

Учреждение образования
«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Е. А. Ковшар

ГОСТИНИЧНЫЙ И РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС

В 2-х частях

Часть 1

*Рекомендовано
учебно-методическим объединением
по образованию в области природопользования
и лесного хозяйства в качестве учебно-методического
пособия для студентов учреждений
высшего образования по специальности
1-89 02 02 «Туризм и природопользование»*

Минск 2019

УДК 338.48:379.832(075.8)

ББК 65.433я73

К56

Р е ц е н з е н т ы :

кафедра менеджмента социально-культурной деятельности
УО «Белорусский государственный университет
культуры и искусств»

(кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой
Е. А. Макарова);

кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры
менеджмента туризма и гостеприимства Института туризма
УО «Белорусский государственный университет физической
культуры» *Д. А. Бессараб*

Все права на данное издание защищены. Воспроизведение всей книги или ее части не может быть осуществлено без разрешения учреждения образования «Белорусский государственный технологический университет».

Ковшар, Е. А.

К56 Гостиничный и ресторанный бизнес : учеб.-метод. пособие для студентов специальности 1-89 02 02 «Туризм и природопользование»: в 2 ч. / Е. А. Ковшар. – Минск : БГТУ, 2019. – Ч. 1. – 201 с.

ISBN 978-985-530-756-4.

В первую часть учебно-методического пособия включены темы, посвященные вопросам эволюции индустрии гостеприимства, классификации средств размещения, типологии и классификации гостиниц, подходам к организации гостинично-ресторанного бизнеса, также рассмотрены гостиничные услуги в структуре туристского обслуживания, материально-техническая база гостиничного предприятия.

Пособие предназначено для изучения дисциплины «Гостиничный и ресторанный бизнес» студентами специальности 1-89 02 02 «Туризм и природопользование» и содержит кроме теоретического материала вопросы, тестовые задания, задания для самостоятельной работы.

УДК 338.48:379.832(075.8)

ББК 65.433я73

ISBN 978-985-530-756-4 (Ч. 1) © УО «Белорусский государственный технологический университет», 2019

ISBN 978-985-530-755-7

© Ковшар Е. А., 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	5
Тема 1. ПОНЯТИЕ, СТРУКТУРА И ЭВОЛЮЦИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА	7
1.1. Этапы становления и развития индустрии гостеприимства.....	7
1.2. Развитие мировой индустрии гостеприимства на современ- ном этапе	15
1.3. Гостиничный комплекс Республики Беларусь: состояние и основные направления развития	24
1.4. Мировой и европейский ресторанные рынки	28
1.5. Основные тенденции развития рынка ресторанных услуг в Республике Беларусь	41
<i>Контрольные вопросы</i>	46
<i>Тест-контроль</i>	47
<i>Задания для самостоятельной работы</i>	48
Тема 2. КЛАССИФИКАЦИЯ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ.....	50
2.1. Понятие средств размещения	50
2.2. Характеристика средств размещения различных типов.....	52
<i>Контрольные вопросы</i>	63
<i>Тест-контроль</i>	64
<i>Задания для самостоятельной работы</i>	65
Тема 3. ТИПОЛОГИЯ И КЛАССИФИКАЦИЯ ГОСТИНИЦ	66
3.1. Типологическая характеристика гостиниц.....	66
3.2. Понятие и признаки классификации гостиниц	70
3.3. Национальные и международные системы классификации гостиниц	81
<i>Контрольные вопросы</i>	89
<i>Тест-контроль</i>	89
<i>Задания для самостоятельной работы</i>	90
Тема 4. МОДЕЛИ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА	94
4.1. Организация гостинично-ресторанного бизнеса (независи- мая гостиница, франчайзинг и др.)	94
4.2. Гостиничные цепи. Их сущность и значение в развитии современной гостиничной индустрии	98
<i>Контрольные вопросы</i>	102
<i>Тест-контроль</i>	102
<i>Задания для самостоятельной работы</i>	103

Тема 5. ГОСТИНИЧНЫЕ УСЛУГИ В СТРУКТУРЕ ТУРИСТСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ	106
5.1. Понятие «услуга». Основные характеристики услуг гостиничной индустрии	106
5.2. Основной гостиничный продукт	113
5.3. Классификация гостиничных номеров	117
<i>Контрольные вопросы</i>	120
<i>Тест-контроль</i>	121
<i>Задания для самостоятельной работы</i>	122
Тема 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	124
6.1. Функциональная организация основных групп помещений гостиницы.....	124
6.2. Оборудование и мебель основных групп помещений гостиницы	142
6.3. Санитарно-техническое оборудование. Общие требования.....	146
<i>Контрольные вопросы</i>	155
<i>Тест-контроль</i>	156
<i>Задания для самостоятельной работы</i>	157
Приложение 1. ТРЕБОВАНИЯ К ГОСТИНИЦАМ РАЗЛИЧНЫХ КАТЕГОРИЙ СОГЛАСНО ГОСТ 28681.4-95 «ТУРИСТСКО- ЭКСКУРСИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ. КЛАССИФИКАЦИЯ ГОСТИНИЦ» (ПРИЛОЖЕНИЕ А).....	160
Приложение 2. БЛАНК ЗАЯВКИ НА СЕРТИФИКАЦИЮ УСЛУГ ГОСТИНИЦ.....	172
Приложение 3. БЛАНК АНКЕТЫ-ВОПРОСНИКА 1 НА ПРОВЕДЕНИЕ СЕРТИФИКАЦИИ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ ГОСТИНИЦ, МОТЕЛЕЙ.....	173
Приложение 4. БЛАНК АНКЕТЫ-ВОПРОСНИКА 2 ПРЕДВАРИТЕЛЬНОГО ОПРЕДЕЛЕНИЯ КАТЕГОРИИ ОРГАНИЗАЦИИ, ОКАЗЫВАЮЩЕЙ УСЛУГИ ГОСТИНИЦ.....	174
Приложение 5. БЛАНК АНКЕТЫ-ВОПРОСНИКА 2 ГОСТИНИЦЫ БЕЗ КАТЕГОРИИ.....	185
Приложение 6. ПОКАЗАТЕЛИ БАЛЛЬНОЙ ОЦЕНКИ ГОСТИНИЦ РАЗЛИЧНЫХ КАТЕГОРИЙ С КОЛИЧЕСТВОМ НОМЕРОВ БОЛЕЕ 50 СОГЛАСНО ТКП 5.3.02-2007 (ПРИЛОЖЕНИЕ В).....	190
Приложение 7. ПОКАЗАТЕЛИ БАЛЛЬНОЙ ОЦЕНКИ ГОСТИНИЦ РАЗЛИЧНЫХ КАТЕГОРИЙ С КОЛИЧЕСТВОМ НОМЕРОВ 50 И МЕНЕЕ СОГЛАСНО ТКП 5.3.02-2007 (ПРИЛОЖЕНИЕ Г).....	195
Приложение 8. БЛАНК СЕРТИФИКАТА СООТВЕТСТВИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ СОГЛАСНО ТРЕБОВАНИЯМ ТКП 5.3.02-2007.....	200

ПРЕДИСЛОВИЕ

Развитие гостиничного и ресторанного рынка обусловлено не только стремлением гостиничных и ресторанных предприятий представить на рынке оригинальный конкурентоспособный продукт, но и наличием географических, экономических, организационных, правовых и иных предпосылок в отдельно взятой стране. В настоящее время в Республике Беларусь наблюдается активное развитие гостиничного и ресторанного рынка, обусловленное проводимыми работами по повышению конкурентоспособности туристической индустрии. Наша страна все чаще становится местом проведения значимых мероприятий национального и международного уровня, что способствует увеличению туристских потоков и является толчком к дальнейшему развитию рынка гостиничных и ресторанных услуг.

Эффективное функционирование всей индустрии гостеприимства невозможно без присутствия конкурентных предложений гостиничных и ресторанных предприятий, которые являются важнейшими звеньями в ее механизме.

Цель данного учебно-методического пособия – систематизация теоретических основ осуществления деятельности предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса по десяти последовательным разделам, где вниманию читателя предлагаются не только материалы теоретического, но и практического характера, необходимые на различных этапах работы гостинично-ресторанных предприятий, начиная от предпосылок развития индустрии гостеприимства и ее отдельных структурных элементов, моделей их функционирования, построения организационной структуры и заканчивая технологией работы структурных подразделений предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса.

В каждом тематическом разделе особое внимание уделено тем аспектам деятельности предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса, которые в большей степени характерны для белорусских субъектов хозяйствования и наиболее приближены к реальным условиям ведения хозяйственной деятельности.

Первая часть пособия содержит темы, посвященные вопросам эволюции индустрии гостеприимства, классификации средств

размещения, типологии и классификации гостиниц, подходам к организации гостинично-ресторанного бизнеса, а также темы, в которых рассматриваются гостиничные услуги в структуре туристского обслуживания, материально-техническая база гостиничного предприятия.

При подготовке учебно-методического пособия использовалась база нормативных правовых актов по состоянию на 5 июня 2018 г.

Издание предназначено для подготовки студентов вузов к лекционным, семинарским и практическим занятиям, а также может быть использовано в качестве вспомогательного материала при выполнении контролируемой самостоятельной работы по материалам практикума по курсу «Гостиничный и ресторанный бизнес».

Автор выражает искреннюю благодарность своему руководителю, коллегам и внешним консультантам, которые оказали неоценимую помощь в подготовке данного пособия. Отдельную благодарность автор выражает своей семье за бесконечное терпение и поддержку, проявленную ими в процессе работы автора над изданием.

Автор признательна сотрудникам Центра издательско-полиграфических и мультимедиа технологий Белорусского государственного технологического университета за проделанный большой труд при подготовке учебно-методического пособия к изданию.

ТЕМА 1

ПОНЯТИЕ, СТРУКТУРА И ЭВОЛЮЦИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

-
- 1.1. *Этапы становления и развития индустрии гостеприимства.*
 - 1.2. *Развитие мировой индустрии гостеприимства на современном этапе.*
 - 1.3. *Гостиничный комплекс Республики Беларусь: состояние и основные направления развития.*
 - 1.4. *Мировой и европейский ресторанные рынки.*
 - 1.5. *Основные тенденции развития рынка ресторанных услуг в Республике Беларусь.*
-



1.1 Этапы становления и развития индустрии гостеприимства

Индустрия гостеприимства и туризма – самое крупное и самое динамично развивающееся направление бизнеса в мире. По оценкам Всемирного совета по путешествиям и туризму (*World Travel and Tourism Council*), на путешествие и туризм как глобальный бизнес приходится порядка 10% мирового ВВП, 200 млн рабочих мест, 8–10% общей занятости и создание до 5,5 млн новых рабочих мест в год.

Понятие «гостеприимство» наиболее широко применяется в сфере гостиничного и ресторанного бизнеса. Под **гостеприимством** понимают систему мероприятий и порядок их осуществления с целью удовлетворения разнообразнейших бытовых, хозяйственных и культурных запросов гостей туристских предприятий, их предупредительного обслуживания, предоставления ряда услуг. В широком смысле **гостеприимство** – широкий набор видов бизнеса, каждый из которых связан с обслуживанием гостей, находящихся за пределами своего дома.

Термин «гостеприимство» походит от английского слова *hospitality*, которое происходит от старофранцузского *hospice* (оспис),

что означает место, в котором путники могли получить кров и еду. Наиболее известное учреждение такого рода – *Hospice de Beaune* (*Оспис-де-Бон*) в Бургундии, известный также как *Hotel Dieu* (*Отель Дье*), что означает «Дом Бога». Он был основан в 1443 г. Николя Роленом, канцлером казначейства Бургундии, как благотворительная больница и приют для бедняков.

Эволюцию индустрии гостеприимства разделяют на следующие этапы:

- 1) Древний период (IV тыс. до н. э. – 476 г. н. э.);
- 2) Средневековье (V–XV вв. н. э.);
- 3) Новое время (XVI – начало XX в.);
- 4) современный этап (XX в. – настоящее время).

1. Древний период (IV тыс. до н. э. – 476 г. н. э.). Упоминания о первых предприятиях индустрии гостеприимства – *тавернах* – можно найти в манускриптах, относимых учеными к эпохе античной Греции и античного Рима. Среди таких документов – кодекс вавилонского царя Хаммурапи (примерно 1700 г. до н. э.). Таверны пользовались сомнительной репутацией, выполняя порой функции домов терпимости, где хозяева доносили властям на посетителей. Со временем развитие торговли и связанных с ней разъездов привели к необходимости организации для путешествующих нормального ночлега.

Во времена Греческой и Римской империй повсеместно стали появляться *постоялые дворы*. Постоялые дворы на всех главных дорогах строились римлянами. Располагались они примерно в 25 милях друг от друга, чтобы правительственные чиновники и гонцы не слишком утомлялись в дороге, отдыхая в каждом из них. Пользоваться ими можно было, показав специальный правительственный документ, который свидетельствовал об особом статусе их предъявителей. Такие официальные бумаги часто воровались и подделывались.

Некоторые богатые землевладельцы тоже строили собственные постоялые дворы – на границах своих владений, которыми управляли рабы, специализирующиеся на ведении домашнего хозяйства. Постоялые дворы и таверны, расположенные ближе к городам, чаще посещались богатыми гражданами, их содержали вольноотпущенники или ушедшие на покой гладиаторы, решившие вложить свои сбережения в «ресторанный бизнес».

Идея первого в истории «ланча делового человека» принадлежит *Секвию Локату*, римскому трактирщику, который еще в 40 г.

до н. э. значительно облегчил жизнь маклеров на галерной пристани, слишком занятых, чтобы сходить домой пообедать.

Римские повара считали себя элитой и награждали друг друга громкими титулами – во времена правления императора *Адриана* (117–138 г. н. э.) римские шеф-повара учредили на Палатинском холме собственную Академию кулинарного искусства.

В Древней Персии путешествовали на верблюдах, большими караванами. Ночевали обычно в шатрах, разбиваемых рядом с караванным путем. Но иногда останавливались в *караван-сараях* – своего рода комплексных заведениях, включающих загон для верблюдов и помещения для ночлега людей, окруженных крепостной стеной, защищающей от природной стихии (например, песчаной бури) и от разбойников, грабивших караваны.

После падения Римской империи предоставлением услуг гостеприимства для обыкновенных людей стали заниматься религиозные заведения, изменилась целевая направленность их деятельности. Большинство путешественников были миссионерами, священниками и пилигримами, путешествующими к святым местам – постоялые дворы стали строиться ближе к храмам и монастырям. Условия проживания оставались довольно примитивными, при этом постоялыми дворами управляли рабы, находящиеся в услужении у священников и настоятелей храмов.

2. Средневековье (V–XV вв. н. э.). На европейском континенте Карл Великий в VIII в. для отдыха пилигримов создавал специальные дома. Некоторые из рыцарских орденов предоставляли услуги гостеприимства пилигримам на пути к святым местам. Один из таких домов, аббатство в Ронсевальском ущелье, обещал странникам радушный прием, бесплатный хлеб, услуги цирюльника и сапожника, фрукты и орехи из закромов аббатства, два хосписа с постелями для больных и даже освященное место погребения для усопших.

В 1282 г. управляющие гостиницами города Флоренция (Италия) основали свою собственную гильдию, ассоциацию, цель которой – оказание помощи их бизнесу. Гостиницы принадлежали городу, сдававшему их в аренду на три года тому, кто больше предложит. Выбор осуществлялся в ходе аукциона. К 1290 г. в гильдии было уже 86 членов.

В Средние века люди стали путешествовать больше и соответственно увеличилось число придорожных постоялых дворов,

повышалось качество обслуживания. В Англии излюбленным видом транспорта стала почтовая карета. По дороге почтовая карета делала несколько остановок у придорожных таверн или постоянных дворов – *почтовых станций*.

Одна из первых гостиниц в Европе «*Отель Генриха IV*» была построена в г. Нанте в 1788 г. В гостинице было 60 койко-мест – она считалась лучшей в Европе.

3. Новое время (XVI – начало XX в.). В XVI в. в Англии появляются таверны для простонародья, называемые *орбинарными*, где за общим столом подавали дежурные блюда по фиксированной цене. Обычно главное блюдо представляло основательно переваренное острое рагу из мяса и овощей.

В XVI в. на застольные привычки жителей Западной Европы начали оказывать влияние два экзотических предмета экспорта: кофе и чай. Бывая в Константинополе (город в Турции, теперь известный как Стамбул), путешественники пристрастились к кофе и, возвращаясь в Европу, привозили его с собой. К концу XVI в. кофе привлек к себе достаточно внимания, вызывая неодобрение католической церкви, назвавшей его «вином ислама» и «напитком нехристей». Только при папе Кlemente VIII кофе получил статус христианского напитка.

В следующем веке *кофейни* стали распространяться по всей Европе. К 1675 г. в одной Венеции их было несколько дюжин, включая знаменитое *Cafe Florian* на площади Сан-Марко. Первая английская кофейня была открыта в 1652 г. выходцем из Армении на улице Сент-Майкл Аллей в Лондоне. Когда в 1683 г. с Вены была снята осада и турки отступили, некий господин Колчитский получил разрешение открыть первую в Центральной Европе кофейню. Именно в Вене была подана первая чашечка кофе, подслащенного медом и слегка разбавленного молоком.

Кофейни, предшественницы современных кафе, скоро стали центрами культурной и литературной жизни своего времени и сыграли полезную роль – помогли в отрезвлении всего европейского континента. Однако женщины их ненавидели – там собиралась только мужская компания.

В то время как кофейни процветали в больших и малых городах по всей Европе, рост популярности *путешествия на дилижансе* революционизировал индустрию гостеприимства на дорогах. В сельской местности один постоянный двор обслуживал всех при-

езжих, но состоятельные люди, путешествовавшие в собственном экипаже или верхом, туда заходили редко, а бедняков, путешествовавших пешком, туда старались не пускать вообще. Строго соблюдались четкие социальные различия в обхождении с каждым постояльцем.

Состоятельные люди обслуживались в столовой или у себя в комнате, заказывая себе специальные блюда из имеющихся у хозяина продуктов – *a la carte* (*а ля карт*), и заходили на кухню проследить, чтобы все приготовили как надо. Бедняки обычно ели вместе с хозяином постоялого двора и его семьей на кухне. Им подавали простую пищу без права выбора, но за минимальную цену – *table d'hote* (*табль д'от*), т. е. «хозяйский стол». Цены на блюда также были разными, прежде всего в зависимости от региона, где находился двор.

Постоялые дворы в континентальной Европе далеко уступали английским по всем показателям. Американские постоялые дворы и таверны копировали английские, т. к. именно английский тип организации услуг гостеприимства в Западном мире считался лучшим. Первая из известных американских таверн – *Stadt Huys* – была открыта голландцами в 1642 г. в Новом Амстердаме, как тогда назывался Нью-Йорк. Через год в поселении Боулинг-Грин появилась еще одна таверна – *Kreiger's Tavern*. В связи с ростом колоний в Нью-Йорке и Новой Англии эти заведения обычно назывались *придорожными тавернами*, на Юге – *ординарными тавернами*, в Пенсильвании – *постоялыми дворами*. Хозяин заведения, не в пример его коллеге времен Римской империи, был уважаемым членом общины и зачастую одним из самых состоятельных граждан. Обычно он занимал какую-нибудь почетную должность в органах местного самоуправления, а иногда и поднимался значительно выше.

Французская революция во многом способствовала изменению направления развития кулинарных вкусов человечества. М. Буланже, «отец современного ресторана», имел на улице Баель таверну, которая работала и ночью. Главным блюдом, подаваемым здесь, был суп, который он называл *restorantes* (укрепляющий, восстанавливающий), откуда и пошло название «ресторан».

В 1782 г. на улице Ришелье открылся первый настоящий ресторан – *Grande Taverne de Londres* (Гранд Таверн де Лондр), а три года спустя недалеко от Пале-Рояль – еще один, *Les Trois Freres*

Provencaux (Ле Труа Фрер Прованс). В результате революции только самые верные из шеф-поваров аристократических домов остались во Франции, большинство же из них революционная буря раскидала по всей Европе. Многие пересекли океан и оказались в Америке, главным образом, в Новом Орлеане – единственном истинно французском городе Нового Света. На новом месте почти все они занялись ресторанным бизнесом. Французские повара принесли с собой французские кулинарные традиции. Скоро простые, плотные английские обеды и примитивную стряпню американцев облагородили пикантные соусы и горячие мясные блюда в горшочках – *pots au feu* (пот-о-фе).

К 1800 г. англичане начали всерьез перенимать у французов концепцию ресторана. Рестораны в Европе продолжали процветать. В 1856 г. Энтонин Карэм опубликовал работу *La Cuisine Classique (Классика кулинарии)*. В богатых ресторанах посетителям вручался список (*a carte*) всего, что могла предложить кухня. Начиналась эпоха меню «*a la carte*».

В 1898 г. в Лондоне открылся отель *Savoy*. Его управляющим был известный Цезарь Ритц (сейчас отели *Ritz-Carlton* носят его имя), а шеф-поваром – *Огюст Эскофье*, известность которому принес классический труд *Le Guide Culinaire (справочник по кулинарии)*.

Американцы всегда отличались умением удовлетворять запросы каждого посетителя. К 1848 г. в Нью-Йорке уже создалась своеобразная иерархия точек общественного питания. В самом низу этой пирамиды находились «шестипенсовые обжираловки» *Дэниэля Суини* на Энн-стрит. Их хозяин заслужил сомнительную славу «отца грязных ложек». Ступенькой выше стояли заведения *Брауна*, претендующие на большую элегантность хотя бы тем, что в них посетителям вручалось меню.

