепленная мансарда.
2. Питьевая пода на участке.
3. Достаточно большие спальные комнаты: для 1 человека – 6 кв. м., для 2 человек - 10 кв. м., для 3 человек - 15 кв. м.
4. Наличие в комнатах форточки или открывающегося окна.
5. Деревянные кровати с минимальными размерами: односпальная - 90 см х 190 см, двуспальная - 140 см х 190 см (кровати с металлической сеткой исключить, качественные постельные принадлежности (исключить старые матрасы и одеяла); зеркало, плотные шторы на окнах.
6. Отдельная кухня для гостей размером: для 4 человек - 12 кв. м., для 6-8 чел. - 16 кв. м.
7. Оснащение кухни: газовая или электропечь (минимум на 2 конфорки), обеденный стол по числу гостей, холодильник, шкаф для продуктов, хорошо подобранная и качественная посуда.
8. Отопление в доме (печное, газовое, центральное, электрическое).

## Категория 2

1. Те же условия, что и в 1 категории.
2. Парковка автомобиля на территории участка.
3. Отделанный фасад дома (оштукатурен, обшит рейкой и др.).
4. Наличие холодного водоснабжения и слива на кухне, в бане.
5. Наличие летнего душа.
6. Наличие телевизора для гостей.
7. Аккуратный подъезд к дому.
8. Отдельный туалет для гостей (если число принимаемых гостей больше 8).

## Категория 3 (рисунок 5.3)

1. Те же условия, что и во 2 категории.
2. Хорошие подъезды.

3. Холодное и горячее водоснабжение, душ, теплый туалет.
4. Хорошо обустроенная кухня с современным бытовым электрооборудованием
5. Наличие телевизора для гостей.
6. Возможность пользоваться стиральной машиной.
7. Навес для парковки автомашин гостей.
8. Обустроенные места для отдыха (терраса, беседка, балкон с цветами, холл в доме и проч.).

#### Категория 4

1. Отдельный дом, коттедж оригинальной конструкции, безупречного внешнего вида.
2. Ухоженный участок с беседкой.
3. Гараж для автомашины.
4. Туалет на каждые 6 человек гостей на каждом этаже.
5. Наличие цветного телевизора, телефона.
6. Безупречная тепло-звуковая изоляция.
7. Наличие элементов досуга (теннисный корт, стол, бильярд, спортивные тренажеры, лыжи, снегоход, лошади, лодка, видеокамера, волейбольная площадка, рыболовные снасти, тур. снаряжение и др.)



Рис. 5.3. «Зеленый дом», категория 3, с Чепош, Алтайский край

Данные требования являются обязательными для организации предпринимательской деятельности по оказанию гостиничных услуг в секторе В&В.

Также аналогично существующим требованиям к уровню комфортности минигостиниц, в Алтайском крае определяется необходимый минимум требований к оборудованию номеров В&В, которые носят рекомендательный характер (см. приложение 5).

Основным условием привлекательности данной услуги является ее неповторимость. Кроме этого, нужно учитывать то обстоятельство, что в сельской местности турист часто не имеет возможности удовлетворить многие бытовые потребности вне В&В. Поэтому владельцы в обязательном порядке предоставляют право пользоваться оборудованной кухней и инвентарем, а за дополнительную плату организуют разнообразные формы проведения досуга, такие, как рыбалка, охота, экологические и обзорные экскурсии, походы в лес за дикоросами, верховые прогулки, катание на велосипедах, лодках, водных лыжах и т.п., пляжный отдых, спортивные игры, обучение туристов в открытых мастерских народным промыслам, участие в сельхозработах, деревенские фестивали, конкурсы, дегустацию, продажу продукции и т.п. (см. приложение 7).

Таким образом, развитие гостиниц типа В&В способствует занятости местного населения и развитию туризма в регионах со слабо развитой инфраструктурой. Но на начальном этапе трудность представляет процесс организации этого вида деятельности и обучение владельцев «зеленых домов».

## 5.7. Аспекты деятельности сельских минигостиниц

**Сезонность и заполняемость.** Поскольку обслуживание клиентов является дополнительным заработком для собственников помещения, то факторы сезонности и заполняемости не влияют на величину операционных издержек, и не воспринимаются хозяевами как

убыток, хотя услуги носят ярко выраженный сезонный характер. Тем не менее, достижению высокой заполняемости в сезон способствует наличие постоянных клиентов и активное сотрудничество с турагентскими фирмами. Так же нивелирует отрицательное влияние сезонного фактора и положительно влияет на заполняемость разнообразие предлагаемых дополнительных услуг.