Список американских ресторанов возглавляли знаменитые заведения *Дельмонико*. Долгое время они оставались единственными дорогими и вполне аристократическими ресторанами США. С того дня, как семья Дельмонико открыла свое первое кафе и кондитерскую на Уильям-стрит (дом 23) в 1827 г. до прощального ужина, поданного в ресторане Дельмонико на пересечении 5-й Авеню и 44-й Стрит (в связи с введением в стране Сухого закона), это имя было синонимом изысканной пищи и безупречного обслуживания – критерия, по которому оценивались и оцениваются все учреждения подобного рода. Джон Дельмонико ввел еще одно по-

лезное новшество. Заметив, что посетителям трудно читать меню, традиционно печатающееся на французском языке, он заплатил 100 долларов переводчику, Роберту Гринхау, чтобы тот перевел его меню на английский язык. Так появилось *двухязычное меню*.

Во многих городах Америки появились отели-дворцы: *Palmer House* в Чикаго, *St. Charles* и *St. Louis* в Новом Орлеане, *Planter's Hotel* в Сент-Луисе. *Hotel del Coronado* в Сан-Диего – одна из исторических достопримечательностей города, всемирной славе которой во многом способствовал уникальный архитектурный стиль.

В Филадельфии, Балтиморе, Вашингтоне, Буффало появились фешенебельные отели, каждый из которых считался в свое время последним шиком гостиничного дела. К 1852 г. каждый первоклассный отель, достойный так называться, имел своего французского шеф-повара. Хотя современный отель считается специфическим американским изобретением, европейцы тоже к нему причастны. Примером может служить хотя бы так называемый «европейский план» организации оплаты за гостиничные услуги, согласно которому гости платят не за номер плюс питание, а только за номер, что позволяет им заказывать блюда *a la carte* в ресторане отеля самим или питаться где-нибудь еще, если им так больше нравится.

В курортных местах, таких как Саратога-Спрингс (штат Нью-Йорк) или Уайт-Сульфур-Спрингс (Западная Вирджиния), гостям для удовлетворения потребностей в светском общении и прочих радостях жизни предлагался широкий ассортимент услуг и удовольствий.

В 1876 г. Фред Харвей открыл свой первый ресторанчик на втором этаже вокзала в г. Топика (столица Канзаса) на железнодорожной ветке Топика – Санта-Фе, отличавшийся от всех заведений такого рода хорошей, аппетитно приготовленной пищей, чистотой скатертей и вежливым обслуживанием. В том же году в г. Флоренс (штат Канзас), расположенном на той же железной дороге, ведущей в Санта-Фе, Харвей открыл свою первую гостиницу. В период с 1880 по 1890 гг. через каждые 100 миль по этой дороге открывались все новые и новые «Дома Харвея».

За XIX в. в индустрии гостеприимства появилось больше новшеств, чем за всю ее предыдущую историю. В престижных ресторанах Западного мира, собиравших прежде исключительно мужскую компанию, стали обедать и женщины. Не столь обеспеченная часть населения посещала *grill room* (маленький ресторан или ком-

ната в ресторане, где подавались блюда из жареного мяса или рыбы) – тоже чисто английское изобретение, где можно было с приятностью пообедать в непринужденной, дружеской обстановке.

В XIX в. были изобретены способы сохранять пищу путем *консервирования* и вакуумной упаковки, что позволило готовить любые кулинарные деликатесы независимо от сезона. К этому важному изобретению причастен сам *Наполеон I*, выплативший в 1809 г. человеку по имени *Николя Анперт* вознаграждение в сумме 12 тыс. франков (почти четверть миллиона долларов по современному курсу) за предложенный им способ сохранять пищевые продукты от порчи, стерилизуя их в плотно закрытых стеклянных банках путем нагревания.

В это же время стала стремительно развиваться система общественного питания для образовательных учреждений. С XII в. в Англии и в континентальной Европе создавались общежития. Первые школьные столовые появились во Франции в 1849 г. В 1865 г. это новшество дошло и до Англии, сначала в местечке Гернсей, где тогда жил знаменитый французский писатель Виктор Гюго, организовавший у себя дома столовую для местных школьников. В 1853 г. Общество помощи детям открыло в Нью-Йорке промышленную школу, где могли питаться все учащиеся, имеющие к ней отношение.

В XIX в. развивалась система общественного питания в больницах. Этим мир обязан подвижнической деятельности *Флоренс Найтингейл*, основательницы не только системы современного ухода за больными, но и диетического питания. Во время Крымской войны она внедрила эту систему на кухне при госпитале в Скутари (сейчас один из районов Стамбула), заставив кухонный персонал готовить вместо обычной, плохо приготовленной и скверно сервированной пищи более аппетитные блюда и подавать их вовремя. Была изобретена фруктовая газировка с мороженым, и по всей Америке начали открываться так называемые кафе-мороженые, стойки которых украшали большие мраморные ящики с аппаратом для производства газировки.

В 1890 г. был основан *P. J. Clarke's* – один из первых баров-ресторанов.

4. Современный этап (XX в. – настоящее время). В 1921 г. *Уолтер Эндерсон* и *Билли Ингрэм* основали сеть гамбургерных закусовых *White Castle*. За последующие 10 лет сеть расширилась до 115 заведений.

В 1927 г. открылась первая придорожная закусочная *Hot Shoppe and root beer*, принадлежавшая компании *Marriott*. Примерно в это же время по всей Америке начали создаваться рестораны быстрого обслуживания и заведения, в которых проезжающие обслуживались, не выходя из своей машины, получившие название «драйв-ин» (*drive in* – заезжай во двор), и автомобилисты называли этот способ обслуживания «*car hopping*» (вскакивание на подножку): когда к машине приближается официант, чтобы принять заказ, он вскакивает для этого на подножку автомобиля.

После краха биржи в 1929 г. и Великой депрессии Америка начала приходить в себя лишь к середине 30-х гг., находя утешение в элегантной роскоши обедов «*a ля Фред Астер*». В 1934 г. открылся ресторан *The Rainbow Room*.

К концу 30-х гг. каждый крупный город в США имел свой шикарный ночной клуб.

В 1959 г. в Америке открылся первый элегантный ресторан, не подражающий французским образцам, – *Four Seasons* (предлагалось сезонное меню). После Второй мировой войны Северная Америка, где наблюдался быстрый рост числа отелей и кофеен, стала лидером в этой отрасли.

В 1950-е гг. динамично развивались как воздушные, так и наземные транспортные средства. Межконтинентальные рейсы самолетов теперь осуществлялись не только более часто, но и требовали гораздо меньше времени. В 1958 г. *Boeing-707* сделал такие рейсы еще более короткими. Авиакомпания *Pan-Am* начала предлагать пассажирам ежедневные рейсы из Нью-Йорка в Париж продолжительностью всего в восемь часов. В это десятилетие появился еще один феномен – *рестораны быстрого питания*.

В современном мире благодаря быстрому экономическому развитию и постоянным техническим новшествам туристу покоряется широчайший выбор мест на любой вкус и запросы, в которых можно пообедать, отдохнуть, развлечься.

1.2 Развитие мировой индустрии гостеприимства на современном этапе

Мировое гостиничное хозяйство насчитывает более 350 тыс. комфортабельных отелей с более чем 14 млн номеров (26 млн мест). При этом наблюдается ежегодный прирост количества номеров на 3–4%.

Индустрия гостеприимства развивается под воздействием ряда факторов, которые можно разделить на две группы: **внешние и внутренние**. Внешние определяются воздействием компонентов окружающей действительности, не связанных с функционированием индустрии гостеприимства. Внутренние факторы непосредственно связаны с особенностями организации и функционирования предприятий индустрии гостеприимства.

К внешним факторам относятся:

- политико-правовые;
- безопасность путешествий;
- экономические и финансовые;
- культурные;
- инфраструктурно-коммуникационные;
- социально-демографические;
- развитие торговли;
- технологические;
- материально-технические.

Политико-правовые факторы. Если государство заинтересовано в развитии туристской отрасли, это выражается в общей концепции приоритетного развития индустрии гостеприимства, в принятии законодательных и нормативных актов, стимулирующих и регулирующих развитие туризма и гостиничного хозяйства, а также в финансово-экономических мерах по поддержанию и развитию инфраструктуры размещения, питания, строительству гостиниц и развитию индустрии гостеприимства.

Фактор безопасности путешествий. По мере развития туризма вопросы безопасности занимают все большее место. Для туристов развитых стран стало нормой ожидать от правительства стран, заинтересованных в приеме гостей, осуществления надлежащих мер по обеспечению безопасности жизни и здоровья туристов в местах отдыха, средствах размещения и на транспорте. Путешественники особое внимание уделяют и санитарному состоянию средств размещения и предприятий общественного питания в посещаемых странах.

Экономико-финансовые факторы. На индустрию гостеприимства оказывают влияние как макроэкономические, так и микроэкономические факторы. Макроэкономическая нестабильность, рост безработицы и инфляции часто приводят к тому, что население предпочитает воздерживаться от туристских поездок. В странах, где доходы от туризма составляют значительную долю ВВП,

инвестиции направляются на строительство новых гостиниц и улучшение инфраструктуры туризма. Уровень цен на туристские услуги рассматривается как один из важных факторов, определяющих выбор места отдыха. В вопросах финансового регулирования для туризма наибольшее значение имеет валютный курс, простота и доступность валютного обмена.

Культурные факторы. Культурная среда – один из тех ресурсов, который приводит к генерированию массовых туристских потоков. Туристы посещают определенные места, имеющие мировую культурную ценность. Их также интересует жизнь и быт других народов, поэтому для них представляет интерес выступление местного хора, ансамбля, элементы народного быта, фольклора, народных забав, игр, развлечений, праздников. В связи с этим предприятия размещения часто делают ставку на организацию экскурсионных и анимационно-досуговых программ, ориентированных на соприкосновение туристов с культурным наследием дестинации.

Инфраструктурно-коммуникационный фактор. Наиболее важное значение для туризма имеет состояние инфраструктуры транспорта, размещения и питания. С позиций индустрии гостеприимства, для развития международного туризма первостепенное значение имеет сложившаяся в туристской дестинации система предприятий размещения и питания. У туристов и постояльцев отелей не должно возникать и коммуникационных барьеров при налаживании контактов с персоналом отелей и получении необходимой для них информации.

Социально-демографические факторы оказывают большое влияние на развитие индустрии гостеприимства. В результате роста населения Земли увеличивается туристский потенциал мира, в гостиничную деятельность втягиваются новые трудовые ресурсы. К демографическим факторам также относятся: постоянно растущий взаимный интерес народов в разных странах, имеющих единый или родственный язык, либо связанных общностью истории и культуры; повышенный спрос на участие в специализированных поездках лиц одной профессии или общественной функции.

Для развития индустрии гостеприимства наибольшее значение играют возрастной, семейный и социальный состав населения. Различия в возрастном составе путешествующих привели к появлению специализированных средств размещения – для молодежи,

лиц среднего и пожилого возраста. Социальный статус туристов приводит к появлению гостиниц различных ценовых категорий, ориентированных на людей самого разного достатка. Важным фактором является и семейный состав путешествующих, что вызвало появление отелей для семей с детьми, гибкой системы скидков для туристов, путешествующих семьями и т. д.

Развитие торговли. Склонность к тратоголии характерна почти для всех без исключения туристов, желающих увезти из региона или страны сувениры, национальные изделия, поделки, печатную продукцию, карты, спортивный инвентарь, одежду. Большинство предприятий размещения осознали выгоду от развития торговли туристскими товарами, и практически каждый уважающий себя отель предлагает услуги по приобретению туристских товаров и выполнению туристских работ как в структуре комплексного гостиничного продукта, так и в качестве отдельных дополнительных услуг.

Технологические факторы. Достижения научно-технического прогресса широко используются в индустрии гостеприимства, и в частности в таких областях, как транспортные перевозки, системы дистрибуции и потребительская информация. Развитие телекоммуникационных технологий привело к созданию компьютеризованных систем бронирования, которые позволяют бронировать места в средствах размещения в режиме онлайн. Глобальные системы дистрибуции предоставляют легкий доступ миллионам пользователей: теперь потребитель сам может составить себе турпакет, провести необходимое бронирование и отправиться в путешествие по разработанному им самим маршруту.

Большое влияние на рост туризма и расширение его социальной базы оказывают *материально-технические факторы*. Особое место в туристской деятельности занимает индустрия размещения и питания. Уровень гостиничного и ресторанного сервиса играет немаловажную роль в обслуживании иностранных туристов. Но индустрия туризма, и в особенности индустрия размещения и питания, подвержена колебаниям спроса на туристские услуги в течение года, что несомненно приводит к возрастанию затрат на содержание предприятий размещения и питания и удорожанию их услуг.

Помимо внешних факторов, определяющих развитие международного туризма, выделяют группу *внутриотраслевых факторов*, к которым относятся:

- совершенствование гостиничного продукта;
- развитие сферы гостиничных услуг;
- создание гостиничных цепей и ассоциаций;
- развитие систем дистрибуции;
- фактор трудовых ресурсов;
- маркетинговые факторы;
- фактор сезонности.

Совершенствование гостиничного продукта. Гостиничный продукт является наиболее важным элементом турпродукта. В связи с этим большое внимание уделяется качеству и дальнейшей модернизации гостиничного продукта. Качество гостиничного продукта во многом зависит от состояния окружающей среды и инфраструктуры, в этом отношении велика роль туристских организаций: региональных туристских администраций, правительственных структур, профессиональных ассоциаций, которые могут объединить усилия для создания атмосферы гостеприимства, привлечь необходимые инвестиции.

Развитие сферы гостиничных услуг. В настоящее время гостиничный бизнес превратился в один из наиболее эффективно развивающихся сегментов туристского рынка. Гостиничные услуги все чаще предоставляются в виде комплексного гостиничного продукта, дающего туристу максимальное количество удобств, помноженное на гостеприимство и радушие персонала. Автономное существование гостиничных предприятий уже давно сменилось процессом интеграции отелей с предприятиями транспорта, связи, туроператорами и турагентами, экскурсионными и анимационно-досуговыми организациями.

Создание гостиничных цепей и ассоциаций. В последние десятилетия благодаря возникновению и развитию информационных технологий и коммуникаций крупнейшие гостиничные предприятия стали объединяться в гостиничные цепи с целью регулирования развития бизнеса, а также для роста и более равномерного распределения доходов. Известные гостиничные цепи Мариотт, Шератон, Холидей Инн, Аккор и многие другие служат гарантом качества предоставляемых туристам услуг. Широкое распространение получили и гостиничные ассоциации. Наиболее авторитетной организацией является Международная гостиничная ассоциация (МГА).

Развитие систем дистрибуции. Такие системы сводят в единую цепь поставщиков, продавцов и покупателей гостиничного продукта. Новые информационные технологии позволили значи-

тельно упростить систему дистрибуции гостиничных услуг, сделать ее более информативной и эффективной для всех участников. Современные системы дистрибуции легко адаптируются к нуждам покупателей, предоставляя им различные варианты размещения и дополнительных услуг.

Фактор трудовых ресурсов. Развитие индустрии гостеприимства способствует повышению занятости в развитых и развивающихся странах. При этом характерно то, что развитые страны и наиболее известные туристские дестинации (Турция, ОАЭ, Египет), испытывая нехватку в рабочей силе, активно импортируют рабочую силу из других стран мира. Так, в отелях Турции и Египта можно легко встретить аниматоров из России и Украины, экскурсоводов из Польши и Беларуси, переводчиков из Германии, Словакии и Казахстана.

Фактор маркетинга – это один из основных элементов деятельности любого предприятия размещения, ориентированного на прием туристов и предоставление им конкурентоспособных и качественных услуг. Грамотно разработанная маркетинговая стратегия отеля – ключ к его успеху в развитии бизнеса и победе в конкурентной борьбе. При этом в центре маркетинга любого предприятия гостеприимства должен находиться потребитель гостиничных услуг – турист.

Особое место занимает и *фактор сезонности*. Фактор сезонности оказывает весьма значительное влияние на функционирование любого предприятия размещения, так как гостиницы зависят, прежде всего, от мощности туристских потоков в дестинацию. Выделяют три группы факторов, оказывающих влияние на сезонность обслуживания: природно-климатические; особенности вида туризма; особенности труда и отдыха потребителей.

Сезоном для того или иного туристского района принято считать период года, когда ежемесячное количество прибывающих туристов превышает их среднемесячное число за год. В случае существования двух сезонов (чаще всего летнего и зимнего) между ними протекают межсезонные периоды. При наиболее высоком в году заезде пользуются термином «горячий сезон» (красный, высокий); период почти полного отсутствия туристов принято называть «мертвым сезоном» (синим, низким).

Если же рассмотреть сезонность более детально, то можно говорить о существовании в течение года пяти сезонов. Пик сезона

отмечается в течение незначительного периода времени – чаще всего одной-двух летних недель. Для него характерен максимум притока туристов в дестинацию. Пик сезона обычно выделяется в рамках горячего (высокого) сезона, характеризующегося значительным притоком туристов в дестинацию и продолжающегося в разных регионах мира от двух-трех недель до трех-четырех месяцев.

В ряде регионов мира выделяют так называемое межсезонье, которое соответствует весеннему и осеннему сезонам года. В это время характерен достаточно невысокий приток туристов в дестинацию и специализация на определенных видах туристской деятельности. Так, межсезонье позволяет развивать лечебный, спортивный, экстремальный, образовательный, деловой, научный туризм, но почти всегда исключает возможности организации пляжно-купального туризма.

В зимний сезон года отмечается значительное снижение туристского потока и настает так называемый синий или низкий сезон. Наступает «рынок покупателя», когда производители гостиничных услуг вынуждены снижать цены до минимального уровня для привлечения дополнительного количества туристов. Вместе с тем понятие синего сезона в высшей степени относительно, так как в этот период возможно развитие зимних видов туризма: спортивного, лыжного, а также экстремального, приключенческого, лечебного.

В пределах синего сезона выделяется мертвый сезон (продолжительностью в 2–3 недели), характеризующийся практически полным отсутствием притока туристов в дестинацию и оборачивающийся для большинства гостиничных предприятий стран или районов, специализирующихся на туризме, простоями и убытками. И только грамотная политика отеля вкупе с турфирмами может позволить привлечь туристов в дестинацию в период мертвого сезона.

К негативным последствиям сезонности можно отнести тот факт, что в течение большей части года основная масса мест в гостиницах практически остается невостребованной. Для привлечения туристов вне сезона или для развития еще одного сезона – зимнего – предприятия размещения вынуждены проводить гибкую ценовую политику или осваивать новые услуги. Расширению сезона способствует и предоставление бизнес-услуг – организация конференций, семинаров, встреч.

Вся совокупность факторов – как внешних, так и внутренних, формирует и определяет современные направления развития гостиничного и ресторанного бизнеса.

Еще в начале 50-х гг. XX в. возникли тенденции, которые со временем практически сформировали *современный гостиничный рынок и бизнес*.

Тогда только начинал использоваться опыт предоставления большими компаниями мелким собственникам права выступать на рынке от их имени и под их флагом. В английском языке подобные взаимоотношения крупного и мелкого бизнеса называются *franchising* (франчайзинг).

Определяющая тенденция развития мирового гостиничного хозяйства в 90-х гг. – централизация управления. Практически все гостиничные цепи мира, независимо от их рейтинга, подверженные жесткой конкуренции, искали любые возможности для увеличения своего потенциала. В 1992–1996 гг. лидером рейтинга была *Hospitality Franchise System* (HFS). В этот период ей удалось поглотить такие большие компании, как *Ramada Inns* и *Howard Johnson*.

В конце XX в. явным образом набирал темпы процесс *централизации управления Cendant Corp.*, возглавившего рейтинг гостиничных цепей. Если за 1970–1991 гг. *Holiday Inns* увеличил контроль в гостиничном хозяйстве только на 106 тыс. номеров, то в 90-х гг. контроль лидера возрос уже до 214,8 тыс. номеров. Увеличение наблюдалось во всех ранговых позициях рейтинга. В 1970 г. первая десятка рейтинга объединила 4987 отелей на 502,4 тыс. номеров, в 1991 г. – уже 13 813 отелей на 1847 тыс. номеров, в 1999 г. – 25 827 отелей на 3083,9 тыс. номеров. Только в 90-х гг. число контролируемых номеров выросло почти в 1,7 раза, или на 1236,7 тыс.

Централизация управления в мелких гостиничных цепях происходит интенсивнее, чем в больших. К централизации менее склонны управленческие компании (*Consortia*). Здесь лидером до недавнего времени была *Utell International*, контролировавшая в 1992 г. 1360 тыс. номеров, в 1997–1998 гг. ее сменила *REZ Solutions Inc.* (1560 тыс. номеров), а в 1999 г. – *Pegasus Solutions* (1803 тыс. номеров).

Процесс *укрупнения гостиничных цепей* основывается, прежде всего, на развитии системы франчайзинга (приблизительно 80%

отелей входят в цепи на правах франчайзинга). В 1999 г. из 6315 отелей, управляемых *Cendant Corp.*, 6258 входили в эту компанию на условиях франчайзинга. *Bass Hotels & Resorts* руководит всеми своими 2886 отелями только на таких условиях. Из 1880 отелей более известной компании *Marriott Int.* 998 также имеют франчайзинговые соглашения. А из 716 отелей *Starwood Hotels* по данной системе работают 299.

В начале 90-х гг. лидерами по международной туристской деятельности были *Accor* (представлены в 83 странах); *ITT Sheraton* – в 61 стране; *Holiday Inns* – в 55 странах; *Inter-Continental*, *Best Western Hotels* – в 47 странах. *Bass Hotels* имеет отели в 98 странах, *Best Western Int.* – в 84 странах, *Starwood Hotels* – в 80 странах, *Carlson Hospitality Worldwide* – в 57 странах, *Marriott Int.* – в 56 странах, *Hilton Int.* – в 53 странах, *Forte Hotel Group* – в 51 стране. Многие гостиничные цепи стремятся территориально расширить свою деятельность.