**Цены** на гостиничные услуги В&В формируются исходя из стоимости подобных услуг у фирм-конкурентов. Особо учитывается то, что цены должны быть привлекательными для клиента. Следующее обстоятельство, которое берется в расчет – это единство розничных цен в любой точке реализации. Продвижение и реализация данного гостиничного продукта представляет трудность и возможна только при помощи посреднических турагентских услуг, создании информационной сети и значительных затрат на рекламу, которые не может позволить себе индивидуальный предприниматель. Так же в цену, кроме вознаграждения владельцу (50 %), закладывается доля турагентской фирмы – 20 % и доля организатора сельского туризма – 30 %.

**Персонал.** Владельцы средства размещения являются одновременно и персоналом гостиничного предприятия. Основной проблемой является обучение персонала. Организуют обучение для желающих заниматься этим бизнесом различные общественные организации на стадии решения юридических и организационных вопросов. Например, в рамках проекта РООЛ Организация экологических маршрутов, сети «BedandBreakfastandExcursion», выполняемого Фондом объединенных санаториев «Взморье» при поддержке Комитета по туризму Администрации Приморского края, Тихоокеанского института географии ДВО РАН, Высших учебных заведений: ДВГАЭУ, ВГУЭС, Общества изучения Амурского края организованы и проведены в 2002-2003 годах в 10 районах Приморского края бесплатные обучающие семинары «Экологический туризм и частные гостиницы в районах Приморского края» по специализациям: организатор

и управляющий малого гостиничного предприятия и гид-проводник на экологическом маршруте. Семинары проводились ведущими специалистами в области экологического туризма, экскурсионного дела и гостиничного бизнеса из профильных высших учебных и научных институтов края. Всем, прослушавшим курс лекций на семинаре, были вручены методические пособия по организации частных гостиниц на дому и работе гида-проводника на экологических маршрутах. Подобные обучающие программы для местных жителей по приему туристов и развитию инфраструктуры туризма в своих районах уже успешно выполнены в других регионах России (на озере Байкал, в Якутии, на Алтае и др.). Так же для распространения опыта работы в этой сфере обслуживания проводятся конкурсы с широким освещением в СМИ и вручением призов (см. приложение 6).

Как уже было сказано выше, индивидуальный владелец В&В не может выйти самостоятельно на рынок услуг. Важнейшим элементов функционирования этого сектора является перевод турпродукта в информационную форму, в которой он продвигается на рынок, поэтому маркетинг и реклама - весьма затратные статьи в туриндустрии. Отсюда неизбежна определяющая роль кооперации производителей гостиничных услуг, создание ассоциаций субъектов агротуризма, причем на уровне туристического региона, так как эффективно данный рынок работает только на региональном уровне и выше (исходя из того, откуда едет клиент – из крупных центров, из мегаполиса, из-за рубежа). Еще одним необходимым условием эффективности продвижения услуг является разделение функций по примеру многих стран Запада:

- кооперация субъектов агротуристического бизнеса;
- перевод турпродукта в информационную форму и создание централизованных интерактивных баз данных;
- непосредственная продажа турпродукта турагенствами.

На сегодняшний день наиболее оптимальным вариантом можно считать организацию функционирования агротуристического сектора по инициативе общественных организаций и при поддержке региональных властей. Это проверенная международной практикой схема успешно применяется сегодня и в России (опыт Калининградской области, Алтайского края). Именно политическая поддержка региональных властей является решающей при формировании правовой базы и финансового обеспечения, а так же развитии инфраструктуры (строительство дорог и др.).

#### 5.8. Факторы, влияющие на развитие сельских В&В

В России уже отмечен опыт организации агротуристических предприятий по моделям типа «пансион», тур с проживанием в традиционном кочевом жилище, «национальная деревня», «VIP-деревня», «сельская гостиница» и др. Однако работа в агротуристическом секторе только начинается.

Не требующий капитальных вложений, функционирующий на базе действующих крестьянских домохозяйств, «сельский туризм» сейчас весьма популярен в Европе. Но по показателю цена-качество российский агротуристический продукт вряд ли сможет быть конкурентоспособным на международном рынке. Основным клиентом В&В еще долгое время будет внутренний российский турист, что, впрочем, не исключает разработки отдельных высококачественных услуг специально для внешнего рынка.

В России ориентированные на отдых в сельской местности люди обычно имеют собственные дачи. Однако, по мере роста нового среднего класса (он появился в России в конце 90-х гг.) эта ситуация, скорее всего, будет меняться. Практически нигде в мире средний класс не живет «на два дома», как в России. Это обусловлено его образом жизни, который регламентируется напряженным темпом и жестким графиком работы. Агротуризм, как вид индивидуального

отдыха, удовлетворяет запросы различных групп среднего класса, предполагая независимость передвижения, индивидуальную организацию досуга и экскурсионной программы. Еще одним немаловажным обстоятельством является невысокая стоимость проживания и высокий рекреационный потенциал мест отдыха.

Основной проблемой в развитии сельских мини-гостиниц и агротуризма в целом является отсутствие государственной программы развития этого сектора отрасли. Соответственно, отсутствуют четкие инструкции по организации агротуристических объектов (а они должны отличаться от соответствующих положений, ГОСТов, СНиПов и т. д. по гостиничному хозяйству в силу специфики агротуризма как индивидуального вида туризма, с одной стороны, и малого семейного бизнеса – с другой). Не разработана классификация агротуристических хозяйств, а также процедура лицензирования этого вида деятельности и многое другое, что требуется для функционирования агротуризма как сектора современной туристической индустрии, а не кустарного промысла.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Структурные преобразования в экономике России изменили инфраструктурный комплекс туристической отрасли – транспорт, связь, питание, размещение, страхование туристов и т.п. Вместо постепенного улучшения была использована модель «шокового» варианта быстрого перехода к рыночной модели туризма. В результате более 10 тыс. туристских объектов фактически приостановили свою деятельность.

С 1992 г. наблюдалось сокращение числа гостиниц и номерного фонда, но особую тревогу вызывала наметившаяся тенденция убыточности гостиничного хозяйства в большинстве регионов России.

Россия, обладая колоссальным потенциалом, занимает скромное место на международном туристическом рынке. На ее долю приходится около 1 % мирового туристического потока. Сейчас в России на 10 выезжающих туристов приходится 1 внутренний. Для сбалансированного туристского рынка, как свидетельствуют разработки Всемирной туристской организации, типична пропорция – 1 въездной – 1 выездной – 4 внутренних туриста. Эта структура является оптимальной, а значит, к ней и надо стремиться, повышая привлекательность отечественного турпродукта.

Рынок гостиничных услуг, предоставляемых на уровне западных стандартов, стал складываться в России с 1993 г. Одним из направлений совершенствования гостинично-туристических комплексов является объединение гостиниц и туристических фирм в корпорации, которое дает ряд существенных преимуществ:

- ✓ повышается финансовая устойчивость предприятий за счет возможности маневрирования финансовыми, материальными и другими ресурсами;
- ✓ повышается конкурентоспособность путем диверсификации набора предлагаемых услуг.

Особую роль играет корпоративная организация в становлении и развитии малого и среднего бизнеса. На



Западе средний и малый бизнес, как правило, входит в состав крупных корпораций, обеспечивая те стороны деятельности, которые являются вспомогательными, но не менее важными для основных направлений. В выигрыше оказываются обе стороны. Крупная корпорация имеет постоянных и надежных партнеров. Небольшие предприятия, входящие в корпорацию, получают поддержку при организации бизнеса, имеют гарантированный сбыт, минимизируют затраты на маркетинг и рекламу.

Развитие малых и средних предприятий в индустрии гостеприимства имеет особое значение для российских условий, в частности для использования огромного ресурсного потенциала при развитии спортивного (в том числе и экстремального), культурного, научного, экологического туризма.

Данный вид предпринимательства приемлем для малонаселенных территорий со слабо развитой инфраструктурой, в т.ч. и для Забайкальского края.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Аванесова, Г. А. Сервисная деятельность: историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент [Текст] : учеб.пособие для студ. Вузов / Аванесова Г. А. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 350с.
2. Арбузова, Н. Ю. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах [Текст]: Издательский центр «Академия», 2012. – 241с.
3. Арзуманян, Э. А. Гостиничный и ресторанный сервис [Текст] : учеб.пособие / Э. А. Арзуманян; М-во образования Рос. Федерации, Саратов. гос. соц.-экон. Саратов : СГСЭУ, 2010. –с.10.
4. Барчуков, И. С. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов[Текст]: учебное пособие/ И. С. Барчуков, Л. В. Баумгартен, Ю. Б. Башин, А. В. Зайцев. – М.: КНОРУС, 2012. –с. 18.
5. Бизнес-энциклопедия «Стандарты и качество отеля» [электронный ресурс].– режим доступа<http://handbooks.ru/handbook>.
6. Биржаков, М. Б. Введение в туризм [Текст] : учеб.пособие / М. Б. Биржаков. – М.: Невский Фонд и Олбис, 2012. – 511с.
7. Шматько, Л. П. Туризм и гостиничное хозяйство [Текст]: учебное пособие / Л. П. Шматько. – М.: МарТ, 2014. –с. 251-255.Медлик, С. Гостиничный бизнес [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса (230000) / С. Медлик; пер. с англ. А. В. Павлов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – с. 124-126.
8. Брашнов, Д. Г. Основы индустрии гостеприимства [Текст]: учеб.пособие / Д. Г. Брашнов, Е. В. Мигунова. – М.: Флинта : НОУ ВПО «МПСУ», 2013. –224 с.
9. Бутко, И. И. Маркетинг в туризме[Текст]: учеб. пособие / И. И. Бутко, В. А. Ситников, Е. А. Ситников ; ред. И. И. Бутко. – М.: Дашков и К; Наука-Спектр, 2009. –128 с.