Процесс увеличения значения гостиничных цепей в управлении мировым гостиничным хозяйством характеризуется важным *противоречием*: с одной стороны, укрупняются лидирующие на рынке гостиничные цепи, которые оперируют во многих странах, с другой – все больше стран создают собственные гостиничные цепи, которые успешно конкурируют с интернациональными монополиями.

Кроме гостиничных цепей, на мировом туристском рынке активно *функционируют специфические объединения*, основная цель которых – выявление лучших представителей гостиничного бизнеса. Например, с 1928 г. проводит работу по определению лучших отелей мира международная корпорация «Ведущие отели мира» – *The Leading Hotels of the World*. Она ежегодно помещает данные о лучших предприятиях в своем специальном каталоге. Международная организация «Привилегированные отели и курорты мира» проводит такую работу более 30 лет. С 1968 г. функционирует международная гостиничная ассоциация «Самые тихие отели мира», штаб-квартира которой находится в Париже. При вступлении в эту ассоциацию оцениваются три критерия: естественная и приятная окружающая среда; уютное здание и интерьер отеля с характерным видом; гостеприимность, кухня. Вопросы координации функционирования гостиничных цепей и

ассоциаций независимых отелей и ресторанов в Европе занимается Конфедерация национальных ассоциаций отелей и ресторанов Европейского экономического сообщества.

1.3 Гостиничный комплекс Республики Беларусь: состояние и основные направления развития

В последние десять лет в большинстве стран ЕврАзЭС наблюдается гостиничный бум. Индустрия гостеприимства в целом и туристический бизнес в Республике Беларусь является перспективным направлением развития. Сфера гостиничных услуг остается одним из наиболее динамично развивающихся секторов экономики Беларуси. Рынок гостиничных услуг является ненасыщенным и достаточно привлекательным для иностранных отельных операторов. Свободные ниши позволяют им уверенно войти на белорусский рынок и проводить политику расширения своего влияния в отрасли.

Ежегодно Республику Беларусь посещает более 6 млн человек, из них примерно 30% – организованные туристы. Существует и поток внутренних туристов – ежегодно около 2 млн человек.

Лидирующие сектора – это гостиницы и экскурсионные услуги. В Беларуси насчитывается 375 гостиниц и гостиничных и туристско-гостиничных комплексов (331 гостиница, 37 гостиничных комплексов, 7 туристско-гостиничных комплексов) и 155 объектов иного типа (мотели, кемпинги и прочее). Подавляющее большинство представляет собой гостиницы, не имеющие категорий. Они составляют порядка 85% от общего числа гостиниц и гостиничных комплексов. Сертифицировано всего 54 гостиницы и гостиничных комплекса: 8 гостиниц класса 5 звезд («Президент-отель», «Европа», «Краун Плаза», «Пекин», «Мариотт», «Хилтон», «Ренессанс», «Бута»); 5 гостиниц и 1 туристско-гостиничный комплекс класса 4 звезды («Виктория», «Минск», «Виктория-Олимп», «Монастырская», «Губернский», «На Замковой»); 23 гостиницы, 8 гостиничных комплексов, 1 туристско-гостиничный комплекс класса 3 звезды, 12 гостиниц класса 2 звезды и 1 гостиница класса 1 звезда.

Минск выступает в качестве культурной, деловой и спортивной столицы страны и обладает соответствующей гостиничной инфраструктурой. В Минске располагается порядка 40 сертифицированных гостиниц и гостиничных комплексов, при этом 8 из них – гостиницы класса 5 звезд, имеющиеся пока только в Минске.

С вводом новых гостиниц гостиничный рынок категории 3–5 звезд в Минске приблизился к показателям аналогичных рынков столиц стран-соседей. Соответствующий номерной фонд Минска (3596 номеров) превысил номерной фонд в Вильнюсе (3329), и составил около 70% номерного фонда в Риге (5074) и 58% номерного фонда Таллина. Средний уровень загрузки в гостиницах Минска составляет 30%, также наблюдается значительный рост предложения (открывается большое число новых гостиниц, снижаются цены на проживание, сокращается и превышение цен по сравнению с ближайшими столицами).

Большинство гостиниц в Беларуси являются государственными. Международные гостиничные бренды представлены только в Минске: *IBB (IBB Hotels)*, *BonHotel*, *Hampton by Hilton* и *Hilton Doubletree (Hilton World Wide)*, *Crowne Plaza (IHG Hotels)*, *Renaissance (Marriott International)*, *Marriott (Marriot International)*, *Hyatt Regency (Hyatt Hotels Corporation)*. Белорусским гостиничным брендом является «Виктория», под таким названием на сегодняшний день работают три гостиничных комплекса.

Предложение на гостиничном рынке Республики Беларусь формируется за счет нескольких источников:

- крупные гостиничные комплексы (номерной фонд – более 50 номеров) частной, иностранной, государственной и смешанной формы собственности;

- малые гостиницы (номерной фонд – до 50 номеров) частной, иностранной и смешанной формы собственности;

- сельские гостиницы (агроусадьбы) частной формы собственности (порядка 85–90% всего объема – предложения агроусадьб) в виде частных домовладений, гостиниц (номерной фонд – до 15 номеров), загородных комплексов;

- санаторно-курортные организации (санатории, базы отдыха и др.);

- иные объекты размещения гостей: кемпинги, хостелы и прочее.

Общемировая тенденция создания малых частных гостиниц не получила широкого развития в Беларуси. Между тем развитие гостиничного бизнеса в малых городах является приоритетной задачей Национальной программы развития туризма. Одним из способов стимулирования развития гостиничного хозяйства в районных центрах Республики Беларусь является развитие событийного и культурно-массового туризма, а именно проведение республиканского фестиваля-ярмарки «Дажынкi».

Минск является культурным, спортивным и деловым центром Беларуси, привлекающим наибольшее количество туристов, что отражается в концентрации наибольшего количества гостиничных предприятий. В Минске представлены все типы гостиничных предприятий, включая частные отели и сегмент апартаментов, сформированный за счет жилищного фонда, расположенного в основном в центральной части города. Основной номерной фонд Минска сконцентрирован в сегменте гостиниц 3 звезды. Большинство существующих гостиничных комплексов имеют государственную форму собственности (или смешанную со значительной долей государства). Лишь некоторые новые объекты, открытые в 2014 г., имеют частную форму собственности. Исключение представляет гостиничный комплекс международной гостиничной сети *Crowne Plaza*, который был открыт еще в 2008 г.

За 2009–2011 гг. в Минске не было построено ни одной гостиницы. В 2008 г. была реконструирована гостиница «Европа»; в 2007 г. начала функционировать гостиница «Виктория». В 2011 г. на рынке были представлены новые проекты и начато строительство нескольких гостиниц. В 2012 г. была открыта только 1 гостиница – «Гарни» (класс 3 звезды). В 2013 г. введена гостиница 5 звезд «Президент-Отель». В связи с проведением Чемпионата мира по хоккею, наибольший прирост на рынке гостиничных услуг произошел в 2014 г. – открыты 5-звездочная гостиница «Пекин», 4-звездочная гостиница *Renaissance Minsk Hotel*, 4-звездочная гостиница «Виктория-Олимп», реконструирована гостиница «Беларусь» (3 звезды), открыты 3-звездочные гостиницы «На Замковой», «Арена», «Славянская» и отель «Монастырский», несколько 2-звездочных гостиниц («Ист Тайм», «Спорт Тайм», «Холт Тайм») и др.

Основными источниками, формирующими спрос на гостиничном рынке, выступают деловые контакты, активный и познавательный туризм, выставочные и зрелищные мероприятия национального и международного уровня. Основным центром привлечения гостей является крупнейший город страны – Минск (при этом туристический поток распределяется по всей территории страны).

Ценообразование на рынке свободное, регулируется лишь рыночными механизмами и зависит в основном от уровня гостиницы, ее расположения, набора основных и дополнительных

услуг, а также эффективности реализуемых маркетинговых мероприятий.

В Беларуси действуют Санитарные правила и нормы, устанавливающие санитарно-гигиенические требования к устройству, отделке, оборудованию и содержанию гостиниц и прилегающей к ним территории. Требования Санитарных правил распространяются на все действующие, проектируемые, строящиеся, реконструируемые и эксплуатируемые гостиницы, независимо от формы собственности.

С 15 июля 2008 г. в Республике Беларусь введено обязательное подтверждение соответствия (сертификация) услуг гостиниц и мотелей, заявленных к оценке по категориям. Это означает, что гостиницы, которые желают получить соответствующую категорию или уже объявили потребителю о ней (т. е. указали в информации о гостинице, в рекламе, на фасаде или на вывеске), должны пройти сертификацию в Национальной системе подтверждения соответствия. Для этого им необходимо обратиться в орган по сертификации услуг гостиниц. Таким образом, сертификация гостиниц в республике является добровольной для тех, кто работает «без звезд».

Проводятся мероприятия по обеспечению сферы туристских услуг высококвалифицированными кадрами, научно-методическими и рекламно-информационными материалами. Модернизируется материально-техническая база данной отрасли услуг, создается современная служебно-проводящая сеть.

Главными проблемами в функционировании рынка гостиничных услуг Беларуси сегодня являются:

- тенденция заполнения отечественных рыночных ниш иностранными операторами;
- отсутствие национального белорусского оператора на современном этапе развития рынка в Беларуси;
- сегмент гостиниц уровня трех звезд и ниже остается в Минске, как и в целом в Беларуси незаполненным и представлен в основном предприятиями с весьма низким уровнем обслуживания и скудным набором услуг;
- по-прежнему острой остается проблема эффективного менеджмента для национальных гостиниц – переход от административных методов управления к рыночным.

1.4 Мировой и европейский ресторанные рынки

Ресторанный бизнес сегодня занимает одну из крупнейших долей потребительского рынка в мире. Наиболее полно он представлен в странах Западной Европы, США и Юго-Восточной Азии. Согласно данным Международной ассоциации гостиниц и ресторанов в мире насчитывается более 8 млн предприятий общественного питания с количеством занятых более 48 млн человек. Мировые обороты ресторанного бизнеса оцениваются приблизительно в 1,5–2 трлн долл. США в год, и примерно треть из этой суммы приходится на Соединенные Штаты. Ресторанный бизнес США является лидирующим в мире, ресторанным бизнесом здесь занято примерно 10% населения страны, по его пути развития идет индустрия общественного питания в других странах.

Индустрия питания в США разнообразна и включает как элитные рестораны, так и менее дорогие заведения для среднего класса, а также простые фаст-фуды, предназначенные для наименее богатых слоев населения. Таким образом, охвачены все ценовые ниши. Наличие предприятий питания на все вкусы способствует тому, что на еду вне дома американцы расходуют в среднем до 15% своего дохода. Всего по стране насчитывается около 1 млн заведений общественного питания. Например, в самом крупном городе США – Нью-Йорке – имеется более 35 тыс. предприятий общественного питания, из которых 17 тыс. ресторанов и 10 тыс. баров.

Еще одна тенденция современного ресторанного рынка – в последнее десятилетие происходит значительное увеличение количества и размеров ресторанных цепей в мире. Несомненным лидером здесь выступают США, чьи ресторанные цепи проводят активную маркетинговую политику за пределами своей страны. Их успех связан с большим количеством американских туристов и американцев, проживающих за рубежом, а также огромным количеством иностранцев, в различное время работающих или обучающихся в США. Особенно быстро растут цепи ресторанов, основной продукцией которых являются гамбургеры и пицца.

Если еще двадцать лет назад (в 1997 г.) восемь из десяти ресторанов в США представляли собой независимые предприятия, а два являлись членами сети ресторанов, теперь это соотношение

изменилось в пользу крупных сетей. И сетевая форма ведения ресторанного бизнеса впервые появилась в США. Наиболее крупными сетями в США являются *McDonald's* с общим числом ресторанов более 32 тыс. (в связи с быстрым развитием сети эта цифра постоянно растет), а также *KFC*, *Pizza Hut*, *Red Lobster*, *Subway*, *Starbucks* и т. д. Эти сети с общим числом более тысячи ресторанов активно развиваются и имеют свои заведения и во многих других странах мира. В общем объеме ресторанных цепей более 40% составляют сэндвичи. Согласно классификации, составленной *NRN Research*, в категорию сэндвичей включаются: гамбургеры, подаваемые в ресторанах «Макдональдс», французские сэндвичи, подаваемые в «Сабвэй», и т. д.

Кроме того, получил широкое распространение франчайзинг, и сейчас более 15% из числа ресторанов полного обслуживания пользуются чужими торговыми марками. Франчайзинг признан одной из наиболее эффективных форм развития и расширения бизнеса. Так, в США около 75 тыс. франшизных точек, а на одного франчайзера приходится в среднем 230 франшизных точек (по данным *Opportunity Bulletin* – каталога предложений по франчайзингу). Каждые восемь часов в США создается новая франшизная точка. По данным Ассоциации малых предпринимателей США, если за пять лет 85% вновь открытых малых предприятий прекращают свое существование, то из малых предприятий, ведущих бизнес по франчайзингу, – только 16%. В США франчайзинг в сфере быстрого питания и ресторанов суммарно занимает 26% от рынка франчайзинга. Крупнейшая франчайзинговая сеть быстрого питания *Subway* насчитывает около 20 тыс. франшизных точек, *McDonald's* – около 10 тыс.

Следует отметить, что ресторанный бизнес показывал хорошие темпы роста в течение прошедших 15–20 лет даже несмотря на общий спад и мировой, и американской экономики в это время. Наибольший показатель роста доходов и увеличения количества ресторанов имеет рынок небольших ресторанов *Quick&Casual*. Их отличительными чертами являются высокие качество и уровень обслуживания, традиционность приготовления блюд, сочетающиеся с уменьшенным количеством позиций меню, более демократичные цены и внутреннее оформление. Эти рестораны представляют среднее звено между ресторанами фаст-фуда и дорогими. Таким образом, основным конкурентным преимуществом здесь является свежеприготовленная и качественная пища по невысоким ценам.

Лидируя по общему количеству ресторанов, США имеют также один из самых высоких показателей среди стран Европы и Северной Америки по числу ресторанов на тысячу жителей. Но при сравнении с европейским ресторанным рынком выявляется, что в Париже и Праге количество ресторанов на тысячу жителей значительно превышает аналогичный показатель, например, в Нью-Йорке. Но следует учесть, что эти города являются не только крупными административными, но и туристическими центрами, посещаемыми большим количеством людей с высокими доходами, что значительно повышает спрос на ресторанные услуги.

На европейском рынке услуг питания два сектора занимают доминирующее положение – кейтеринговые компании и крупные брэнды предприятий быстрого обслуживания.

Кейтеринг – отрасль общественного питания, связанная с оказанием услуг на удаленных точках, включающая все предприятия и службы, оказывающие подрядные услуги по организации питания сотрудников компаний и частных лиц в помещении и на выездном обслуживании, а также осуществляющие обслуживание мероприятий различного назначения и розничную продажу готовой кулинарной продукции. На практике под кейтерингом подразумевается не только приготовление пищи и доставка, но и обслуживание, сервировка, оформление стола, разлив и подача напитков гостям и тому подобные услуги (приготовление пищи в помещении; приготовление пищи вне помещения; выездное ресторанное обслуживание), контракт на поставку (доставка в офис), розничная продажа готовой кулинарной продукции, VIP-кейтеринг, кейтеринг напитков и коктейлей (выездной бар), авиа кейтеринг – бортовое питание, концертный кейтеринг (выполнение требований райдера артистов) и другие.

В Западной Европе и США сегодня наиболее динамичный сегмент рынка общественного питания – это заведения типа *Quick&Casual*. Это нечто среднее между фаст-фудом (*Quick Service*) и повседневным рестораном (*Casual Dining*). На американском рынке ежегодный прирост *Quick&Casual* составляет 17%, тогда как ресторанов – 4,9%, а фаст-фудов – только 2,1%.

Концепция *Quick&Casual* вобрала лучшее из фаст-фуда и ресторана. Она учла новые потребности и желания потребителей и на основе опыта и технологий, наработанных фаст-фудами, сформировала абсолютно новый подход к общественному питанию. Заве-

дения *Quick&Casual* от обычных ресторанов переняли высокое качество и традиционность кулинарии: использование свежих полуфабрикатов и выпечки собственного приготовления, жесткое табу на замороженные полуфабрикаты уже готовых блюд, разогреваемые в микроволновках, плюс высокий уровень обслуживания официантами и дополнительный пакет услуг, например, бесплатная парковка, городской телефон, свежая пресса, еда на вынос, детский игровой зал, кейтеринг и др.

Конечно, *Quick&Casual* имеет определенные черты и фаст-фуда: меньшее количество позиций меню при более демократичных ценах, скромность интерьера на манер обычного городского кафе. Таким образом, в *Quick&Casual* клиент получает почти ресторанную еду, но дешевле и быстрее, чем в традиционном ресторане. Для открытия нового *Quick&Casual*, по сравнению с фаст-фудом или рестораном, можно обойтись меньшими начальными и оборотными средствами и персоналом. Формат *Quick&Casual* очень удобен для продвижения в регионы. Это объясняется сравнительно низкими операционными расходами, простотой полуфабрикатов, а главное, такой ресторан может рассматриваться как место для достойного культурного отдыха.

В настоящее время в мире бурно развивается концепция ресторанов в крупных торговых центрах. Благодаря такому обслуживанию увеличивается как количество посетителей центра, так и время пребывания их в центре, что увеличивает объем продаж по разным оценкам на 10–30%. Например, в Великобритании насчитывается около 1000 таких ресторанов. Разновидностью этой концепции является концепция фудкортов или «двориков» в торговых центрах, где объединяется несколько кафе или ресторанов быстрого обслуживания.

Лидерство на рынке ресторанных услуг удержать крайне тяжело. Авторитетные организации ежегодно составляют рейтинги – локальные, национальные и мировые – и выявляют лучшие ресторанные заведения мира. Среди наиболее популярных ресторанных гидов выделяют:

– *Michelin* – «Мишлен» (Франция, Бельгия, Люксембург, Голландия, Швейцария, Испания, Португалия, Великобритания, Австрия, Чехия, Польша, Италия, Ирландия, США, Китай, Япония и другие страны);

– *GaultMillau* – «Гомийо» (Франция, Швейцария, Германия и др.);

- *Gambero Rosso* – «Гамберо Россо» (Италия);
- *The Restaurant Magazine* – «Ресторанный журнал» (Англия);
- *Ristoranti di Veronelli* – «Рестораны Веронелли» (Италия);
- *Le Pudlo Paris* – «Пюдло» (Франция) и т. д.

Например, рейтинг лучших ресторанов мира систематически формируется одним из самых авторитетных изданий о ресторанном бизнесе – британским журналом *Restaurant Magazine*. Британское жюри совместно с ресторанными критиками и представителями этой индустрии из различных стран мира отбирает по нескольким критериям лучших из лучших. Оценку ресторанного бизнеса осуществляет более 600 человек. Члены жюри лично дегустируют блюда и напитки в ресторанах 70 стран мира.

Посмотрим пример ресторана *El Bulli*, расположенного в маленьком каталонском городке Кала Монтжои на севере Испании, который с переменным успехом занимает первые строчки в рейтинге лучших ресторанов мира. Ресторан *El Bulli* отличается самым неудобным месторасположением, какое возможно для ресторана, и находится в живописной лагуне у самого моря. Для того чтобы добраться до него от Барселоны, необходимо потратить более трех часов. Этот ресторан удостоен трех звезд *Michelin*. Каждый год он создает более ста рецептов принципиально новых блюд-феноменов. Яства струятся жидким азотом, имитируют вкус снега и песка, взрываются прямо во рту, выпуская из носа едока сизый дым. Блюда могут принимать самую неожиданную форму, например, пузырьчатой субстанции серого цвета, напоминающей лягушачью икру, или черных брусков, надутых резиновых перчаток, направленных с поверхности тарелки к лицу гостя, либо круглой жестяной банки с надписью «*Iranian Caviar*» (икра приготовлена из дыни, но, чтобы никого не вводить в заблуждение, на крышке имеется пометка «*Imitacionel Bulli*»).

Ресторан *El Bulli* является не только лучшим гастрономическим заведением, но и самым недоступным рестораном в мире. Спрос превышает реальные возможности ресторана более чем в семьдесят раз. Ежегодно поступает около 600 тыс. заявок, тогда как ресторан может обслужить за год только 8 тыс. гостей. Ресторан работает только пять дней в неделю (выходные – понедельник и вторник) и исключительно вечером. В воскресные дни он открыт на ланч, но закрыт на ужин. К тому же шесть месяцев в году (с 1 октября по 29 марта) *El Bulli* вообще закрыт для посетителей.

Жесткая конкуренция на рынке ресторанного бизнеса вынуждает участников рынка внедрять все новые и новые нестандартные приемы для привлечения клиентов. Экстравагантность в концепции ресторана – один из таких способов.

Самые экстравагантные рестораны в мире. Первое место в мире по экстравагантности занимает ресторан *Marlon* (название означает на мандаринском наречии «туалет») в тайваньском городе Гаосюн. Данное заведение буквально окунает своих посетителей в атмосферу туалета. Вместо стульев стоят унитазаы с симпатично украшенными крышками, на стенах вместо ламп висят писсуары. Салфеток нет, рот и руки гости вытирают туалетной бумагой. В качестве столов используются накрытые стеклом раковины. Еду в ресторане подают в маленьких унитазаиках или же в мыльницах. Особой популярностью пользуются мягкие, коричневатого цвета блюда, например, шоколадное мороженое.

Нестандартные методы привлечения клиентов используют следующие рестораны:

– подводный ресторан *Itha* в отеле *Hilton* на Мальдивах; это первый в мире полностью остекленный ресторан, расположенный на глубине пять метров на коралловом рифе; в нем всего 14 мест; попасть сюда можно, пройдя по деревянному настилу и спустившись по винтовой лестнице;

– ресторан с водопадом в бангкокском *Benjarong*; в зале за звукопоглощающими стеклами плещется водопад, а гирлянды и многочисленные лампочки создают романтическую атмосферу отпуска; подается в ресторане в основном свежемороженая рыба;

– ресторан *Ellen's Stardust* с поющими официантами, посреди Бродвея в Нью-Йорке, который перенесет посетителей назад в 1950-е гг.; интерьер и меню ресторана соответствуют типичному «дайнеру» (придорожный ресторан) тех времен. Весь обслуживающий персонал – профессиональные певцы, развлекающие посетителей эстрадными номерами;

– ресторан *Jemma's Sea View Kitchen* на дереве в Спрейсайде на острове Тобаго; посетители обедают в кроне дерева; из ресторана открывается впечатляющий вид на остров, а заказать здесь можно рыбу, омаров и цыплят;

– ресторан-тюрьма *Bollesje*; в ресторане, располагающемся в бывшей тюрьме германского города Рюдесхайм, у гостей перед входом берут отпечатки пальцев и зачитывают правила поведения,

затем посетителям предлагается отведать «воровской коктейль» и надеть тюремную робу, в которой они на некоторое время погружаются в атмосферу тюремной жизни.

Самые дорогие рестораны мира. Самые дорогие рестораны мира систематически определяются журналом *Forbes*. Для этого выбирают сначала 25 городов вне Соединенных Штатов, а затем с помощью службы *Zagat Survey* в каждом из них определяют самый дорогой ресторан. Если уровень цен в ресторанах одинаков, то выбирают то заведение, где подается более эксклюзивная еда.

В городах, где не представлена служба *Zagat Survey*, принимаются во внимание рекомендации, которые дают своим гостям местные пятизвездочные отели. Список самых дорогих ресторанов мира в иерархической последовательности, начиная с самого дорогого, выглядит следующим образом:

– ресторан *Aragawa* (Токио). Ресторан получает свою знаменитую говядину с одной-единственной фермы, находящейся неподалеку. Он признан лучшим местом в Токио, где можно отведать мяса, которое подают только с перцем и горчицей, поскольку все остальные приправы считаются богохульством;

– ресторан *Arpege* (Париж). В меню ресторана преобладают овощи;

– ресторан *Eigensinn Farm* (Торонто). В двух часах езды к северу от Торонто находится легендарная частная ферма *Eigensinn Farm*. Все, что подают здесь в одноименном ресторане, выращивается, забивается и готовится прямо на месте. Местоположение ресторана не совсем удобное, однако это одно из самых необычных заведений общественного питания в Северной Америке;

– ресторан *Sketch* (Лондон). Здесь представлена новая французская кухня, которая позаимствована из парижского ресторана, трехзвездного «Мишлен», который принадлежит ресторатору. В ресторане безупречный сервис, собственный диджей и даже вращающаяся выставка искусств;

– ресторан *Petermann's Kunststuben* (Цюрих). Меню десертов меняется каждую неделю, но торт «Наполеон с ананасами» пользуется неизменной популярностью;

– ресторан *Tetsuya's Restaurant* (Сидней). Для того чтобы попасть в *Tetsuyas Restaurant*, нужно ждать больше месяца. Меню часто меняется, но такие классические блюда, как гаспачо с пряным томатным шербетом, тунец и жареная океанская форель, подают часто;

– ресторан *Vitrum* (Берлин). Декор ресторана *Vitrum* с колоннами из черного мрамора и люстрами из стекла Мурано напоминает венецианскую виллу. Меню в основном итальянское, много блюд приготовлено из рыбы;

– ресторан *Steirereck* (Вена). Он знаменит винным погребом с 35 тыс. бутылками вина, сырным погребом, хлебной картой, знаменитой на всю Европу, а также огромным выбором шербета. Для создания особой атмосферы владельцы ресторана перенесли в него древние балки и арки из одного из замков в Штирии;

– ресторан *Yamazato* (Амстердам). Знаменитый японский ресторан расположен в гостинице *Okura*;

– ресторан *Zalacain* (Мадрид). Когда ресторан открылся в 1973 г., он был аванпостом новой баскской кухни в Испании. Сегодня меню по-прежнему можно назвать инновационным. Оно включает экзотические дары моря и различную испанскую дичь. Гостям, как мужчинам, так и женщинам, предлагаются сигары. Для посещения ресторана обязательна строгая форма одежды.

Среди 20 самых дорогих ресторанов мира 15-е место занимает российский старинный московский ресторан «Савой», известный раньше как «Альпийская роза», где в начале XX в. располагался частный художественный клуб, в который входили артисты Большого и Малого театров.

Тенденции в питании – это в большей или меньшей степени стратегии для решения специфических маркетинговых задач развития ресторанного бизнеса. Новые задачи – результат социальных изменений – находят отражение в определенных продуктах, различных видах пищи и блюдах в меню ресторанов. В сложных, дифференцированных обществах – европейском и североамериканском – эти задачи достаточно сложны и дифференцированы. То есть то, что люди станут есть в будущем, определяется не одной, а множеством тенденций, одни из них подкрепляют и дополняют друг друга, другие же им диаметрально противоположны.

Можно выделить следующие *тенденции в питании*.

1. *Чувственная пища – жажда нового вкуса*. Значительный процент того, что люди едят, подверглось обработке до того, как попало на стол. Люди не могут попробовать продукт в его оригинальной форме, поэтому забывают, как пользоваться органами чувств, становится все труднее улавливать тонкости вкуса или запаха. Одновременно уменьшается способность наслаждаться, по-

тому что возможность делать это и различать вкусы и запахи не приходит автоматически. Этому нужно учиться, необходимо желание обучаться и время на получение опыта. Сегодня все больше и больше потребителей испытывают такое желание. Это реакция на недостаток впечатлений и стандартизацию вкуса промышленных продуктов. Новые гастрономические тенденции в духе Феррана Адриа («Мои рецепты стимулируют умственную деятельность») и Хестона Блюменталья учитывают это желание научиться полноценно использовать органы чувств. Раньше вкус и внешний вид продуктов были достаточно стандартными, сегодня же вкус блюд невозможно предугадать по внешнему виду. Молекулярная кулинария экспериментирует с границами восприятия, доступными нашим органам чувств, и приглашает сознательно ощутить вкус пищи.

2. *Хорошая «быстрая» пища – быстрое и полезное для здоровья удовольствие.* Противоречие между необходимостью быстро перекусить и желанием есть полезную пищу, получив при этом полноценные вкусовые ощущения, дает толчок новой тенденции. Хорошая «быстрая» пища сочетает функциональность американских ресторанов фаст-фуда с кулинарным качеством европейской кухни. Как продукт глобализации новая тенденция опирается на традиционную кухню разных народов мира. Это обеспечивает разнообразие свежих и полезных для здоровья блюд (богатых углеводами) даже в формате фаст-фуда, делая возможным невозможное: появляется «полезная "вредная" пища»: биобургеры и биодонер-кебабы, азиатская уличная еда и органические овощи, суши из выращенных на био-аквафермах ингредиентов. Популярность хорошей «быстрой» еды растет вместе с распространением тенденции к употреблению органической пищи и поддержанию здорового образа жизни.

3. *Пища для здоровья – новые возможности для клиентов, заботящихся о своем здоровье.* Сбалансированное питание играет здесь ведущую роль. Восприятие большинства клиентов основывается не на классических, научно подкрепленных аргументах, а на практическом, повседневном знании. Так, общеизвестна полезность растительной пищи. Традиционная кухня Востока особенно хорошо соответствует распространенным в западных обществах тенденциям: меньше жиров, меньше соли и в последнее время меньше углеводов.

Кроме того, в азиатской кухне значительная роль отводится стихиям и потокам энергии, что прекрасно гармонирует с западной тягой к эзотерике. Как следствие, азиатская кухня доминирует в сегменте здоровой пищи. Очень важны, особенно для потребителей из немецкоговорящих регионов, свежесть продуктов, а также большое содержание овощей. Тенденция к здоровому питанию привела и к возрождению разнообразных блюд из цельных продуктов (в отличие от традиционных вегетарианских продуктов). Также стремительно растет сегмент фруктовых и овощных соков.

4. *Этичная пища.* В последнее время многие задумываются над этическим аспектом не только в результате деятельности организаций по защите окружающей среды, но и вследствие многочисленных скандалов вокруг продуктов питания. Они привлекают внимание к сомнительным с точки зрения экологии методам разведения и выращивания, применяющимся в производстве говядины, свинины и курятины. Это открывает новые возможности для продукции, соответствующей критериям этичного производства.

Спрос значительно вырос благодаря расширению ассортимента и большей доступности экологических продуктов и продуктов *fair-trade*, которые предстают перед покупателем в более привлекательной упаковке. Целевая аудитория – люди, которые заботятся о собственном здоровье и окружающей среде (англ. LONAS – *Lifestyle of Health and Sustainability*) – постоянно растет, особенно в городах, и означает новый тип потребителя, ориентированного на здоровье и экологическую безопасность, не только в Европе, но и в США, где лидер рынка компания *Whole Foods* достигла невероятного успеха, пользуясь «моральным гедонизмом» высокообразованных и хорошо зарабатывающих потребителей. Сегодня объем американского рынка биодинамической пищи составляет 25–30 млрд долл. США в год – это лишь 6% общего объема рынка пищевых продуктов, но его доля растет в пять раз быстрее, чем доля других категорий продуктов.

5. *Аутентичная пища* – тяга к ручной работе и оригинальности. Еда и напитки теперь не просто предмет потребления. За ними стоит какая-то история. В современной повседневной жизни она редко бывает интересной. Совсем другое дело, когда речь идет о продукции региональных ферм, тесно связанной с землей и людьми, которые ее выращивают. Эти истории отвечают нашей потребности в уюте, безопасности и собственном доме и стремле-

нию получать новые впечатления в путешествиях. Тенденция к аутентичной пище – это реакция на глобализацию и порождаемые ею опасения. Аутентичная пища помогает потребителю сориентироваться, создает ощущение безопасности. Постоянно растет важность таких факторов, как прозрачность (гарантия качества источников продукции) и аутентичность (оригинальная продукция ручной работы).

Продукты с зарегистрированными наименованиями, такие как пармская ветчина, *Diepholzer Moorschnucke* (мясо молодого барашка) и *Steirisches Kurbiskemol* (масло из тыквенных семечек), продолжают занимать ведущие позиции на рынке. Сегодня в Европе существует более 600 видов продуктов, товарным знаком для которых является название места их происхождения. Большинство из них выпускается в популярных среди туристов регионах со сложившимся, узнаваемым кулинарным образом, где специфические характеристики местности удалось сделать частью продукта. Эта тенденция также помогает вновь открыть региональные блюда и предоставляет новые маркетинговые возможности в ресторанном секторе. Таким образом, растет важность региона по сравнению со страной в целом. На передний план выходят не немецкая, австралийская или французская кухни, а, например, умбурская, пьемонтская, эльзасская, штирийская или паннонийская.

6. *Пицца без примесей* – совершенно безопасная для аллергиков. Количество людей, страдающих от пищевой аллергии, стремительно растет с каждым днем. В Швейцарии от 2 до 4% населения обращаются к врачам с проблемой аллергии. На самом деле количество аллергиков гораздо больше. Эксперты предсказывают, что непереносимость продуктов питания, особенно среди детей и молодых людей, будет все более распространенным явлением. В принципе, любая еда, любой ингредиент может вызвать аллергию. Постановка диагноза осложняется тем, что большинство продуктов питания содержат несколько белков, каждый из которых может оказаться аллергеном. Следовательно, продукты, не содержащие конкретных аллергенов, имеют блестящие перспективы.

Кроме того, постоянно ведущиеся разговоры об эпидемии ожирения стимулируют развитие сегмента продуктов питания, не содержащих соли, сахара, жиров. Тенденция есть простую пищу, без примесей – диаметрально противоположная молекулярной кулинарии – также оказывает воздействие на ресторанный сектор:

простые рецепты и очень мягкие, не ухудшающие свойств пищи способы приготовления находят понимание даже у обычных потребителей «медленной пищи» и органических продуктов, которые ценят еду без примесей и четко определенную философию продуктов.

7. *Пища для настроения* – еда для управления эмоциями. Научные исследования указывают на взаимосвязь между состоянием психики человека и употреблением в пищу определенных продуктов, а также говорят о влиянии разных ингредиентов на перепады настроения. Были найдены диетологические приемы, помогающие стабилизировать настроение, особенно у людей, подверженных стрессу и склонных к депрессиям. Пищевая промышленность активно заказывает ученым исследования природных психотропных веществ в организме человека, таких как гормон серотонин и нейромедиатор допамин, чтобы разработать специальные продукты питания для управления эмоциями. Цель – иметь возможность обеспечить растущую целевую аудиторию (люди, подверженные стрессу и склонные к депрессиям) терапевтически эффективными продуктами для управления настроением.

Классическая пища для настроения, например шоколад, будет производиться и позиционироваться для специфических целевых групп. В зависимости от того, направлен продукт на мужчин, женщин или детей, батончик будет состоять из молочного или горького шоколада, в качестве начинки будут использоваться сливки, фрукты или орехи.

Кроме того, на сегодняшний день активно развивается такое направление, как молекулярная кухня. Молекулярная кухня, или молекулярная гастрономия, – направление исследований физико-химических процессов, которые происходят при приготовлении пищи. Она изучает механизмы, ответственные за преобразование ингредиентов во время кулинарной обработки пищи, а также социальные, художественные и технические составляющие кулинарных и гастрономических явлений в целом (с научной точки зрения). Молекулярной кухней называют модную тенденцию в кулинарии, обозначающую стремление готовить различные блюда с необычными свойствами и сочетаниями компонентов. Молекулярная кухня разрушает все традиционные представления о том, как должны выглядеть или подаваться те или иные блюда. Например, в бокал для шампанского наливается сначала горячий мятный

суп-пюре, а сверху – осторожно, чтобы не перемешать слои, – холодный гороховый суп. Возникает сразу тройной контрастный эффект: вкусовой, температурный и консистентный. Жидкий хлеб или мороженое из сельди, пельмени из прозрачного теста, зеленый чай, в котором «ложка стоит», или спагетти из холодца – все это можно отведать и в полной мере оценить на кухне поваров, которые работают по законам химии и физики.

Молекулярная кухня сегодня – самое популярное и модное направление гастрономии в Европе. Одно из главных условий развития такой кухни – наличие шеф-повара высочайшего класса. Секрет молекулярной технологии – пустить внутрь продукта как можно больше воздуха. Это помогает создавать почти невесомые блюда, которые имеют насыщенный, максимально раскрытый вкус. Клиент может с легкостью перепробовать полтора десятка позиций без особого вреда для здоровья. Сейчас это последнее слово в мире *haute cuisine*. По мнению экспертов, через пару лет все это станет более доступным и постепенно спустится на средний уровень.

Основоположником молекулярного направления считают парижского гастронома-химика и автора кулинарных томов Эрве Тиса, который с помощью добавления в дешевый зерновой дистиллят ванилина создал напиток, не отличимый по вкусу от элитного виски.

Если в традиционной кухне принято готовить быстро и при пиковых температурных значениях, то здесь многое делается при минимальной температуре и в течение довольно долгого времени. На кухне молекулярно-деструктивной гастрономии используются жидкий азот, вакуум, кислород и инертные газы, агар-агар, эмульгирование, центрифугирование и многое другое. Для лаборатории вещи незамысловатые, однако в домашней кухне их обнаружить крайне сложно. Поэтому молекулярная кухня – прерогатива профессионалов. Среди шеф-поваров, специализирующихся на молекулярной кухне – Ферран Адриа (совладелец ресторана *El Bulli*, который удостоен трех «мишленовских» звезд и первого места в рейтинге *The World's 50 Best Restaurants* по версии *Restaurant Magazine* и французской газеты *Le Figaro*), Хуан-Мари Арзак, Хестон Блументаль, Пьер Ганьер, Анатолий Комм (русский шеф-повар, удостоенный упоминания в международном гиде «Мишлен»).

1.5 Основные тенденции развития рынка ресторанных услуг в Республике Беларусь

Белорусский ресторанный рынок характеризуется динамичностью своего развития. В Беларуси наблюдается устойчивая тенденция роста количества заведений общественного питания и на сегодняшний день насчитывается около 13 тыс. объектов общественного питания. Данные по типам объектов общественного питания за 2010–2017 гг. представлены в табл. 1 (данные взяты с сайта belstat.gov.by).

Таблица 1
Объекты общественного питания по типам за 2010–2017 гг.
(на конец года; единиц)

Объекты общественного питания	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Всего	11 965	12 029	12 065	12 011	12 179	12 545	12 779	12 978
В том числе:								
рестораны	437	463	480	505	543	539	516	516
рестораны быстрого обслуживания	30	40	43	55	70	85	112	143
кафе	1 582	1 641	1 700	1 753	1 857	1 936	1 915	1 954
мини-кафе	741	767	742	752	889	1 020	1 154	1 241
столовые	5 009	4 873	4 826	4 695	4 649	4 668	4 627	4 592
бары	1 168	1 198	1 221	1 218	1 255	1 205	1 189	1 172
закусочные	861	768	731	676	572	539	533	558
кафетерии	695	778	797	838	855	958	975	969
буфеты и кофейни	1 442	1 501	1 525	1 519	1 489	1 595	1 758	1 833
Летние (сезонные) кафе	271	452	488	436	348	369	397	253
Магазины кулинарии	414	372	367	365	245	239	269	408

Показатель количества объектов общественного питания на 1 тыс. человек в Республике Беларусь составляет 1,4, в то время как в Италии – 5, России – 1, Китае – 6.

Наибольшее количество объектов общественного питания расположено в Минске, Гомельской и Минской областях. Данные представлены в табл. 2 (данные взяты с сайта belstat.gov.by).

Таблица 2

**Объекты общественного питания
по областям и г. Минску за 2000–2016 гг.**

Регион	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Республика Беларусь	8 721	8 875	8 772	8 688	10 033	10 531	10 775	11 052	11 422	11 651	11 965	12 029	12 065	12 011	12 179	12 545	12 779	12 978
Брестская область	1 128	1 204	1 246	1 140	1 418	1 476	1 565	1 558	1 681	1 709	1 713	1 764	1 714	1 681	1 677	1 724	1 758	1 749
Витебская область	1 361	1 374	1 311	1 225	1 610	1 612	1 614	1 657	1 612	1 704	1 742	1 764	1 742	1 681	1 749	1 768	1 739	1 703
Гомельская область	1 469	1 507	1 449	1 464	1 704	1 780	1 799	1 817	1 825	1 871	1 932	1 938	1 959	1 950	1 898	1 891	1 909	1 919
Гродненская область	1 091	1 105	1 077	1 185	1 185	1 204	1 212	1 256	1 269	1 271	1 279	1 246	1 264	1 232	1 204	1 274	1 264	1 298
г. Минск	1 240	1 254	1 310	1 343	1 421	1 501	1 551	1 628	1 785	1 806	1 930	2 012	2 046	2 148	2 372	2 488	2 594	2 767
Минская область	1 451	1 453	1 389	1 339	1 488	1 619	1 632	1 682	1 759	1 774	1 753	1 752	1 785	1 791	1 770	1 831	1 995	2 045
Могилевская область	981	978	990	992	1 207	1 339	1 402	1 454	1 491	1 516	1 616	1 553	1 555	1 528	1 509	1 569	1 520	1 497

Исходя из данных статистики, львиная доля заведений общественного питания приходится на столицу и крупные города. В городе Минске расположено порядка 1500 объектов общественного питания на 74 тыс. мест. Среди них насчитывается порядка 150 ресторанов, 350 кафе, порядка 300 баров и около 700 закусочных и кафетериев. Ежегодно в Минске открывается около 100 заведений общественного питания различных типов.

На рис. 1 представлена структура объектов общественного питания по типам за 2010–2017 гг. (данные взяты с сайта belstat.gov.by).