10. Волков, Ю. Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес [Текст]: учебник / Ю. Ф. Волков. – 2-е изд. – М.: Ростов –на-Дону : Феникс, 2010. – 352 с.
11. ГОСТ Р 51185-98. Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования [Текст]. – Взамен ГОСТ Р 51185-98; введ. 2009-07-01. – М. : Госстандарт России : Издательство стандартов, 2008. – 10 с.
12. Грачева, О. Ю. Маркова, Ю. А. Мишина. Л. А. Мишунина, Ю. В. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта [Текст] : учеб. пособие. - М.: Дашков и К. 2010. – 110с.
13. Долженко, Г. П. Экскурсионное дело [Текст] : учеб. пособие / Г. П. Долженко. – Ростов-на-Дону : МарТ, 2008. – 272с.
14. Еланцева, О. П. Стандартизация и сертификация в социально-культурном сервисе и туризме [Текст]: учеб. пособие / О. П. Еланцева. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ФЛИНТА : НОУ ВПО «МПСУ », 2014. – 448 с.
15. Елканова, Д. И., Осипов, Д. А., Романов, В. В., Сорокина, Е. В. Основы индустрии гостеприимства [Текст] : учеб. пособие. – М.: Дашков и Ко, 2010. – 248 с.
16. Жулидов С. Б. TheHotelBusiness [Текст]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса 230000 / С. Б. Жулидов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 159 с.
17. Зубков, А. А. Справочник работника гостиничного хозяйства [Текст] : учеб. пособие / А. А. Зубков, С. И. Чибисов. – М.: Высшая школа, 2010. – 170с.
18. Кабушкин Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов [Текст] : учеб. пособие / Н. И. Кабушкин, Г. А. Бондаренко. – Минск. : Новое знание, 2014. – 368 с.
19. Котлер Ф, Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Текст]: учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. – 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. –1071 с.
20. Кусков, А.С. Гостиничное дело: [Текст] : учеб. пособие / А.С. Кусков, А. О. Дашков. – 2009. – 328с.
21. Медлик, С. Гостиничный бизнес [Текст]: учебник для

- студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса (230000) / С. Медлик; пер. с англ. А. В. Павлов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 239 с.
22. Морозов, М. А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме [Текст]: учебник для студентов высших учебных заведений / М. А. Морозов. – М.: Академия, 2014. – 288 с.
23. Ополченев, И.И. Управление качеством в сфере услуг [Текст] : учеб. пособие / И. И. Ополченев. - М.: Советский спорт. 2011. – 234с.
24. Организация и технология гостиничного обслуживания. [Текст] : учебник для нач. проф. Образования / под ред. Канд. Пед. Наук И. Ю. Ляпина. – М. :ПрофОбрИздат, 2010. – 208 с.
25. Папирян, Г. А. Менеджмент в индустрии гостеприимства [Текст]: учебник / Г. А. Папирян. – М.: Экономика, 2010. – 284 с.
26. Пивоваров, К. В. Теоретические и методологические основы организации и управления гостинично-ресторанными комплексами [Текст] : монография / К. В. Пивоваров ; Информ.-внедрен. центр «Маркетинг». - М. : Маркетинг, 2010. – 214 с.
27. Пивоварова, М. С. Стратегия привлечения клиентов в индустрии гостеприимства / М. С. Пивоварова // Маркетинг. – 2014. – №2 – С.63-68.
28. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации / Утверждены постановлением Правительства Российской Федерации 09 октября 2015 г. № 1085. – NorDoc.ru Нормативная документация [электронный ресурс] <http://nordoc.ru>.
29. Романов, В. А., «Гостиничные комплексы» [Текст] : учеб. пособие / В.А.Романов. – М.: Академия. 2011. – 310с.
30. СанПиН 42-121-4719-88 Санитарные правила устройства, оборудования и содержания общежитий для рабочих, студентов [Текст]. – утвержден главным государственным санитарным врачом 01.11.1988 п 4719-88. – М. : Госстандарт России: Изд-во стандартов, 1988. – 40 с.