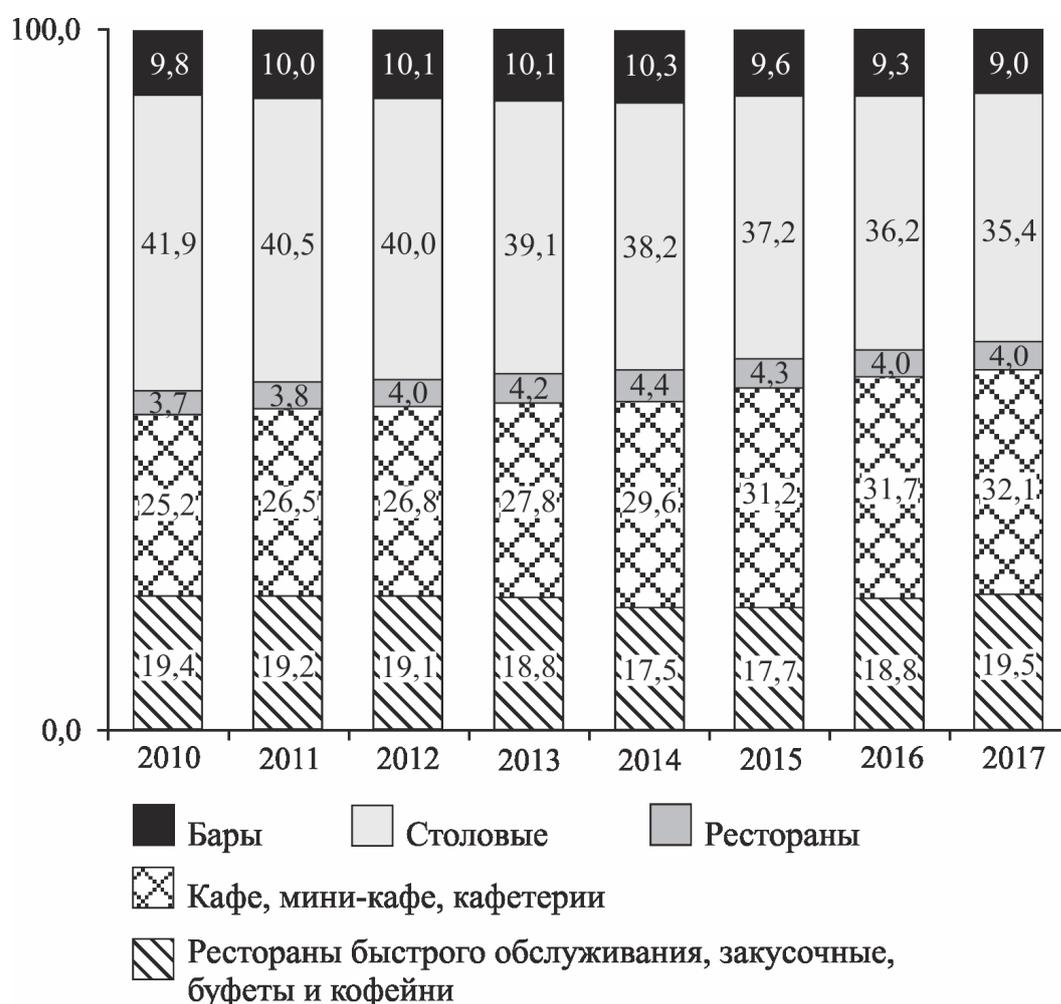


Рис. 1. Объекты общественного питания по типам в 2010–2017 гг., в процентах

В структуре объектов общественного питания по типам субъектов хозяйствования за 2013–2017 гг. преобладают крупные организации, их доля в общем объеме объектов общественного

питания составляет не менее 60%, и лишь незначительно сокращается за последние несколько лет. Стабильна доля микроорганизаций в общем объеме объектов общественного питания, она составляет порядка 15% и имеет тенденцию к росту. Доля средних и малых организаций в общем объеме объектов общественного питания составляет порядка 8 и 9% соответственно и не демонстрирует значительных изменений за указанный период. И лишь доля индивидуальных предпринимателей в общем объеме объектов общественного питания показывает неуклонный рост и за указанный период выросла более чем в 4 раза. Данные представлены на рис. 2 (данные взяты с сайта belstat.gov.by).

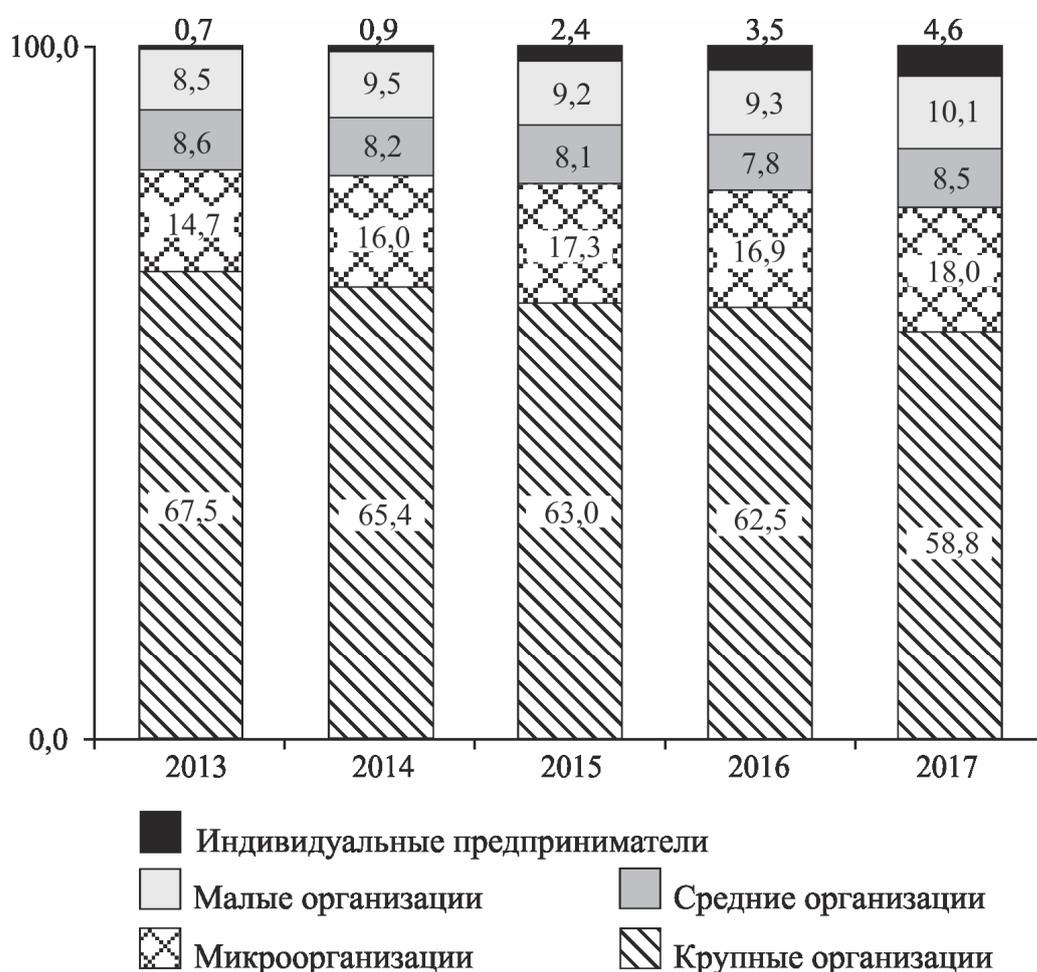


Рис. 2. Объекты общественного питания по типам субъектов хозяйствования в 2010–2017 гг., в процентах

Моментом зарождения белорусского ресторанного бизнеса считают 1993–1994 гг., когда в Беларуси появляются заведения «Стейкхауз», «Бергамо», «Вестфалия», «Испанский куток» и др.

В большинстве своем это были заведения формата элитных ресторанов с новой кухней, новым форматом и высоким уровнем обслуживания.

Следующим витком развития белорусского ресторанного рынка считают 1996 г., когда в страну пришли фаст-фуд рестораны известной американской сети *McDonald's*. В Минске открылись сразу три ресторана. Они привнесли новые стандарты в обслуживании клиентов, например «максимальное расчетное время обслуживания клиента в торговом зале не более 5 минут», не существовавшее до того. Сегодня это 5 ресторанов в Минске, 850 сотрудников. Белорусские рестораны *McDonald's* по-прежнему входят в число самых посещаемых в мире ресторанов этой сети.

К концу 1990 – началу 2000 гг. новый виток развития ресторанному рынку Беларуси придало появление заведений с форматом суши-баров.

С 2006 г. белорусский ресторанный рынок стал активнее осваиваться иностранными компаниями фаст-фуд сегмента. В Беларусь пришли рестораны *KFC*, «Сбарро», пиццерии «Темпо» и др.

Период 2009–2012 гг. характеризуется некоторым замедлением развития белорусского ресторанного рынка в связи с давлением на него последствий мирового экономического кризиса, проявившихся в снижении уровня доходов населения, ужесточением условий конкурентной среды ресторанного рынка, усилением контрольных мер за деятельностью субъектов ресторанного рынка.

Показатели развития ресторанного рынка в Республике Беларусь характеризуются своим отставанием от ближайших стран-соседей. Так, например, показатель количества ресторанов на душу населения в значительной степени отстает как от аналогичных показателей стран-соседей, так и от показателей европейского и мирового ресторанного рынка.

Для эффективного развития и качественного роста рынка национальному ресторанному бизнесу недостает финансовых ресурсов, как собственных, так и заемных (например, для приобретения и обслуживания франшиз). Наблюдаются трудности в области эффективного управления заведениями общественного питания, а также перекосы в сегментировании целевых рынков и позиционировании отдельных заведений. Так, участники белорусского ресторанного рынка предпочитают не разрабатывать собственную бизнес-идею и концепцию заведения общественного питания, а

аккуратно калькировать зарубежные аналоги, включая идею интерьера, меню, подходов к обслуживанию и пр.

Вместе с тем белорусский ресторанный рынок вызывает живой интерес у иностранных инвесторов из России, Литвы, Латвии и других стран, которые при верном подходе и адекватной оценке конъюнктуры белорусского ресторанного рынка размещают здесь свои заведения общественного питания и демонстрируют успешные показатели их функционирования.

На сегодняшний момент белорусский ресторанный рынок демонстрирует изменение потребительского спроса, которое в свою очередь и изменяет инфраструктуру рынка общественного питания. Например, на рынке появились и предлагают свои услуги такие объекты, как кафе для проведения мероприятий по заказам. Становятся востребованы заведения формата кофейни, количество которых увеличивается быстрыми темпами и начитывает более 350 единиц.

Наблюдается и тенденция популяризации заведений быстрого обслуживания. Так, за 2016 г. в структуре общего количества введенных в эксплуатацию объектов общественного питания более 50% составляют объекты быстрого обслуживания. Всего, согласно данным торгового реестра, в Беларуси работает 3208 таких объектов, их удельный вес составляет 40%, в том числе более 40 работают под мировыми брендами на основе франчайзинга.

Но и вместе с тем ежегодно по разным причинам (в том числе и убыточности) закрываются объекты ресторанного бизнеса. Только в 2016 г. прекратили функционирование 157 объектов, или 37,3% от количества введенных (за 2015 г. – 30%).

Несомненно, белорусский ресторанный рынок имеет огромный потенциал и перспективы развития, а имплементация зарубежного опыта – это первый шаг к высокоразвитому ресторанному хозяйству, соединяющему в себе как международные, так и национальные черты.



КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Назовите этапы становления и развития индустрии гостеприимства.
2. Охарактеризуйте основные направления развития мировой индустрии гостеприимства на современном этапе.

3. Какие внешние факторы воздействуют на развитие индустрии гостеприимства?
4. Какие факторы, воздействующие на развитие индустрии гостеприимства, относятся к группе внутренних?
5. Дайте характеристику гостиничному комплексу Республики Беларусь, назовите основные направления его развития.
6. Какие типы гостиничных предприятий представлены на белорусском рынке?
7. Что представляет собой мировой и европейский ресторанные рынки?
8. Какие современные тенденции в питании вы можете выделить?
9. Какие организации (крупные, средние, малые) преобладают в структуре объектов общественного питания по типам субъектов хозяйствования за 2013–2017 гг. в Республике Беларусь?
10. Каковы основные тенденции развития рынка ресторанных услуг в Республике Беларусь?



ТЕСТ-КОНТРОЛЬ

1. Индустрия гостеприимства развивается под воздействием ряда факторов, которые можно разделить на две группы:
 - а) устойчивые и нестабильные;
 - б) внешние и внутренние;
 - в) новые и старые;
 - г) современные и классические.

2. Система мероприятий и порядок их осуществления с целью удовлетворения разнообразнейших бытовых, хозяйственных и культурных запросов гостей туристских предприятий, их предупредительного обслуживания, предоставления ряда услуг – это:
 - а) гостиничный комплекс страны;
 - б) гостиничные услуги;
 - в) гостеприимство;
 - г) обслуживание.

3. Первые таверны появились в период:
 - а) Древний период (IV тыс. до н. э. – 476 г. н. э.);

- б) Средневековье (V–XV вв. н. э.);
- в) Новое время (XVI – начало XX в.);
- г) современный этап (XX в. – настоящее время).

4. Одна из первых гостиниц в Европе называлась:

- а) Отель Генриха IV;
- б) Отель королевы Елизаветы;
- в) Бон-отель;
- г) Таверна.

5. Внешние факторы развития индустрии гостеприимства определяются:

- а) воздействием компонентов окружающей действительности, не связанных с функционированием индустрии гостеприимства;
- б) особенностями организации и функционирования предприятий индустрии гостеприимства;
- в) государственной политикой в области гостеприимства;
- г) предприятиями гостиничного и ресторанного бизнеса.



ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Задание 1. Исследуйте совокупность внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на развитие индустрии гостеприимства в Республике Беларусь. Данные представьте в виде таблицы с пояснениями.

Задание 2. Исследуйте совокупность внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на развитие индустрии гостеприимства в Республике Польша. Данные представьте в виде таблицы с пояснениями.

Задание 3. Исследуйте совокупность внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на развитие индустрии гостеприимства в Литовской Республике. Данные представьте в виде таблицы с пояснениями.

Задание 4. Исследуйте совокупность внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на развитие индустрии гостеприимства в Латвийской Республике. Данные представьте в виде таблицы с пояснениями.

Задание 5. Исследуйте совокупность внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на развитие индустрии гостеприимства в Украине. Данные представьте в виде таблицы с пояснениями.

Задание 6. Исследуйте совокупность внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на развитие индустрии гостеприимства в Российской Федерации. Данные представьте в виде таблицы с пояснениями.

Задание 7. Исследуйте совокупность факторов, под влиянием которых развивается европейский ресторанный рынок на современном этапе. Данные представьте в виде таблицы с пояснениями.

Задание 8. Проведите исследование современного состояния рынка гостиничных услуг Республики Беларусь. Данные представьте в виде таблицы с подробными пояснениями.

ТЕМА 2

КЛАССИФИКАЦИЯ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ

2.1. Понятие средств размещения.

2.2. Характеристика средств размещения различных типов.

2.1 Понятие средств размещения

Средствами размещения туристов являются любые объекты, которые предоставляют туристам эпизодически или регулярно место для ночевки. В международной практике принята *Стандартная классификация средств размещения туристов*, разработанная экспертами Всемирной туристской организации (ВТО). По ней все средства размещения делятся на две категории: коллективные и индивидуальные.

Коллективное средство размещения – это любой объект, который регулярно или иногда предоставляет туристам размещение для ночевки в комнате или каком-либо ином помещении, при этом число номеров, которое в нем имеется, должно превышать определенный минимум, определяемый каждой страной. Причем все номера в данном предприятии должны подчиняться единому руководству, быть сгруппированы в классы и категории в соответствии с предоставляемыми услугами и имеющимся оборудованием.

Гостиницы при данном подходе рассматривают как главный, классический тип предприятий размещения, обладающий следующими специфическими признаками:

- состоят из номеров, число которых превышает определенный минимум, имеют единое руководство;
- предоставляют разнообразные гостиничные услуги, перечень которых не ограничивается ежедневной заправкой постелей, уборкой номера и санузла;
- сгруппированы в классы и категории в соответствии с предоставляемыми услугами, имеющимся оборудованием и стандартами страны;
- не входят в категорию специализированных заведений;
- ориентированы на свой сегмент путешественников;

– могут быть независимыми или входить в специализированные объединения (цепи).

Индивидуальные средства размещения – это собственные жилища (квартиры, виллы, особняки, коттеджи, комнаты, арендуемые у частных лиц или агентств, помещения, предоставляемые бесплатно родственниками или знакомыми).

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

Типовая классификация средств размещения рекомендована Всемирной туристской организацией. Средства размещения туристов по международным рекомендациям подразделяют на четыре группы:

1. Гостиницы и аналогичные предприятия.
2. Коммерческие и социальные средства размещения.
3. Специализированные средства размещения.
4. Частные средства размещения.

Структура средств размещения по группам представлена на рис. 3.



Рис. 3. Средства размещения туристов и путешественников

В состав каждой группы включен соответствующий перечень средств размещения, подробная характеристика которых приведена ниже.

2.2 Характеристика средств размещения различных типов

Группа первая: «Гостиницы и аналогичные предприятия». В эту группу средств размещения туристов и путешественников относят гостиницы, мотели, пансионаты, пляжные гостиницы, клубы с номерами, гостевые дома и прочие средства размещения. Первым и самым многочисленным среди предприятий размещения этой группы выделяют *гостиницы*. Гостиничные предприятия классифицируют по следующим критериям:

- 1) месторасположение;
- 2) продолжительность работы;
- 3) обеспечение питанием;
- 4) продолжительность пребывания;
- 5) уровень комфорта;
- 6) вместимость номерного фонда;
- 7) функциональное назначение;
- 8) уровень цен.

По *месторасположению* гостиницы могут быть:

– расположенные в черте города (в центре, на окраине). Центральными являются практически все гостиницы делового назначения, отели «люкс», гостиницы среднего класса;

– расположенные на морском побережье. В данном случае важной характеристикой принимается расстояние до моря (50, 100, 150, 200, 250, 300 м);

– расположенные в горах. Обычно это небольшие гостиницы в живописной горной местности на туристическом маршруте в наиболее удобном месте отдыха. В горной гостинице, как правило, содержится необходимое снаряжение для летнего и зимнего отдыха ее гостей, например альпинистский и горнолыжный инвентарь, подъемники и др.

По *продолжительности работы* гостиницы подразделяются на:

- работающие круглогодично;
- работающие два сезона;
- односезонные.

По обеспечению питанием различают:

- гостиницы, обеспечивающие полный пансион (размещение плюс трехразовое питание);
- гостиницы, предлагающие размещение и только завтрак.

По продолжительности пребывания гостей различают гостиницы:

- для длительного пребывания клиентов;
- для кратковременного пребывания.

Классификация гостиничных предприятий по уровню комфорта играет значительную роль в решении вопросов управления качеством гостиничных услуг. Уровень комфорта – это комплексный критерий, слагаемыми которого являются:

- состояние номерного фонда: площадь номеров (m^2), доля одноместных (однокомнатных), многокомнатных номеров, номеров-апартаментов, наличие коммунальных удобств и т. д.;
- состояние мебели, инвентаря, предметов санитарно-гигиенического назначения и т. п.;
- наличие и состояние предприятий питания: ресторанов, кафе, баров и т. п.;
- состояние здания, подъездных путей, обустройство прилегающей к гостинице территории;
- информационное обеспечение и техническое оснащение, в том числе наличие телефонной, спутниковой связи, телевизоров, холодильников, мини-баров, мини-сейфов и т. д.;
- обеспечение возможности предоставления ряда дополнительных услуг.

Вторым средством размещения в группе «Гостиницы и аналогичные предприятия» выделяют *мотели*. Это учреждения для приема туристов, путешествующих на автомобиле. Мотели представляют собой простые одноэтажные или двухэтажные сооружения малой или средней вместимости (до 400 мест), расположенные вне городской застройки, у автомагистралей. Для них характерен средний уровень обслуживания при небольшом количестве персонала (например, американская норма обслуживания – 11 человек на 100 номеров). Кроме того, предусмотрен полный комплекс технического сервиса: гаражи, стоянки для автомобилей, станции для заправки и ремонта и другие услуги.

Первые мотели появились в США. Первый мотель был построен калифорнийским архитектором Артуром Хайнеманом в

1925 г. в Сан-Луис Обиспо (штат Калифорния) – в городке, расположенном примерно в 200 милях от Лос-Анджелеса. В те дни до этого места приходилось ехать почти целый день. Хайнеман спроектировал свой мотель таким образом, что гости могли подъезжать к дверям своих одноэтажных бунгало или к прилегающему к бунгало гаражу. Таких бунгало было всего 40, и они стояли вокруг внутреннего двора. Как новая самостоятельная гостиничная концепция мотели получили развитие лишь в 50-е гг. В 1952 г. мотель был построен основателем цепи *Holiday Inn* Кеммонсом Уилсоном. Рост числа и популярности мотелей создал значительную напряженность в отношениях между владельцами существовавших в 50-е гг. предприятий размещения. Предпочтение, отдаваемое клиентами мотелям, делало многие небольшие традиционные гостиницы неконкурентоспособными. Некоторые были вынуждены прекратить свою деятельность. В отдельных случаях конкурентная борьба приобретала драматический характер. Признание наступило только в 60-х гг., когда владельцы традиционных отелей восприняли новую концепцию с полным осознанием ее необходимости в гостиничной индустрии США, что нашло отражение в принятии владельцами мотелей в Американскую ассоциацию мотелей и гостиниц.

Следующим средством размещения в группе «Гостиницы и аналогичные предприятия» выделяют **пансионаты**. Пансионат – средство размещения с номерами невысокой категории, популярное для проживания на более длительный срок, чем в других гостиницах. Располагаются преимущественно вдали от мест интенсивного движения транспорта, в живописном месте. В качестве дополнительных могут предоставляться медицинские услуги.

Следующим средством размещения в группе «Гостиницы и аналогичные предприятия» выделяют **пляжные гостиницы**. Это средство размещения предусматривает предоставление размещения, питания и ряда дополнительных услуг людям, стремящимся к отдыху и восстановлению здоровья. Наиболее популярным местом размещения таких гостиниц являются территории, предоставляющие возможности для отдыха и восстановления здоровья в естественных климатических и природных условиях: на морских побережьях, в горных районах и т. д. В структуре таких гостиниц в обязательном порядке должны быть предусмотрены помещения для оказания медицинских услуг лечебно-профилактического ха-

рактера, предоставления диетического питания, занятия спортом и активным отдыхом и др. Важнейшие проблемы, с которыми сталкиваются такие гостиницы, обусловлены сезонностью спроса, что в значительной степени сказывается на их загрузке. Многие курорты являются сезонными по своей сути (например, зимние или летние курорты). С целью выравнивания загрузки в период межсезонья в последние годы многие курортные гостиницы стали стремиться к созданию новых рынков, в частности, все большее внимание этих гостиниц обращено на обслуживание делового туризма, проведение различного рода культурно-массовых мероприятий, либо акцент на конкретные медицинские услуги.

Следующим средством размещения в группе «Гостиницы и аналогичные предприятия» выделяют *клубы с номерами*. Это гостиницы специализированного назначения с особой концепцией, например гостиницы спортивного назначения, предоставляющие туристам широкие возможности для занятия различными видами спорта (гольф-отели, отели для пловцов, отели с теннисными кортами и т. д.) или тематического отдыха. Это могут быть и небольшие закрытые гостиницы высокого класса, принадлежащие какому-либо клубу или обществу. Отель-клубы часто распространены в загородной зоне.