31. Сенин, В.С. Организация международного туризма ДОС. Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 400 с.
32. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах [Текст] : учеб.пособие. – М.: Альфа – «ИНФРА-М», 2011 г. – 216 с.
33. Стодкин, А. А. Технология приема и обслуживания туристов в гостинице [Текст]: учеб.пособие / А. А. Стодкин. – М.: Высшая школа по туризму и гостиничному хозяйству, 2013. – 208 с.
34. Тимохина, Т. Л. Организация приема и обслуживания туристов [Текст]: учеб.пособие / Т. Л. Тимохина. – М.: Книгодел, 2014. – 288 с.
35. Ткаченко, Т. Т. Гаврилюк С. П. Экономика гостиничного хозяйства и туризма [Текст] : учеб.пособие. – М.: КНТЭУ, 2009. – 179 с.
36. Труханович, Л. В. Персонал туристской индустрии [Текст]: учеб.пособие / Л. В. Труханович, Д. Л. Щур. – М.: Финпресс, 2010. – 160 с.
37. Туризм и гостиничное хозяйство: [Текст] : учебник для вузов / под редакцией профессора Чудновского А. Д. – М. : Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Издательство ЭКМОС, 2010. – 445с.
38. Уокер, Д. Введение в гостеприимство [Текст] : учеб.пособие / Д. Уокер. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2009. – 607с.
39. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», N 209-ФЗ от 24.07.2007[Электронный ресурс]. - <http://www.zakonrf.info/zakon-o-razvittii-malsred-biznesa/>
40. Федеральный законот 24 июля 2007 г. N 221-ФЗ «О государственном кадастре недвижимости»[Электронный ресурс] : (с изменениями и дополнениями) // Гарант : информационно-правовой портал. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

41. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. N 221-ФЗ «О государственном кадастре недвижимости» [Электронный ресурс] : (с изменениями и дополнениями) // Гарант : информационно-правовой портал. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>.
42. Филипповский, Е. Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства [Текст]: учеб. пособие / Е. Е. Филипповский, Л. В. Шмарова. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 399 с.
43. Чудновский, А. Д. Управление индустрией туризма [Текст]: учеб. пособие. – 2-е изд. / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин. – М.: КНОРУС, 2014. – 448 с.
44. Шматько, Л. П. Туризм и гостиничное хозяйство [Текст]: учебное пособие / Л. П. Шматько. – М.: MapT, 2014. – 352 с.
45. Электронный портал «Hotelline» [электронный ресурс]. – режим доступа <http://hotelline.ru>.
46. Яковлев, Г. А. Экономика гостиничного хозяйства [Текст]: учеб. пособие / Г. А. Яковлев. – М.: РДЛ, 2014. – 224 с.
47. Янкевич, В. С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт [Текст]: учеб. пособие / В. С. Янкевич, Н. Л. Безрукова. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 416 с.

Приложение 1

Сравнительная таблица затрат на турдеятельность

<b>Традиционная турбаза</b>	<b>«Зеленый дом»</b>
<b><i>Налоги</i></b>	
Арендная плата за землю	Меньше в десятки раз
Налог на имущество	Меньше в десятки раз
Налог с продаж 5 %	Налог на вмененный доход, который включает в себя НДС, налог с продаж, подоходный налог. 20 % дохода
Налог на фонд зар.платы 36 %	Нет
Налог на добавленную стоимость 20 %	Нет
Налог на прибыль 25 %	Нет
<b><i>Затраты на содержание жилья</i></b>	
Отопление отдельного объекта (простаивает в межсезонье)	Затраты на отопление делятся на затраты на проживание туристов и хозяев
Электроэнергия	Цены на электроэнергию в 2 раза ниже
Амортизация оборудования	Нет специализированного оборудования
Ежеквартальные сборы санитарных, пожарных, природоохранных служб	Оплачиваются разовые сборы один раз в год перед турсезоном
Зарплата персонала	Нет
<b><i>Продвижение продукта</i></b>	
Изготовление рекламной продукции (каталоги, буклеты)	Не участвует
Участие в турярмарках	Не участвует
Объявления, статьи в газетах и журналах	Не делает
Вхождение в профсоюзы	Входит в профессиональный союз НП «Зеленый дом»
Междугородние переговоры	Не осуществляет
Электронная почта, интернет	Не имеет
Получение сертификата, лицензии	Может работать без сертификата и лицензии
Проведение рекламных заездов	Участвует посильно

Продолжение приложения 1

<b>Традиционная турбаза</b>	<b>«Зеленый дом»</b>
<i>Экскурсионное обслуживание</i>	
Зарплата гидам, экскурсоводам, проводникам, инструкторам	Дополнительный заработок, о котором не знает налоговая инспекция
Содержание транспорта	Используется на личные цели и для получения неучтенного дополнительного заработка
Аренда лошадей	Дополнительный неучтенный заработок:
Турснаряжение (палатки, рюкзаки, спальники, катамараны, лодки)	Используются для дополнительного неучтенного заработка



Взгляд хозяйки «зеленого дома»

Наш Чемальский район самый маленький из всех районов Республики Алтай. У нас нет заводов, фабрик, нет приисков по добыче золота, нет цехов по изготовлению обуви, нет идеальных условий для сенокоса и многого другого. А это значит, что многие из людей, населяющих район, вынуждены заниматься чем угодно, чтобы прокормить семью. Это сбор и продажа лекарственных трав, папоротника, ореха, заготовка дров, «челночный» бизнес.