Еще одним средством размещения в группе «Гостиницы и аналогичные предприятия» выделяют *гостевые дома*. Понятие, широко используемое в сфере туризма, близкое к понятию гостиницы. В отличие от гостиницы, гостевой дом обладает набором параметров, которые делают условия проживания в нем приближенными к домашним. Это двух- или трехэтажные здания, общей площадью около 400 м² и количеством комнат порядка 10–20.

Также в качестве средства размещения в группе «Гостиницы и аналогичные предприятия» включена группа *прочие*, подразумевающая в себе любое из непоименованных выше средств размещения.

Следующей группой средств размещения туристов и путешественников является **Группа вторая: «Коммерческие и социальные средства размещения»**. Сюда включают такие средства размещения, как туристские базы, молодежные гостиницы, туристские гостиницы, туристские деревни, бунгало, предприятия социального туризма, другие средства размещения.

В качестве средства размещения в группе «Коммерческие и социальные средства размещения» выделяют *туристские базы*.

База туристская – это комплекс сооружений для размещения, питания, культурно-бытового времяпрепровождения, развлечений и активного отдыха туристов и экскурсантов, расположенный на маршруте с активными способами передвижения. Обычно принимает туристов, совершающих походы с активными способами передвижения: горные, водные, лыжные, пешеходные, велосипедные, конные. Как правило, туристские базы располагаются в живописных местах, в ущельях, на опушке леса и т. п.

Туристские базы оказывают услуги по предоставлению ночлега, питания, проката спортивного инвентаря, организации походов, ознакомлению туристов с местными достопримечательностями, предоставляют условия для профессиональной подготовки туристов-разрядников. Могут работать посезонно (летние или зимние) или круглогодично.

Следующим средством размещения в группе «Коммерческие и социальные средства размещения» выделяют *молодежные гостиницы*. Это гостиница, предоставляющая услуги размещения в многоместных номерах, услуги питания с ограниченным выбором блюд и (или) возможность самостоятельного приготовления пищи на необходимом для этого оборудовании, а также дополнительные услуги, включая развлекательные, образовательные мероприятия, в основном для молодежи.

Термин «молодежный хостел» в некоторых странах является защищенной торговой маркой предприятий размещения, принадлежащих ассоциациям, которые являются членами Международной Федерации Молодежных Хостелов (IYHF). Молодежные хостелы обычно предлагают размещение в многоместных комнатах и иногда предоставляют двухместные или семейные номера членам Национальной Ассоциации (либо отдельным лицам, либо группе лиц от организаций-членов), которая признается Международной Федерацией Молодежных Хостелов, или тем, кто купил членство в молодежном хостеле, входящем в Международную сеть Молодежных хостелов.

Следующим средством размещения в группе «Коммерческие и социальные средства размещения» выделяют *туристские гостиницы*. Туристская гостиница – это гостиница с узким перечнем услуг, быстрым и качественным питанием, рассчитанная на большую пропускную способность для потока туристов в среднем ценовом сегменте. Туристская гостиница, как правило, располагает-

ся на туристских маршрутах и принимает клиентов с этих маршрутов. Комплекс услуг, предлагаемых в туристской гостинице, формируется в соответствии с программой маршрута и заранее определяется ваучером или путевкой. Для организации обслуживания в структуре туристской гостиницы предусмотрены турбюро или бюро путешествий и экскурсий.

Следующим средством размещения в группе «Коммерческие и социальные средства размещения» выделяют *туристские деревни*. Деревня туристская – социально организованная территория, обеспечивающая отдых в естественной среде с использованием обособленных традиционных национальных средств размещения (изба) и питания. Например, концепция экологической деревни обеспечивает натуральное поведение туристов, наблюдение за домашними животными, другие элементы агрорекреационного комплекса.

Следующим средством размещения в группе «Коммерческие и социальные средства размещения» выделяют *бунгало*. Бунгало – небольшое строение из легких материалов, используемое для размещения туристов. Обычно в бунгало располагается от одной до трех жилых комнат, веранда, кухня, санузел. Есть необходимая бытовая техника, различная кухонная утварь и приспособления, вплоть до комбайна и посудомойки. Обязательно телевизор и телефон, может быть кондиционер. Иногда бунгало предлагают в качестве номера в крупных курортных отелях.

Следующим средством размещения в группе «Коммерческие и социальные средства размещения» выделяют *предприятия социального туризма*. Система социального туризма предполагает предоставление отдельным категориям населения не только льготных путевок, но и существенных скидок при размещении в гостинице, организации питания, также льгот на приобретение билетов на различные виды транспорта. Предприятия социального туризма полностью или частично осуществляют свою работу за счет бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей. Другими словами, социальный туризм – это любой вид туризма (познавательный, курортный, экологический, сельский и т. д.), расходы на который полностью или частично оплачиваются туристу из финансовых источников, предназначенных на социальные нужды.

Основной задачей предприятий социального туризма является организация бюджетных поездок для людей с низкими доходами. Главная цель социального туризма – создание условий для путешествий пенсионерам, инвалидам, ветеранам войны и труда, школьникам, молодежи и любым иным гражданам, которым государство, государственные и негосударственные фонды, иные организации оказывают социальную поддержку. В ряде стран социальный туризм развивается в виде «ассоциативного туризма», организаторами которого являются профессиональные союзы туристских компаний и ассоциации социального туризма. Типы потребителей услуг социального туризма и их краткая характеристика представлены в табл. 3.

Таблица 3

Потребители услуг социального туризма

Категория лиц	Тип учреждения туризма и отдыха	Предпочтительное время
Дети, учащиеся, молодежь	Полевые лагеря, лагеря труда и отдыха, детские турбазы, школьные спальные помещения, детские оздоровительные лагеря, детские оздоровительные центры, детские санатории, экологические лагеря	Каникулы
Студенческая молодежь	Туристические гостиницы, лагеря труда и отдыха, ведомственные гостиницы и дома отдыха, студенческие общежития	Каникулы
Малоимущие слои населения	Турбазы, гостиницы и дома отдыха для работников предприятий, санатории	Вне сезона и в сезон
Пенсионеры	Пансионаты для пенсионеров, турбазы, гостиницы и дома отдыха для работников предприятий, санатории	Вне сезона и в сезон
Инвалиды	Турбазы, дома отдыха, санатории	Вне сезона и в сезон

Также в качестве средства размещения в группе «Коммерческие и социальные средства размещения» включена группа *другие средства размещения*, подразумевающая в себе любое из непоименованных выше средств размещения в данной группе.

Группа третья: «Специализированные средства размещения». В эту группу средств размещения туристов и путешественников относят лечебные гостиницы, лагеря труда и отдыха, транс-

портные средства размещения, ротель, ботель, флотель, бастай, приюты, хижины, альпотели.

В качестве одного из средств размещения в группе «Специализированные средства размещения» выделяют **лечебные гостиницы**. Это средства размещения, предоставляющие медицинские услуги, чаще всего специализированные, включая лечение, оздоровление, профилактику и предупреждение заболеваний (вэлнестуризм). Лечебным (или бальнео) отелем может считаться гостиница, соответствующая минимальным нормам для гостиниц и располагающая собственным лечебным отделением либо являющаяся дополнением к медицинскому лечебному учреждению. Расположена такая гостиница, как правило, на базе природных лечебных факторов. Осуществляется осмотр врачом и терапевтические процедуры. Условия размещения жестко регламентируются требованиями и предписаниями Министерства здравоохранения.

Следующим средством размещения в группе «Специализированные средства размещения» выделяют **лагеря труда и отдыха**. Лагерь труда и отдыха – это комплекс средств размещения, питания и территория для общественно-полезной деятельности, как правило, сельскохозяйственного назначения. В лагере труда и отдыха предоставляется жилье, постельные принадлежности, хозяйственный, культурный и спортивный инвентарь, организовано питание. Это могут быть стационарные лагеря со спальными корпусами, душевыми, столовыми, спортивными площадками. Или палаточные лагеря. Иногда для размещения используются здания сельских школ, интернатов, общежитий. Пребывание в оздоровительных лагерях труда и отдыха организуется для обучающихся учреждений общего среднего, дополнительного образования детей и молодежи, достигших возраста 14 лет. Цель пребывания – приобретение детьми практических трудовых навыков, вовлечение в общественно полезную деятельность, формирование у детей навыков здорового образа жизни, создание условий для профессионального самоопределения, осознание детьми профессионального выбора, социальной значимости профессиональной деятельности.

Следующим средством размещения в группе «Специализированные средства размещения» выделяют **транспортные средства размещения**. С целью обслуживания автотуристов, которые путешествуют на мобильных средствах размещения, функционируют специальные трейлерные парки с соответствующей инфраструктурой.

рой для парковки и ремонта транспортных туристских средств, их санитарно-технического обслуживания в момент стоянок, предоставляются услуги электросети, пункты проката, заведения питания.

Следующим средством размещения в группе «Специализированные средства размещения» выделяют *ротели*. Ротель – передвижная гостиница, состоящая из специализированных вагончиков, имеющих несколько отделенных друг от друга отсеков, оснащенных спальными местами. В отсеках также имеются раздевалка, холодильник, туалет.

В конце 50-х гг. немецкий предприниматель Георг Хельтль придумал систему *Rotel* – путешествие в передвижных автобусах-гостиницах. Днем туристы могут купаться и нежиться на пляжах, совершать пешие экскурсии и восхождения, а ночью их ждут комфортабельные номера. Через некоторое время передвижной отель может переместиться в другую местность и даже другую страну. Ночевка в кабине-спальне позволяет совершать независимые и индивидуальные туры, это подтверждает более чем полувековой опыт использования передвижных отелей компанией *Rotel Tours*. Продолжительные автобусные экспедиции вряд ли были бы возможны без спальных отсеков *Rotel*, позволяющих создавать приемлемый комфорт в полном абстрагировании от туристической инфраструктуры. Спальные отсеки размещаются в задней части специального автобуса, либо следуют за автобусом как отдельный прицеп. Спальный отсек во время движения закрыт и недоступен для туристов. Однако после прибытия на место спальное пространство бывает готово уже через пять минут. Ночевки иногда происходят в окружении дикой природы.

Каюты в ротелях предусмотрены одно- и двухместные. Габариты одноместной – $0,9 \times 0,9 \times 1,83$ м, каюты располагаются в спальном отсеке в три этажа. Быстроразъемные перегородки позволяют варьировать соотношение одно- и двухместных кают. Каждая каюта закрепляется за туристом на все время путешествия, как и сидячее место в автобусе. Туристические группы обычно формируются из 20–40 человек, в зависимости от того, какое транспортное средство используется на маршруте.

Багаж туристов помещается в специальное хранилище и бывает доступен во время путешествия только один раз в три дня. В течение этих трех дней все необходимое туристы складывают в специальные «трехдневные» сумки и хранят их в спальных каютах.

Завтрак и ужин готовится на встроенной кухне. Обычно на завтрак подают кофе или чай, хлеб с маслом и джемом. В меню также есть сыр, яйца, колбаса, мюсли. Вечером обычно подают горячие блюда, приготовленные из свежих местных продуктов. Нередко проводятся пикники на дикой природе. В случае дождя прием пищи возможен и в автобусе.

Следующим средством размещения в группе «Специализированные средства размещения» выделяют **ботель, флотель**. Ботель – небольшая гостиница, расположенная на воде. Представляет собой переоборудованное плавательное судно. Название появилось в результате слияния слов *boat* (судно, корабль) и *hotel*. Так и называли отели на воде – ботель. Судна намертво пришвартованы в портах, к ним подведены необходимые коммуникации и созданы условия для комфортного проживания. Здесь можно не только пожить, но и ощутить романтику дальних странствий, познакомиться с устройством судна. Перед тем, как превратиться в ботель, судну предстоит пройти «перепланировку», чтобы стать похожим на привычный нам отель. Проблема, с которой сталкиваются при переоборудовании судна в отель – невозможность расширить площадь номеров, которые раньше служили каютами. Именно поэтому ботели считаются бюджетным жильем, поскольку их класс редко достигает 4 звезд, а, в основном, это трехзвездочные заведения. Ботели можно встретить в туристических городах с крупными реками. Огромным преимуществом является то, что размещаются они обычно в самом центре, откуда рукой подать до основных достопримечательностей. В Европе отели на воде популярны в Амстердаме, Праге, Барселоне, Киеве. Встречаются также ботели в США и Канаде. А вот в Азии пока только присматриваются к этому виду жилья. Например, в центре Праги на реке Влтава всего в 1 км от знаменитого Карлова моста расположен *Botel Hotel Matylda*, когда-то восстановленный из старинного буксира. Здесь всего 7 скромных, но уютных номеров с видом на Влтаву и Пражский Град. Все каюты оформлены в элегантном стиле. В некоторых из них имеется собственный балкон и кожаные кресла. На судне есть бар и ресторан с летней террасой, где подают блюда итальянской кухни. Цены на номера начинаются от 110 евро.

Флотель – плавающая гостиница, большой отель на воде, специально оборудованное судно. Иногда его называют «курортом на

воде». Кроме комфортабельных номеров, здесь туристам предоставляется большой набор услуг активного отдыха: бассейны, тренажерный зал, видеотеки, водные лыжи, оснащение для подводного плавания и т. п. Такие гостиницы оборудованы также залами для конгрессов и концертов, библиотеками, помещениями для временных офисов и средствами оперативной связи. Гостиницы на воде – зафрахтованные комфортабельные суда – в последнее время часто используются для организации специализированных путешествий и круизов, таких как бизнес-туры, конгресс-туры, туры с обучением и т. п.

Следующим средством размещения в группе «Специализированные средства размещения» выделяют *бастай*. Бастай – значит бастион, крепость. Этот термин принято применять для средств размещения, расположенных в постройках старинных замков, крепостей и иных сооружений. Такие средства размещения привлекают туристов не столько своим комфортом, сколько возможностью ознакомления со старинным бытом, памятниками культуры и архитектуры, возможностью проникнуться духом старинных замков.

Следующим средством размещения в группе «Специализированные средства размещения» выделяют *приюты, хижины*. Туристические приюты – средства размещения для краткосрочного отдыха, расположенные на промежуточных остановках активных туристических маршрутов. Приюты предлагают одно-, двухдневный отдых, имеют вместимость от 20 до 100 человек. Построенные из легких материалов (чаще всего дерева) в приютах предлагаются спальни на 5–10 человек, отдельные на туристскую группу до 20 человек. Среди других услуг могут предлагать приготовление или подогрев пищи, экскурсионные услуги. Это место для кратковременной остановки путешественников, которые совершают поход. Здесь действует самообслуживание. Находятся такие приюты чаще перед перевалами, в горах.

Следующим средством размещения в группе «Специализированные средства размещения» выделяют *альпотели*. Это отель, который находится в местности расположения горнолыжных курортов.

Группа четвертая: «Частные средства размещения». В эту группу средств размещения туристов и путешественников относят частное жилище, арендованные комнаты в частных домах, арендованные помещения у частных агентов и размещение у родственников и знакомых.

В качестве одного из средств размещения в группе «Частные средства размещения» выделяют *частное жилище*. Частное жилище чаще всего предоставляется туристу во временное пользование частными владельцами, оборудовавшими свой дом специально для приема туристов.

В качестве средства размещения в группе «Частные средства размещения» выделяют *арендованные комнаты в частных домах*. Этот тип размещения предполагает аренду средства размещения, чаще всего комнату или комнату с отдельным входом, сдаваемую владельцем, проживающим в этом же доме, во временное пользование. Туристу предоставляется минимальный набор услуг. Чаще – смена белья, полотенец, еженедельная уборка.

Еще одним средством размещения в группе «Частные средства размещения» выделяют *арендованные помещения у частных агентов*. Это квартиры, виллы, дома, коттеджи, шале, бунгало, которые временно сдаются в аренду специально уполномоченными лицами как полностью оснащенные единицы для проживания туристов на основании соглашений с хозяевами.

В качестве средства размещения в группе «Частные средства размещения» выделяют *размещение у родственников и знакомых*. Это жилые помещения, предоставляемые на время туристического путешествия родственниками и знакомыми туриста.



КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Раскройте понятие средств размещения.
2. Приведите Типовую классификацию средств размещения, рекомендованную Всемирной туристской организацией.
3. Охарактеризуйте средства размещения группы «Гостиницы и аналогичные предприятия».
4. Какие средства размещения группы «Гостиницы и аналогичные предприятия» вы можете назвать для Республики Беларусь?
5. Какие средства размещения относятся к группе «Коммерческие и социальные средства размещения»?
6. Перечислите средства размещения из группы «Коммерческие и социальные средства размещения», имеющиеся в Республике Беларусь.
7. Что включает группа «Специализированные средства размещения»?

8. Назовите средства размещения группы «Специализированные средства размещения», представленные на белорусском гостиничном рынке.

9. Какие средства размещения относятся к группе «Частные средства размещения»?

10. Охарактеризуйте средства размещения группы «Частные средства размещения» на белорусском гостиничном рынке.



ТЕСТ-КОНТРОЛЬ

1. Типовая классификация средств размещения рекомендована:

- а) Международной ассоциацией гостиниц;
- б) Всемирной организацией труда;
- в) Всемирной туристской организацией;
- г) Организацией объединенных наций.

2. Средства размещения группы «Гостиницы и аналогичные предприятия» не включают:

- а) гостиницы;
- б) пансионаты;
- в) гостевые дома;
- г) приюты, хижины.

3. Ротели относятся к группе средств размещения:

- а) «Гостиницы и аналогичные предприятия»;
- б) «Коммерческие и социальные средства размещения»;
- в) «Специализированные средства размещения»;
- г) «Частные средства размещения».

4. Гостиница, располагающая собственным лечебным отделением либо являющаяся дополнением к медицинскому лечебному учреждению, называется:

- а) курортный отель;
- б) бальнео-отель;
- в) альпотель;
- г) бастай.

5. Отели на воде, перепланированные и намертво пришвартованные в портах, со всеми необходимыми коммуникациями и условиями для комфортного проживания, называются:

- а) ботель;
- б) ротель;
- в) флотель;
- г) флайтель.



ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Задание 1. Исследуйте структуру средств размещения в Республике Беларусь и выделите по пять средств размещения для каждого типа из группы «Гостиницы и аналогичные предприятия». Данные представьте в виде таблицы, включив в нее характеристики средств размещения (название, месторасположение, категорию, структуру номерного фонда, отличительные особенности, конкурентные преимущества на рынке).

Задание 2. Исследуйте структуру средств размещения в Республике Беларусь и выделите по пять средств размещения для каждого типа из группы «Коммерческие и социальные средства размещения». Данные представьте в виде таблицы, включив в нее характеристики средств размещения (название, месторасположение, категорию, структуру номерного фонда, отличительные особенности, конкурентные преимущества на рынке).

Задание 3. Исследуйте структуру средств размещения в Республике Беларусь и выделите по пять средств размещения для каждого типа из группы «Специализированные средства размещения». Данные представьте в виде таблицы, включив в нее характеристики средств размещения (название, месторасположение, категорию, структуру номерного фонда, отличительные особенности, конкурентные преимущества на рынке).

Задание 4. Исследуйте структуру средств размещения в Республике Беларусь и выделите по пять средств размещения для каждого типа из группы «Частные средства размещения». Данные представьте в виде таблицы, включив в нее характеристики средств размещения (название, месторасположение, категорию, структуру номерного фонда, отличительные особенности, конкурентные преимущества на рынке).

ТЕМА 3

ТИПОЛОГИЯ И КЛАССИФИКАЦИЯ ГОСТИНИЦ

3.1. Типологическая характеристика гостиниц.

3.2. Понятие и признаки классификации гостиниц.

3.3. Национальные и международные системы классификации гостиниц.

3.1 Типологическая характеристика гостиниц

Содержание услуги размещения состоит в том, что, во-первых, в пользование предоставляются специальные помещения (гостиничные номера), во-вторых, предоставляются услуги, выполняемые непосредственно персоналом гостиницы: портье по приему и оформлению гостей, горничными по уборке гостиничных номеров и т. д.

Гостиничные номера являются основным элементом услуги размещения. Это многофункциональные помещения, предназначенные для отдыха, сна, работы проживающих гостей. Гостиничные номера используются гостями преимущественно в вечернее и ночное время и важнейшей их функцией является обеспечение возможности сна. Значимость других функций гостиничных номеров, прежде всего, зависит от назначения гостиницы и потребностей гостей. Например, в гостиницах делового назначения очень важной функцией номеров является обеспечение гостю возможности поработать, то есть здесь необходим письменный стол, телефон, факс, компьютер, доступ в интернет и т. д.

В гостиницах имеются различные категории номеров, отличающиеся площадью, меблировкой, оборудованием, оснащением и т. д. Однако независимо от категории каждый гостиничный номер должен быть оснащен следующей мебелью и оборудованием: кровать; стул или кресло в расчете на одно место; ночной столик или тумбочка в расчете на одну кровать; шкаф для одежды; общее освещение; мусорная корзина; информационный пакет о гостинице и план эвакуации на случай пожара.

Услуги по предоставлению гостям питания состоят из комбинации различных процессов: производственного (приготовление блюд на кухне), торгового (продажа готовых к употреблению продуктов, алкогольных и безалкогольных напитков), сервисного (обслуживание гостей официантами в ресторане, баре, кафе, гостиничных номерах).

К *дополнительным или прочим услугам* относятся предложение бассейна, спортивного, конференц-залов, залов для переговоров, прокат автомобилей, услуги химчистки, прачечной, парикмахерской, массажного кабинета и ряд других. В настоящее время дополнительные услуги приобретают все большее значение в формировании рыночной привлекательности гостиничного предприятия. Оставаясь основной, услуга размещения воспринимается гостями как само собой разумеющееся. Повышенный же интерес вызывают услуги, выделяющие данную гостиницу из ряда других. В большинстве случаев такими услугами выступают дополнительные. К примеру, прочие услуги, ориентированные на предоставление возможности заняться различными видами спорта, выступают на первом месте в комплексе услуг немецкой гостиничной цепи «Робинзон-клуб», состоящей из 30 гостиниц. Гостиницы известных швейцарских курортов Давоса, Кран-Монтана, прежде чем привлечь на отдых высокооплачиваемых профессионалов, банкиров, политиков, предоставили возможность проведения здесь международных конференций, экономических форумов на самом высоком уровне, построив и оборудовав конференц-залы и ряд других помещений с применением новейших достижений техники и технологий.