С приходом в наш район сельского туризма появилась возможность зарабатывать, и люди вздохнули с некоторым облегчением. Нелегко было начинать это новое дело Светлане Шиловой. Но она человек деловой, чувствует ситуацию настоящего и быстро принимает решения о том, как выжить самой и помочь другим.

В прошедшем и этом году многие хозяйки «зеленых» домов почувствовали, как хорошо они поправили финансовое положение в семье. У многих дети поступили в ВУЗы, кто-то обеспечил себя необходимыми лекарствами, чтобы подлечить затянувшуюся болезнь, а кто-то стал обустраивать свой дом, чтобы в следующем году принять как можно больше туристов. И не просто принять на ночлег, а устроить интересный отдых. Кто-то придумал фонтанчики на своем участке, кто-то превратил свой дом в русскую горницу, а кто-то сделал из своего дома сказочный терем. И все это делается за счет денег, заработанных в туризме.

Моя семья с удовольствием включилась в прием гостей. Поразмыслив все вместе, мы решили выкупить вторую половину дома, в которой приготовили жилье для себя. А в старой половине принимали гостей. Она у нас всегда была готова, да не просто так, а оформлена в русском стиле. Здесь присутствовали атрибуты русского быта: самопряжа, вышивки различными способами, изделия из макраме, ажурные скатерти, русские костюмы, мебель и даже ткацкий станок. Мои гости впервые узнали, что такое "пришва" и

«навойка», что вышивка «крестом» самая благородная и почетная. Мы познакомили их также с русскими народными обрядами, в которых отражается поэзия русской души. Мы планируем расширить свой «зеленый дом», увеличить набор костюмов, сделать баню в старорусском стиле.

Да, туризм нам очень нужен. Он нужен, как глоток свежей родниковой воды, ведь общаясь с новыми людьми, я обогащаюсь сама.

Н. Дронова, с. Эликманар, Чемальский район.

План работы менеджера сельского туризма

**I. Работа с населением района**

1. Распространение информации о сельском туризме среди населения района (проведение информационных собраний, статьи в газете, дни приёма желающих).
2. Обследование ресурсов новых участников сельского туризма.
3. Проведение семинаров 1 ступени для новичков.
4. Оказание помощи семье в подготовке дома и усадьбы к приёму туристов.
5. Выпуск информационного бюллетеня для участников сельского туризма или странички в районной газете.

**II. Работа по продвижению продукта сельского туризма**

1. Создание базы данных жилья (описание жилья, схемы, фотографии).
2. Разработка туров.
3. Заключение необходимых договоров.
4. Разработка и изготовление рекламной продукции:
  - ✓ каталога объектов сельского туризма,
  - ✓ видеоролика,
  - ✓ рекламных буклетов,
  - ✓ интернет - страницы.
5. Участие в чурярмарках .
6. Подготовка и размещение в СМИ статей об СЗТ и его продукте.
7. Проведение рекламного заезда турагентов.
8. Заключение договоров с турагентствами, обучение специалистов турагентских фирм работе с сельским тур продуктом.

### **III. Работа по приёму туристов**

1. Создание службы доставки туристов.
2. Изготовление путёвок и другой рабочей и информационной документации.
3. Подбор и обучение помощников в сёлах.
4. Информирование об экскурсионных услугах, предоставляемых в районе.
5. Поиск и подготовка летнего офиса для приёма туристов.
6. Установка внешней рекламы.
7. Обеспечение безупречной работы связи.

## Договор о сотрудничестве

\_\_\_\_\_ район.  
Республика Алтай, село \_\_\_\_\_  
2003 г.

Мы, нижеподписавшиеся, Некоммерческое партнерство "Зеленый дом", именуемое в дальнейшем **Организация**, в лице директора Шиловой Светланы Гавриловны, действующей на основании устава, с одной стороны, и гражданин(ка) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ именуемый в дальнейшем **Партнер**, с другой стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем.

### 1. Предмет договора

Вступление **Партнера** в члены **Организации** и оказание ему **Организацией** услуг, направленных на повышение эффективности предпринимательской деятельности **Партнера** в сфере сельского туризма.