Для целей организации деятельности гостиничного предприятия услуги размещения, питания и прочие услуги являются взаимодополняющими друг друга, взаимозависимыми и воспринимаются гостем как единое целое. С учетом того, как они оформлены и скомбинированы в единый комплекс, складывается определенный *тип гостиничного предприятия*. Типология гостиничных предприятий, получившая распространение в мировой практике гостиничной индустрии, достаточно условна и очень латентна, в связи с постоянным появлением на гостиничном рынке новых услуг и форм обслуживания. Однако такое разделение важно для понимания особенностей управления каждым типом. В пределах приведенных типов, как правило, имеется много разновидностей.

Типы гостиниц:

- отель-люкс;
- гостиница (среднего класса);
- гостиница-апартамент (апарт-отель);
- сьют-отель;
- гостиница экономического класса;
- отель-курорт;
- конгресс-отель.

Отель-люкс. По вместимости данный тип гостиниц относится к малым или средним предприятиям. Обычно располагается в центре города. Хорошо обученный и вышколенный персонал обеспечивает высокий уровень сервиса самым требовательным клиентам, которыми являются участники конференций, деловых встреч, бизнесмены, высокооплачиваемые профессионалы. Характерна высокая цена номера, включающая все возможные виды обслуживания.

Гостиница (среднего класса). По вместимости, как правило, больше отеля-люкс (400–2000 мест). Располагается в центре города или городской черте. Предлагает достаточно широкий набор услуг, и цены на них равны уровню региона расположения или несколько выше. Рассчитана на прием бизнесменов, туристов-индивидуалов, участников конгрессов, конференций и т. д.

Гостиница-апартамент (апарт-отель). По вместимости это предприятие малых или средних размеров (до 400 мест). Характерна для крупного города с непостоянным населением. Представляет собой квартирный тип номеров, используемых в качестве временного жилья, чаще всего на базе самообслуживания. Цена варьируется в зависимости от сроков размещения. Обслуживает семейных туристов и бизнесменов, коммерсантов, останавливающихся на длительный срок.

Сьют-отель. Появился сравнительно недавно. Разновидность апарт-отелей. Отличие между ними состоит в том, что апартаменты обычно имеют в номере кухонное оборудование, позволяющее клиентам приготовить себе пищу. В сьют-отелях этого нет. Лишь некоторые номера имеют небольшую кухню с холодильником и мини-баром для напитков. Отдельные сьют-отели могут предлагать услуги питания (завтраки, обеды, ужины), включая или не включая их в стоимость проживания. В своем большинстве сьют-отели предоставляют номера, состоящие из гостиной, или так называемой «общей комнаты», и отдельной спальни. Количество и

площадь помещений общего назначения здесь сокращены до минимума. Также ограничен набор дополнительных услуг. Клиентами съют-отелей являются люди, часто перемещающиеся по роду службы, семейные туристы, бизнесмены, профессионалы и все те, кто получает удовольствие от домашней атмосферы и способен по достоинству оценить уют и уединение нестандартного жилья, спроектированного с учетом семейных интересов.

Гостиница экономического класса. Предприятие малой или средней вместимости (до 150 и больше мест). Располагается вблизи магистралей. Характерно простое и быстрое обслуживание, ограниченный набор услуг. Потребители – бизнесмены и индивидуальные туристы, не нуждающиеся в полном пансионе и стремящиеся к фактической оплате потребляемых ими услуг, предусматривающей невысокий процент надбавки за обслуживание.

Отель-курорт. Это отели, предназначенные для отдыха, отличаются прежде всего увеличенной площадью номеров и обязательным балконом. Ценовая эластичность услуг весьма велика. Клиенты проживают здесь достаточно длительное время (14 и даже 21 день) и требуют множества развлечений. Здесь существует дальнейшее деление отелей на подсегменты рынка. Если отель рассчитан на молодежный возраст, то требуется широкий выбор спортивных, танцевальных и тому подобных развлечений. Для более пожилого контингента нужен набор санаторно-лечебных услуг. Если отель предназначен для отдыха с детьми, то обязательно наличие игровой комнаты и гувернеров-воспитателей, с которыми можно оставить ребенка на несколько часов. Номера в таких отелях часто имеют третью (более узкую) кровать для ребенка. Все рекреационные отели имеют полномасштабную систему питания, обеспечивающую постояльцам прием пищи как минимум трижды в день, тогда как небольшие отели, предназначенные для познавательного туризма, вполне могут обойтись предоставлением своим клиентам только завтрака. В отелях для отдыха с детьми обеспечивается детское питание (отдельное меню, столы, стулья).

Конгресс-отель. Эти отели часто располагаются за городом, в живописных местах. Такой отель должен иметь зал для проведения конгрессов с оборудованием для синхронного перевода. Здесь учтена специфика: несколько десятков или даже сотен участников конгресса одновременно направляются на заседание, одновременно возвращаются в свои номера, одновременно принимают пищу и

одновременно направляются на экскурсии. Поэтому конгресс-отель должен иметь скоростные лифты большой грузоподъемности, обязательно наличие банкетного зала, вмещающего всех участников конгресса (возможность обустроить дополнительные места для сидения). Желательно наличие в отеле собственного автобусного парка. Отель должен предусмотреть программу для развлечения лиц, сопровождающих участников конгресса (программа для дам) – конные прогулки, экскурсии и другие услуги, в то время, когда те, кого они сопровождают, заседают в зале.

Любое предложение на рынке в точности должно соответствовать запросам потребителя. Но в реальности единого рынка не существует, он всегда состоит из отдельных сегментов, в каждом из которых находятся покупатели с определенными потребностями. Отсюда возникает задача приспособления каждого предложения к тому или иному сегменту рынка. Хотя процесс специализации отелей и приспособления их к различным сегментам туристского рынка далек от завершения, тем не менее эпоха универсальных отелей, рассчитанных на любого путешественника, уходит в прошлое. Все больше отелей специализируются на вполне определенных сегментах рынка. Рыночные сегменты образуются по различным признакам. Для гостиничного бизнеса базисным сегментообразующим признаком является цель путешествия клиента.

3.2 Понятие и признаки классификации гостиниц

Большинство систем классификации гостиниц базируются на критериях, которые включают все или некоторые из следующих элементов: размер, оборудование, персонал, цена, комфорт, удобства или красивый вид, качество услуг, кухня. У каждой системы классификации разработаны и применяются собственные классификационные символы. Классификационные символы, как правило, выглядят значимыми и простыми, поскольку их используют в названии гостиницы и размещают на фасадах зданий гостиницы и вывесках. Самый известный символ классификационной категории гостиницы – звезды.

При существующем огромном разнообразии гостиниц, не имея четких измеримых стандартов, очень сложно определить, к какому конкретному классу относится определенная гостиница.

В условиях, когда одновременно существуют официальная и коммерческая классификация гостиниц, может возникнуть проблема противоречия между категориями и классификациями гостиниц. *Коммерческая классификация* делает акцент на качестве услуг, еды, напитков и уровне комфорта. *Государственная сертификация* уделяет внимание физическим характеристикам здания и оборудования. Сложности в классификации гостиниц возникают, когда гостиница выходит на международный уровень, из-за различий в национальных системах классификации в каждой отдельно взятой стране.

В любой системе классификации присутствует некий субъективизм, и каждая система имеет свои ограничения. Существует несколько проблем по достижению общей международной унифицированной системы. Во-первых, многие страны имеют свою национальную хорошо разработанную систему классификации гостиниц, узнаваемую на своем рынке. Такие страны не проявляют большого рвения и не спешат присоединиться к единой системе классификации. Во-вторых, возникает проблема создания единой терминологии и критериев – качественных и количественных – которые бы охватывали весь спектр типов гостиниц, их характеристик и стандартов, а также национальное законодательство каждой страны. В-третьих, даже если будет достигнуто соглашение о единой классификации гостиниц, возникнет проблема с расходами по обучению персонала и подготовки квалифицированных инспекторов для поддержания работы этой системы.

Установление *уровня комфорта* в настоящее время лежит в основе более 30 систем классификации, наиболее распространенными среди которых являются следующие:

– *европейская*, или, как часто ее называют, система «звезд», базирующаяся на французской национальной системе классификации, в основе которой лежит деление гостиниц на категории от одной до пяти звезд. Такая система применяется во Франции, Австрии, Венгрии, Египте, Китае, России, Республике Беларусь и ряде других стран;

– *система букв* (A, B, C, D), используемая в Греции;

– *система «корон»*, применяемая в Великобритании.

В каждом отдельном государстве к пониманию уровня комфорта как критерия классификации подходят по-разному. Именно это обстоятельство, а также ряд факторов, обусловленных куль-

турно-историческими и национальными традициями государств, препятствуют введению в мире единой классификации гостиниц. Кроме того, в мировой практике имеются случаи, когда в пределах одной страны существует несколько систем классификаций. Например, в Великобритании наряду с системой «корон» используется классификация, предложенная Ассоциацией британских турагентств (*British Travel Authority (BTA)*):

- бюджетные гостиницы (расположены в центральной части города и имеют минимум удобств);
- гостиницы туристического класса (в структуре обязательно наличие ресторана и бара);
- гостиницы среднего класса (уровень обслуживания достаточно высок);
- гостиницы первого класса (очень высокое качество комфорта и отличный уровень обслуживания);
- гостиницы высшей категории (уровень обслуживания и проживания наивысшего класса).

Наиболее распространенной считается *французская национальная классификация*, устанавливающая для туристических отелей шесть категорий, среди которых пять с присвоением определенного количества звезд (★, ★★, ★★★, ★★★★ или ★★★★★), одна категория без звезды. Такая система позволяет наиболее полно охватить в классификации рынок гостиничных услуг.

Ни одно гостиничное предприятие не может претендовать на присвоение категории, если оно не отвечает минимальным требованиям-критериям, объединенным в следующие группы:

- А – количество комнат;
- В – общие помещения;
- С – оборудование отеля;
- D – комфортность жилья;
- E – обслуживание;
- F – доступность инвалидам и лицам с ограниченной подвижностью.

Согласно *немецкой классификации*, гостиничные предприятия подразделяются на пять классов. С целью гармонизации с Европейской системой здесь сразу же предусматривается соответствие каждого класса определенному количеству звезд:

- туристический класс – ★;
- стандартный класс – ★★;

- комфортный класс – ★★★;
- первый класс – ★★★★;
- люкс – ★★★★★.

Следует отметить, что попытки определить соответствие с системой «звезд» иногда чисто условные и характерны для ряда других систем (букв, «корон», категорий).

Так, в Греции применяется система категорий и гостиницы категории А соответствуют четырехзвездочному уровню, В – трехзвездочному, С – двухзвездочному, D – однозвездочному.

Немецкая классификация устанавливает требования по 22 обязательным и независимым от класса предприятий критериям:

1. Работа службы приема (рецепции).
2. Сервис завтраков.
3. Сервис напитков.
4. Сервис питания.
5. Наличие телефона в номере.
6. Работа телефона.
7. Минимальная площадь для 75% номеров, включая площадь санузла.
8. Санитарный комфорт (в процентах к общему оснащению санузлов).
9. Оснащение санузлов.
10. Наличие съют-номеров (номеров-апартаментов).
11. Меблировка и оснащение номеров.
12. Наличие радио- и ТВ-приемников в номере.
13. Наличие подарков для гостей.
14. Услуги стирки и глаженья.
15. Наличие сейфов.
16. Количество и состояние холлов.
17. Возможность безналичного расчета.
18. Наличие телефакса (современных систем связи).
19. Количество и режим работы гостиничных баров.
20. Количество и режим работы ресторанов.
21. Возможность проведения конференций и банкетов.
22. Число дополнительных (факультативных) услуг.

Здесь существует требование относительно числа дополнительных услуг: для гостиниц класса «люкс» – 270, первого – 120, комфортного – 70, стандартного – 25, туристического – 0. Особен-

ностью немецкой классификации является то, что в ней предусмотрены категории и для таких типов гостиничных предприятий, как пансионы и гостинные двory. При установлении соответствующих категорий для этих типов отсутствуют такие обязательные критерии, как «Ресторан», «Сервис питания», а требуемое число дополнительных услуг намного меньше: для первого класса – 90, комфортного – 50, стандартного – 15. Кроме того, указанным типам предприятий максимально может быть присвоен первый класс (★★★★).

В США нет официально утвержденной правительством классификации гостиниц. По уровню комфорта они обычно делятся на пять категорий. Высшая категория (пять звезд) присуждается двумя учреждениями: *American Automobile Association (AAA)* и *Mobile Travel Guide*.

Собственный подход к классификации гостиниц характерен для *гостиничных цепей*. Обычно в них выделяют не категории, а гостиничные бренды – торговые марки, распространяющиеся на все гостиницы конкретной цепи. В каждой марке может учитываться не только уровень комфорта, но и назначение, месторасположение и некоторые другие критерии. Например, крупнейшая европейская гостиничная цепь *Accor* (Франция) предлагает несколько марок предприятий, располагающих разнообразной палитрой услуг и цен:

– *Sofitel* и *Pullman* (лучшие (5 звезд), самые престижные отели, расположенные в столицах мира, в центрах крупных городов и на популярнейших курортах);

– *Novotel* и *Mercury* (отели среднего класса);

– *Ibis* (отели экономкласса);

– *Formule 1* (сеть бюджетных отелей).

Таким образом, гостиничная цепь *Accor*, используя различные марки (стратегия мультимарки), предлагает для своих клиентов отели с различным спектром услуг и цен, начиная от бренда *Sofitel* (гостиницы люкс) до однозвездочных отелей бренда *Formule 1*, данные о которых представлены в табл. 4.

Принимая во внимание конъюнктуру рынка, гостиничная цепь *Accor* объединяет еще и ряд гостиничных предприятий независимо от их марки с целью обслуживания определенных сегментов туристического рынка. Например, некоторые гостиницы

марки *Novotel* и *Mercury* входят в группу *Atria*, которая специализируется на приеме и обслуживании конгрессов, выставок и других профессиональных встреч и мероприятий. Эти гостиницы предлагают своим клиентам конференц-залы и аудитории, имеющие аудиовизуальную технику, технику синхронного перевода и т. д., необходимые переговорные помещения, бюро обслуживания и секретариат. Другие же гостиницы сгруппированы по назначению длительного пребывания для отдыха и обозначены в своем названии знаком «*Coralia*», что означает «курортная гостиница».

Таблица 4

Характеристики гостиничных брендов сети *Accor*

Бренд	Количество отелей	Специфика	Краткая характеристика
<i>Sofitel</i>	100	Люкс	Ориентированы на туристов с высокими доходами. Индивидуальное обслуживание
<i>Novotel</i>	300	Четыре звезды	Высокий уровень обслуживания. Распространены в Европе
<i>Mercure</i>	600	Три звезды	Гостиницы данного бренда по уровню комфорта и цен подразделяются на три группы: <i>Relais/Inn</i> – стандартный номер, качественное обслуживание и размещение по умеренным ценам; <i>Hotel Mercure</i> – более высокого уровня услуги, комфортабельное размещение; <i>Grant Hotel</i> – удобное расположение гостиницы, комфорт и высокий уровень обслуживания
<i>Ibis</i>	410	Две звезды	Экономический класс обслуживания (стандартные номера, просто оформленные, но имеющие необходимый комфорт, включая полный комплект санузла с душем, цветной телевизор)
<i>Formule 1</i>	300	Одна звезда	Гарантируется качество обслуживания по доступным для всех ценам (самое недорогое размещение из всех гостиниц цепи)

Крупнейшая американская гостиничная цепь *Holiday Inn* при выделении марок учитывает не только уровень комфорта, но и назначение, месторасположение, длительность пребывания клиентов и некоторые другие критерии. Она предполагает следующие марки:

- *Garden Court* – гостиницы экономического класса;
- *Holiday Inn Express* – гостиницы квартирного типа (апартаменты).

Для единого понимания назначения и уровня комфорта гостиничных предприятий в каждой стране на национальном уровне может быть принят гостиничный стандарт, в соответствии с которым оценивается уровень качества обслуживания и осуществляется классификация гостиничных предприятий.

Категории гостиниц как правило обозначаются символом «★» (звезда). Количество звезд увеличивается в соответствии с возрастанием уровня качества обслуживания. Гостиницы классифицируются по пяти категориям, мотели – по четырем. Высшую категорию обозначают «★★★★★», низшую – «★».

Минимальные требования к гостиницам (мотелям) различных категорий, предусмотренные стандартом, объединены в следующие группы и представлены в табл. 5.

Таблица 5

Требования к гостиницам различных категорий

Признак	Содержание
1. Здание и прилегающая к нему территория	Вывеска, вход для гостей, автостоянка
2. Техническое оборудование	Аварийное освещение и энергоснабжение, водоснабжение, кондиционирование воздуха, внутреннее радиовещание, лифт, телефонная связь из номера, телефоны коллективного пользования
3. Номерной фонд	Доля мест в одно-, двухместных номерах, наличие многокомнатных номеров (апартаментов), площадь номеров, наличие и площадь санузлов в номерах
4. Техническое оснащение	Двери и замки, охранная сигнализация, средства контроля за безопасностью, звукоизоляция, освещение, электророзетки, отопление, наличие регулятора кондиционирования воздуха, телефонного аппарата, таймера, радиоприемника, телевизора, холодильника, мини-бара, мини-сейфа

Продолжение табл. 5

Признак	Содержание
5. Оснащение мебелью и инвентарем	Минимальные размеры кроватей, наличие комплекта постельных принадлежностей и белья, прикроватного коврика, ковров и ковровых покрытий пола, прикроватной тумбочки, шкафа, вешалки для верхней одежды и головных уборов, стульев, кресел, столов (письменного, журнального), полки для багажа, подставки под телевизор, плотных занавесей (или жалюзи), обеспечивающих затемнение помещения, зеркала, щеток (одежной, сапожной), комбинированного ключа (для открывания бутылок), графинов, стаканов, набора посуды для мини-бара, пепельниц, информационных материалов в номере (в том числе и на иностранных языках), набора письменных принадлежностей (конвертов, почтовой бумаги, ручки, карандаша), противопожарной инструкции, инструкции о действиях в экстремальных условиях, характерных для данного места (оползни в горах, землетрясение и т. д.
6. Инвентарь и предметы санитарно-гигиенического оснащения номера	Наличие зеркала и полки для туалетных принадлежностей, занавески в ванной, коврика, фена, полотенцедержателя, крючков для одежды, полотенцец (на каждого гостя), махровой простыни, банной шапочки (на каждого гостя), банных тапочек (на каждого гостя), туалетных принадлежностей, салфеток, туалетной бумаги, крышки и щетки для унитаза, корзины для мусора, пакетов для предметов гигиены, прачечной, химчистки
7. Санитарные объекты общего пользования	Туалеты, оборудование туалетов, ванных комнат, душевых
8. Общественные помещения	Наличие мебели, специальных напольных покрытий, ковров и ковровых покрытий, декоративного озеленения, художественных композиций, музыкального вещания, газет, журналов, сейфа для хранения ценностей, гардероба в вестибюле, гостиных, помещений для просмотра телепередач, залов для культурных (деловых) мероприятий с оборудованием для синхронного перевода, аудио- и видеоаппаратурой, бизнес-центра, спортивно-оздоровительного центра, плавательного бассейна, медицинского кабинета, парикмахерской, комнат бытового обслуживания, магазинов, торговых киосков и т. д.
9. Помещения для предоставления услуг питания	Рестораны, кафе, бары

Окончание табл. 5

Признак	Содержание
10. Услуги	Работа службы приема, услуги швейцара, подножка багажа, утренняя побудка, уборка номера и кроватей горничной, вечерняя подготовка номера, смена постельного белья и полотенца, стирка и глажение, химчистка, мелкий ремонт одежды, чистка обуви, почтовые и телеграфные услуги, вручение корреспонденции гостям, машинопись, копирование документов, услуги секретаря, стенографиста, посыльного, предоставление в пользование компьютеров, электронных средств связи, видео-, аудиооборудования, хранение ценностей в сейфе администрации, хранение багажа, обмен валюты, организация встреч и проводов, вызов такси, прокат автомобилей, парковка (персоналом гостиницы) и подача из гаража (стоянки) к подъезду автомобиля гостя, техническое обслуживание автомобилей гостей, бронирование билетов на различные виды транспорта, бронирование и (или) продажа билетов в театры, на спортивные, зрелищные мероприятия, туристические и медицинские услуги
11. Услуги питания	Обслуживание, возможность выбора любого из вариантов предоставляемого питания (завтрак, двухразовое питание, трехразовое питание), работа одного кафе или бара в любое время суток, время предоставления завтрака, бронирование мест в ресторане, обслуживание в номере
12. Требования к персоналу и его подготовке	Наличие письменных стандартов для персонала, квалификация, знание иностранных языков, медицинские требования, внешний вид, требования к поведению

Под *вместимостью номерного фонда* понимается число мест (номеров), которое может быть предложено клиентам одновременно. Общепринятого подхода к определению вместимости малых, средних и больших гостиниц в настоящее время нет. В каждой стране к нему подходят по-разному, учитывая конкретные особенности социально-экономического и исторического развития. Так, ежегодный сборник «Малые гостиницы мира класса люкс» включает как отели с 10 номерами, так и отели с 200 номерами. Пытаясь решить данную проблему, ВТО рекомендует понимать под малой гостиницей с количеством номеров до 30, одновременно отмечая, что это определение является приоритетом каждой отдельной страны. Для региона Европы типичны небольшие гостиницы (например, в Германии малой считается гостиница

местимостью до 40 мест, средней – 40–80 мест, большой – свыше 80 мест), а для Америки и быстро развивающегося гостиничного рынка Азии типичны гостиницы большой вместимости.