### 2. Обязанности сторон

#### 2.1. Организация обязуется:

- оказать помощь **Партнеру** в создании его «зеленого дома», провести категоризацию и регистрацию его объекта, в том числе в Министерстве туризма РА; обучить **Партнера** основам предпринимательской деятельности и представлять интересы **Партнера** в органах государственной власти, налоговой инспекции, учреждениях и организациях;
- оказывать **Партнеру бесплатно** консультативную помощь по любому вопросу, касающемуся осуществляемого вида деятельности;
- информировать **Партнера** о работе **Организации**, о принятых решениях властных структур, касающихся сельского туризма, привлекать к проводимым мероприятиям;
- передать **Партнеру** фирменную табличку «Зеленый дом» с логотипом организации, которая является собственностью организации;
- продвигать «зеленый дом» **Партнера**:  
путем описания в годовом каталоге сельского туризма РА, который будет распространяться среди профессионалов турбизнеса (за дополнительную плату со стороны **Партнера**);

разместить фотографии и описание объекта Партнера в интернет-сайте организации;  
распространять информацию об объекте Партнера ил турярмарках, в которых принимает участие организация (за дополнительную плату);  
распространить листовки о «зеленых домах» среди автотуристов, въезжающих на территорию РА;

- оказать помощь в разрешении конфликтных ситуаций **Партнера** с туристами;
- оказывать помощь **Партнеру** только в том случае, если он выполняет взятые на себя обязательства;
- оказывать другие платные услуги членам Организации со скидкой 10 %.

## 2.2. Партнер обязуется:

- вступить в члены Организации и поддерживать в ней свое членство в течение двух лет;
- подчиняться действующим положениям и решениям, исходящим от Организации;
- регулярно оплачивать членские и другие взносы согласно Положению о членских взносах.;
- принимать обязательное участие в общих собраниях членов Организации (одни раз в год) и 2 раза в год и обучающих семинарах Организации;
- создать легальную основу для своей предпринимательской деятельности (зарегистрировать предпринимательскую деятельность, оплачивать налоги, получить сертификат на свою гостиницу, обеспечить соответствие санитарно - гигиеническим и противопожарным нормам и правилам);
- нести персональную ответственность в случае предъявления контролирующими органами финансовых санкций за отсутствие необходимой правовой базы;
- предоставить туристам своего «зеленого дома» как минимум базовый набор услуг, включающий в проживание пользование оборудованной кухней, посещение бани 1 раз (если в доме отсутствуют душ или ванна), зелень с грядки летом, парковку автотранспорта гостей на приусадебном участке);
- один раз в начале года предоставлять Организации все полезные сведения об услугах «зеленого дома», изменениях, повлекших повышение категорийности, которые будут использоваться Организацией для публикаций.

Всю ответственность за эту информацию несет Партнер. Партнер должен заботиться о соответствии цены качеству и ассортименту услуг;

- обеспечить оперативную телефонную связь с Организацией, в течение суток сделать обратный звонок на поступившую

- информацию;
- поддерживать единую цену найма жилья, объявленной в рекламных материалах на текущий год;
  - в случае возникновения конфликтов с туристами сделать все возможное, чтобы не нанести ущерб марке «Зеленый дом»;
  - при оказании услуг туристам проявлять бережное отношение к природе, прогулки организовывать по маршрутам, находящиеся в экологически безупречном состоянии, привлекать туристов к практическим действиям по очистке окружающей среды, показывать собственным поведением бережное отношение к традициям коренных народов Алтая;
  - содействовать экономической стабилизации Организации, рекламируя деятельность **Организации** среди односельчан, в контактах с органами власти и другими организациями, а также пользуясь платными услугами **Организации**;
  - не осуществлять действий, в том числе словом, порочащих Организацию; все возникающие недоразумения и конфликты с Организацией решать путем своевременных переговоров.

### **3. Права сторон**

3.1. Партнер имеет право досрочно прекратить действие настоящего договора в одностороннем порядке, предупредив за 30 дней Организацию об этом. При этом он обязан оплатить годовой членский взнос и освободиться от других финансовых обязательств в случае получения ссуды благодаря наличию марки «Зеленый дом», а также вернуть фирменную настенную табличку.

3.2. Организация имеет право исключить Партнера из своих членов в случае нарушения им обязательств по настоящему договору. В этом случае Партнер теряет марку «Зеленый дом» и все вытекающие из этого преимущества.

3.3. Стороны имеют право изменить условия договора в связи с изменившимися условиями работы сторон. Инициатор изменения передает второй стороне проект измененного договора или дополнения к нему для согласования.

### **Общие положения**

4.1. Договор вступает в действие с момента подписания его сторонами и действует до "" \_\_\_\_\_ 200\_ г. Договор автоматически продлевается, если ни одна из сторон не заявила о его прекращении. Извещение о прерывании договора делается в письменном виде.

4.2. при возникновении конфликтов стороны стремятся урегулировать их путем переговоров. При невозможности достижения согласия

противоречия разрешаются путем, установленным законодательством РФ.

4.3. Договор составлен в двух экземплярах на русском языке, оба экземпляра имеют равную юридическую силу.

## **5. Юридические адреса сторон**



Некоммерческое партнерство "Зеленый дом"  
649231, Республика Алтай, Чемальский район, с. Чепощ,  
ул. Тракторная, 8, тел/факс (241) 2943 1

Директор

Шилова С.Л.

Гражданин \_\_\_\_\_

Паспорт серия \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_

выдан \_\_\_\_\_

Адрес: \_\_\_\_\_

Телефон \_\_\_\_\_

Свидетельство о регистрации № \_\_\_\_\_

от \_\_\_\_\_ Выдано

Сертификат № \_\_\_\_\_

срок действия \_\_\_\_\_

ИНН \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ ПОДПИСЬ

## Приложение 5

### Рекомендуемое оборудование и инвентарь для номеров В&В

<b>Характеристики</b>	<b>Примечания</b>
2 кровати (одноместный/двухместный номер) простыни, одеяла, покрывала минимальный размер 190x80 см (односпальная кровать)	Обязательно
Шкаф (гардероб) с вешалками и полками или комод с яичками	Обязательно
Стулья (1 стул на проживающего)	Обязательно
Кресло	Рекомендуется
Прикроватная тумбочка (1 на проживающего)	Рекомендуется
Стол письменный или туалет	Обязательно
Люстра на потолке и/или бра прикроватная	Обязательно
Лампа для чтения у кресла или на письменном столе	Обязательно
Светоизоляция (плотные шторы)	Обязательно
Зеркало (помимо ванной комнаты)	Обязательно
Переключатели освещения у входа и кровати	Обязательно
Прикроватные коврики	Обязательно
Радио (центральное вещание, FM)	Рекомендуется
Цветной телевизор с ПДУ (за дополнительную плату)	Рекомендуется
Видео (за дополнительную плату)	Необязательно
Корзина для мусора	Обязательно
Письменная информация для проживающего на английском языке	Обязательно
Пепельница	Необязательно
Таблички "Не беспокоить", "Прошу убрать"	Рекомендуется
Вентилятор (Кондиционер)	Рекомендуется
Подставка для багажа	Необязательно
Графин с питьевой водой, стаканы	Рекомендуется
Мини-холодильник	Необязательно
Письменные принадлежности	Необязательно
Принадлежности по уходу за одеждой, обувью	Рекомендуется

**Памятка для владельца «зеленого дома»**

Последовательность действий по подготовке к приему туристов в собственной минигостинице

1. Зарегистрировать предпринимательскую деятельность в экономическом отделе районной администрации по виду «сдача жилья в аренду».
2. Завести книгу учета доходов и расходов, книгу учета гостей.
3. Приобрести пронумерованные квитанции для приема оплаты за жилье, прошнуровать их, пронумеровать, заверить в налоговой инспекции.
4. Собрать необходимые разрешительные документы:
  - ✓ справку из сельской администрации о наличии скота,
  - ✓ ветеринарную справку о здоровье скота,
  - ✓ пройти медкомиссию и заполнить санитарную книжку члену семьи, который зарегистрировался предпринимателем,
  - ✓ получить сертификат в Центре сертификации и метрологии.
5. Подписать договор с организатором или турагентской фирмой на поставку туристов, согласовать его с санэпидстанцией и пожарной охраной.
6. Приобрести аптечку первой медицинской помощи.
7. Приобрести огнетушитель и подготовить средства для тушения пожара.
8. Застраховать гражданскую ответственность перед гостями.
9. Завести журнал отзыва гостей.
10. Встать на учет в Министерство туризма как владелец минигостиницы.
11. Разработать рекламную продукцию и продумать рекламную компанию.
12. Вступить в НП «Зеленый дом».

Приложение 7

Рекомендуемый вариант бланка карты гостя В&В

<b>ЧП Иванова М.И.</b> В&В HomestayКАРТА ГОСТЯ №	<b>ЧП Иванова М.И. В&amp;В</b> <b>Homestay</b> ОТРЕЗНОЙ ТАЛОН №
Дата (date): _____ 200__г. Время (time): _____	Дата _____ 200__г., время _____:
Фамилия (lastname):	Ф.И.О.:
<b>Имя</b> (firstname):	
Отчество (middlename):	
Реквизиты паспорта (passport):	Реквизиты паспорта
Заселенс (staying from) _____ по (till) _____ Продлендо (prolonged till): _____	Заселен с _____ по _____ Продлен до _____ Управляющей В&В: ЧП Иванова Мария Ивановна
Настоящем я подтверждаю, что мне объяснили правила проживания и технику безопасности в гостинице В&В. (HerebyIconfirm, thatIwasexplainedwithlivingregulations andsafetyrulesattheВ&В). (подпись, signatory)	телефон (4112) 43 46 47 Якутск, ул. Орджоникидзе, 12/1-45