Многие страны используют следующий подход к классификации гостиниц по вместимости:

- малые – вместимостью до 150 мест (не более 100 номеров);
- средние – 150–400 мест (до 300 номеров);
- большие – свыше 400 мест (свыше 300 номеров).

Как уже было отмечено, существует множество систем классификации гостиничных предприятий. На основании имеющихся данных обобщим всю вышеприведенную информацию и представим основные системы классификации предприятий размещения, принятые в разных странах мира, в табл. 6.

Таблица 6

**Основные системы классификации гостиничных предприятий,
характерные для разных стран мира**

Страна	Система классификации
Австралия	5-звездочная классификация
Австрия	5-звездочная европейская система. Кроме того, внекатегорийные малые гостиницы в сельской местности и дешевые средства размещения (<i>youth hotels</i>)
Англия	Наиболее распространена система «корон» или «ключей» («корона» на одну единицу выше европейской «звезды»). Широко используется классификация <i>ВТА</i> (Ассоциации Британских турагентств). Применяется и 5-звездочная, но с простой методикой назначения звезд
Андорра	5-звездочная классификация
Аргентина	Национальная система классификации. Пять категорий, соответствующих следующим уровням системы пяти звезд: «Т» (<i>tourist class</i>) – ★★; «F» (<i>first class</i>) – ★★★; «FS» (<i>first superior class</i>) – от ★★★ до ★★★★★; «L» (<i>luxe</i>), «DL» (<i>de luxe</i>) – ★★★★★ и суперкомфортабельные
Бахрейн	5-звездочная система с некоторыми местными особенностями
Бразилия	5-звездочная система с некоторым завышением звездности в независимых отелях
Венгрия	5-звездочная система
Германия	5-звездочная система, существует национальный стандарт (включает постоянные дворы (<i>Gasthof</i>), отели-пансионы и отели-гарни)

Окончание табл. 6

Страна	Система классификации
Греция	Национальная классификация – четыре категории, обозначаемые буквами (А, В, С, D), применяется и система соответствия с европейской классификацией. Высшая категория гостиниц обозначается «de luxe» – ★★★★★, А – ★★★★, В – ★★★, С – ★★, D – ★
Египет	5-звездочная классификация с завышенным уровнем качества (на 1–2 звезды)
Израиль	Национальная система – гостиницы разделены на три категории
Испания	Градация категорий, обозначаемых звездами, введена для каждой группы средств размещения: для гостиниц – от ★ до ★★★★★; для бунгало (апартаментов) – от ★ до ★★★★; для постоянных дворов и пансионатов – от ★ до ★★★
Италия	Национальная система – гостиницы разделены на три категории, соответствующие европейской: категория 1 – ★★★★, категория 2 – ★★★, категория 3 – ★★
Китай	5-звездочная классификация для комфортабельных отелей. Некатегорийные средства размещения также разделяются на группы: хостелы (постоялые дворы) типа студенческих общежитий, дома для гостей и т. п.
Мальдивы	Национальная система классификации с градацией комфортабельных средств размещения на категории: «standart», «de luxe», «junior suite», «presidential suite»
Мальта	5-звездочная система сохраняется при внедрении новой национальной системы, разделяющей отели на три категории: золотая, серебряная, бронзовая
Марокко	5-звездочная система
Мексика	5-звездочная национальная классификация, сходная с европейской. Класс отеля устанавливается на основе анализа большого числа параметров (критериев) – от 52 до 108. Кроме того, есть еще категория выше пяти звезд – это категория «gran turismo»
Норвегия	5-звездочная система для комфортабельных отелей. Развита система некатегорийных молодежных общежитий (<i>youth hostels</i>)
ОАЭ	5-звездочная система для отелей. Распространены также виллы и апартаменты (некатегорийные средства размещения)
Панама	5-звездочная система
Франция	5-звездочная классификация – родоначальница наиболее употребительной в настоящее время системы гостиничных категорий в Европе, часто называемой европейской

В 1989 г. Секретариат ВТО разработал Рекомендации по межрегиональной гармонизации критериев гостиничной классификации на основе стандартов, принятых региональными комиссиями.

Рекомендации определяют минимальные требования к зданию и номерам, качеству гостиничного оборудования и мебели, энерго- и водоснабжения, отоплению, санитарии, безопасности и связи, кухне, гостиничным услугам и обслуживающему персоналу.

К гостинице любой категории может быть отнесено здание, имеющее не менее 10 номеров, в котором в течение суток должна быть холодная и горячая вода. Высшая категория гостиницы – категория «пять звезд». Средства размещения, не отвечающие требованиям к гостиницам категории «одна звезда», могут быть классифицированы как некатегорийные гостиницы.

В большинстве стран предварительная классификация гостиницы является необходимым условием при получении лицензии на гостиничную деятельность.

3.3 Национальные и международные системы классификации гостиниц

Каждая страна, являясь участником рынка гостиничных услуг, имеет сложившуюся в коммерческой практике или законодательно установленную систему классификации средств размещения. Такие национальные системы часто гармонизированы с общепринимой европейской пятизвездной системой.

Но в каждой стране имеются и свои сложившиеся типы предприятий, учитывающие особенности географического положения, климатических условий, ряда других факторов и, самое главное, особенности сложившегося спроса. Принятая в каждой стране классификация содержит градацию категоричности гостиниц, которая является качественным параметром стандарта гостиничного обслуживания. Категория, присвоенная гостинице, облегчает клиентам понимание о гарантированном наборе предоставляемых услуг, оказывает влияние на ее престиж, формирование клиентурных потоков, стоимость гостиничных услуг и др.

Гостиницы классифицируются на основании определенного набора характеристик, который может быть установлен как на национальном, так и на международном уровне. Введению единой классификации гостиниц в мире препятствуют установившиеся национальные традиции, культурно-исторические различия государств, критерии качества и др.

В Республике Беларусь классификация гостиниц на категории основана на комплексе требований, установленных в ГОСТ 28681.4-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц», и балльной оценке, определенной в ТКП 5.3.02-2007 «Национальная система подтверждения соответствия Республики Беларусь. Порядок сертификации услуг гостиниц».

Гостиницы разделяются на пять категорий:

- одна звезда;
- две звезды;
- три звезды;
- четыре звезды;
- пять звезд.

Основные параметры для классификации категорийности гостиниц согласно ГОСТ 28681.4-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц»:

- здание и прилегающая к нему территория;
- техническое оборудование;
- номерной фонд;
- техническое оснащение;
- оснащение мебелью и инвентарем;
- инвентарь и предметы санитарно-гигиенического оснащения номера;
- санитарные объекты общего пользования;
- общественные помещения;
- услуги;
- услуги питания;
- требования к персоналу и его подготовке.

Развернутые требования к классификации гостиничных предприятий в Республике Беларусь согласно ГОСТ 28681.4-95 (приложение А) представлены в приложении 1.

С 15 июля 2008 г. в Республике Беларусь введено обязательное подтверждение соответствия (сертификация) услуг проживания гостиниц и мотелей, заявленных к оценке по категориям, установленным ГОСТ 28681.4-95. Это означает, что установлена процедура сертификации услуг гостиничных предприятий. Гостиницы, которые желают получить соответствующую категорию или уже объявили потребителю о ней, т. е. указали в информации о гостинице, в рекламе, на фасаде или на вывеске, должны пройти

процедуру сертификации в Национальной системе подтверждения соответствия. Для этого им необходимо обратиться в орган по сертификации услуг гостиниц, например Белорусский государственный институт стандартизации и сертификации, предоставить ряд документов и пройти процедуру предварительной проверки степени готовности гостиницы к сертификации и классификации.

Белорусский государственный институт стандартизации и сертификации для проведения процедуры сертификации гостиниц руководствуется следующими нормативными документами:

1. ТНПА, устанавливающие требования к услугам:

– ГОСТ 28681.4-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц»;

– СТБ 1353-2005 «Средства размещения туристов. Общие требования».

2. ТНПА, устанавливающие порядок сертификации – ТКП 5.3.02-2012 «Национальная система подтверждения соответствия Республики Беларусь. Сертификация услуг гостиниц».

На основании вышеуказанных нормативных документов установлена процедура сертификации, которая включает:

1) обследование номерного фонда, служебных помещений и помещений для предоставления услуг;

2) проверку выполнения требований, установленных в ГОСТ 28681.4-95 к гостинице соответствующей категории;

3) проверку наличия в гостинице необходимого оборудования для предоставления услуг;

4) оценку организационной структуры предприятия, состояния действующих на предприятии технических нормативных правовых актов и методической документации;

5) проверку наличия и оценку системы обеспечения безопасности жизни, здоровья гостей и сохранности их имущества.

При оценке процесса предоставления услуг проверяют:

– наличие и состояние ТНПА, необходимых нормативных актов и организационно-методических документов (инструкций, правил выполнения работ), устанавливающих требования к предоставляемым услугам и процессам их предоставления;

– наличие материально-технической базы, технологического оборудования, инструмента, необходимых для предоставления услуг, и их состояние (соответствие требованиям ТНПА и эксплуатационно-ремонтной документации);

- применение сертифицированного электрооборудования, инструментов и материалов, подлежащих обязательной сертификации в Республике Беларусь, а также препаратов и материалов, прошедших гигиеническую регистрацию;

- наличие контроля качества материалов, сырья, продуктов питания, технологического оборудования и инструментов, используемых при предоставлении услуг;

- состояние метрологического обеспечения процессов предоставления услуг;

- соблюдение требований по обеспечению безопасности жизни, здоровья и наследственности человека, имущества и охраны окружающей среды, установленных в ГОСТ 28681.4 и СТБ 1353;

- соответствие санитарно-гигиенического состояния помещений всех служб гостиницы, а также условий предоставления услуг требованиям санитарии и гигиены, установленных в ТНПА;

- соблюдение требований пожарной безопасности, установленных в ТНПА;

- соблюдение требований МЧС (соблюдение требований ТНПА по эксплуатации лифтов и отопительного оборудования);

- наличие системы контроля и оценки качества услуг и процессов их предоставления, в том числе потребителем;

- обеспечение необходимых условий обслуживания потребителей (комфортность, эстетичность и эргономичность обстановки) и т. д.;

- наличие полной и достоверной информации о предоставляемых услугах;

- наличие квалифицированного персонала;

- точность, своевременность и полноту исполнения услуг (экспертные оценки, анкеты, жалобы потребителей);

- наличие договоров с субподрядчиками и процедуры оценки их деятельности;

- наличие положительных заключений служб Государственного пожарного надзора и Государственного санитарного надзора.

При оценке процесса предоставления услуг рассматриваются все этапы процесса оказания услуги, начиная с того момента, когда потребитель вошел в гостиницу.

Проверка результата услуг проводится путем:

- 1) социологических исследований, проводимых органом по сертификации (анкетирование потребителей услуг и персонала);

2) анализа достоверной информации о качестве предоставляемых услуг, подтверждающей соответствие услуг установленным требованиям (акты проверок, заключения органов исполнительной власти, осуществляющих контроль за качеством и безопасностью услуг, информация общества защиты потребителей, претензии и жалобы потребителей).

Перечень документов для прохождения процедуры сертификации гостиничных услуг:

– заявка (см. приложение 2 «Бланк заявки на сертификацию оказания услуг гостиниц»);

– анкета-вопросник № 1 (см. приложение 3 «Бланк анкеты-вопросника 1 на проведение сертификации оказания услуг гостиниц, мотелей»);

– анкета-вопросник № 2 (см. приложение 4 «Бланк анкеты-вопросника 2 предварительного определения категории организации, оказывающей услуги гостиниц»);

– анкета-вопросник № 2 для гостиниц без категорий (см. приложение 5 «Бланк анкеты-вопросника 2 гостиницы без категории»).

Процедура сертификации гостиничных услуг разделена на три этапа:

1) оценка специалистами органа по сертификации соблюдения требований безопасности;

2) оценка соответствия гостиницы заявленной категории;

3) балльная оценка, которая включает такие параметры, как оценка качества оснащения, оборудования гостиницы, качества состояния здания и помещений гостиницы.

Балльная оценка основывается на совокупности критериев, разработанных для двух групп гостиничных предприятий:

– для гостиниц с количеством номеров более 50 (см. приложение 6 «Показатели балльной оценки гостиниц различных категорий с количеством номеров более 50»);

– для гостиниц с количеством номеров 50 и менее (см. приложение 7 «Показатели балльной оценки гостиниц различных категорий с количеством номеров 50 и менее»).

Показатели балльной оценки гостиниц различных категорий с количеством номеров более 50 согласно нормам, установленным ТКП 5.3.02-2007 (приложение В), с учетом следующего суммарного количества баллов для категорий составляют значения, представленные в табл. 7.

Таблица 7

Суммарное значение показателей балльной оценки гостиниц различных категорий с количеством номеров более 50 на основании требований ТКП 5.3.02-2007 (приложение В) для присвоения категорийности

Категория гостиницы	Количество баллов
Пять звезд	120 баллов
Четыре звезды	100 баллов
Три звезды	80 баллов
Две звезды	50 баллов
Одна звезда	20 баллов

Показатели балльной оценки гостиниц различных категорий с количеством номеров 50 и менее согласно нормам, установленным ТКП 5.3.02-2007 (приложение Г), с учетом следующего суммарного количества баллов для категорий составляют значения, представленные в табл. 8.

Таблица 8

Суммарное значение показателей балльной оценки гостиниц различных категорий с количеством номеров 50 и менее на основании требований ТКП 5.3.02-2007 (приложение Г) для присвоения категорийности

Категория гостиницы	Количество баллов
Пять звезд	70 баллов
Четыре звезды	60 баллов
Три звезды	45 баллов
Две звезды	35 баллов
Одна звезда	18 баллов

Перечень показателей, проверяемых при сертификации услуг гостиниц, представлен в табл. 9.

В результате выполнения полного перечня процедур, предусмотренных схемой сертификации гостиничных услуг, орган по сертификации проводит проверку всех собранных документов (актов оценки исполнителя услуг и процесса предоставления услуг, протоколов соответствия гостиницы заявленной категории, протоколов балльной оценки, сертификата на систему менеджмента качества, информации органов служб государственного надзора и общественных организаций о качестве и безопасности сертифицируемых услуг и других документов, подтверждающих соответ-

вие качества и безопасности сертифицируемых услуг) установленным требованиям. При положительных результатах проведенной проверки принимается решение о выдаче сертификата и отнесении гостиницы к соответствующей категории, а при отрицательных – письменно информируется заявитель об отказе в выдаче сертификата с указанием причин.

Таблица 9

**Перечень показателей,
проверяемых при сертификации услуг гостиниц
на основании требований ТКП 5.3.02-2007**

Показатели (характеристика) услуги, подтверждаемые при сертификации	Обозначение ТНПА, на соответствие требованиям которых проводится сертификация
Требования безопасности: – соблюдение требований пожарной безопасности	ГОСТ 28681.4 (пп. 4.3.4, 4.3.5), СТБ 1353 (пп. 7.3–7.6, 7.9)
– соблюдение санитарных норм и правил	ГОСТ 28681.4 (пп. 4.3.6, 4.3.8), СТБ 1353 (пп. 5.2, 6.1, 6.5, 7.8, 7.10, 7.12, 7.13)
– соблюдение требований электробезопасности	ГОСТ 28681.4 (п. 4.3.7), СТБ 1353 (пп. 7.7, 7.9), эксплуатационно-ремонтная документация на эксплуатируемое оборудование
– соблюдение требований строительных норм к помещениям, жилым и общественным зданиям и сооружениям	ГОСТ 28681.4 (пп. 4.3.2, 4.3.6, 4.3.8, 4.3.9), СТБ 1353 (пп. 5.1, 5.8, 5.12, 7.8)
– соблюдение правил эксплуатации используемого инвентаря и оборудования	ГОСТ 28681.4 (пп. 4.3.7, 4.3.8), СТБ 1353 (пп. 7.7, 7.9), эксплуатационно-ремонтная документация на эксплуатируемое оборудование и инвентарь
– обеспечение безопасности в чрезвычайных ситуациях	ГОСТ 28681.4 (п. 4.3.4), СТБ 1353 (п. 7.5)
– обеспечение безопасности жизни и здоровья проживающих и сохранности их имущества	ГОСТ 28681.4 (п. 4.3.4, приложение А (разделы 4, 10)), СТБ 1353 (пп. 5.5, 5.6, 7.1, 7.10)
– применение сертифицированного электрооборудования, инструментов и материалов, оказание сертифицированных услуг	СТБ 1353 (пп. 7.11, 7.13)

Окончание табл. 9

Показатели (характеристика) услуги, подтверждаемые при сертификации	Обозначение ТНПА, на соответствие требованиям которых проводится сертификация
– информационное обеспечение предоставления услуг	ГОСТ 28681.4 (приложение А (раздел 5)), СТБ 1353 (п. 5.7)
– соблюдение требований охраны окружающей среды	ГОСТ 28681.4 (п. 4.3.3), СТБ 1353 (пп. 8.1–8.4)
Соответствие гостиницы заявленной категории (от «одной» до «пяти звезд»)	ГОСТ 28681.4 (приложение А)
Качество оснащения гостиницы и предоставляемых услуг	ТКП 5.3.02-2007 (приложения В, Г)
Соблюдение требований к коллективным средствам размещения и к услугам, предоставляемым в них	СТБ 1353 (пп. 5.1, 5.5–5.12, 5.14, 6.1, 6.2, 6.5)

Сертификат соответствия оформляется на специальных бланках – оригинал выдается на руки заявителю, копия сертификата хранится в органе по сертификации. Сертификат вступает в силу после присвоения ему регистрационного номера. Форма сертификата соответствия приведена в приложении 8.

Срок действия сертификата соответствия гостиничных услуг определенной категории устанавливается на три года.

После получения сертификата гостиничное предприятие получает право в соответствии с соглашением по сертификации использовать знак соответствия по ТКП 5.1.08, а также знак категории по ГОСТ 28681.4 в сопроводительной или рекламной документации (квитанциях, вывесках, рекламных буклетах и т. д.).

При изменении условий предоставления услуги и номенклатуры оказываемых услуг гостиничное предприятие имеет право подать в орган по сертификации заявку на повышение или понижение категории, присвоенной при сертификации.

Сертификация услуг гостиничного предприятия в Республике Беларусь является добровольной, и такая процедура проводится по инициативе заявителя для подтверждения соответствия услуг требованиям ТНПА и нормативных правовых актов.

Сертификация услуг в рамках международных систем, к которым присоединилась Республика Беларусь и с которыми заключено соглашение о взаимном признании результатов сертификации,

проводится на соответствие требованиям документов, принятых в этих системах и не вступающих в противоречие с ТНПА, действующими в Республике Беларусь.



КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. В чем состоит типологическая характеристика гостиниц?
2. Раскройте понятие и признаки классификации гостиниц.
3. Какой классификационный признак лежит в основе многих систем классификации гостиниц?
4. Какая система классификации гостиниц применяется во Франции, Австрии, Венгрии, Египте, Китае, России, Республике Беларусь?
5. Приведите сравнительную характеристику национальных и международных систем классификации гостиниц.
6. Какой документ регламентирует классификацию категорийности гостиниц в Республике Беларусь?
7. Какой государственный орган уполномочен осуществлять процедуры сертификации гостиниц в Республике Беларусь?
8. Перечислите нормативные документы, которыми руководствуется Белорусский государственный институт стандартизации и сертификации для проведения процедуры сертификации гостиниц в Республике Беларусь.
9. Какие этапы включает процедура сертификации гостиниц в Республике Беларусь?
10. Опишите процедуру сертификации гостиниц в Республике Беларусь.
11. Укажите перечень документов, необходимых для предоставления в орган по сертификации при прохождении процедуры сертификации гостиничных услуг в Республике Беларусь.
12. Какие показатели балльной оценки гостиниц различных категорий применяют для процедуры сертификации услуг гостиниц согласно нормам, установленным ТКП 5.3.02-2007?



ТЕСТ-КОНТРОЛЬ

1. В основе более 30 систем классификации гостиниц лежит признак:
 - а) уровень цен;
 - б) номерной фонд;

- в) место расположения;
- г) уровень комфорта.

2. Система звезд базируется на:

- а) французской национальной системе;
- б) немецкой национальной системе;
- в) американской национальной системе;
- г) британской национальной системе.

3. Система «корон» применяется в:

- а) французской национальной системе;
- б) немецкой национальной системе;
- в) американской национальной системе;
- г) британской национальной системе.

4. Европейская система классификации гостиниц использует для обозначения категории гостиниц:

- а) «ключи»;
- б) «короны»;
- в) «звезды»;
- г) буквы.

5. Основные параметры для классификации категорийности гостиниц в Республике Беларусь закреплены в:

- а) законе о туризме;
- б) Туристическом кодексе;
- в) ГОСТ 28681.4-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц»;
- г) Конвенции о классификации гостиниц.



ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Задание 1. Исследуйте 5 любых гостиниц с целью определить их категорийность в соответствии с британской национальной системой классификации гостиниц. Полученные результаты представьте в виде таблицы с подробными пояснениями.

Задание 2. Исследуйте 5 любых гостиниц с целью определить их категорийность в соответствии с французской национальной

системой классификации гостиниц. Полученные результаты представьте в виде таблицы с подробными пояснениями.

Задание 3. Исследуйте 5 любых гостиниц с целью определить их категорию в соответствии с немецкой национальной системой классификации гостиниц. Полученные результаты представьте в виде таблицы с подробными пояснениями.

Задание 4. Исследуйте 5 любых гостиниц с целью определить их категорию в соответствии с греческой национальной системой классификации гостиниц. Полученные результаты представьте в виде таблицы с подробными пояснениями.

Задание 5. Исследуйте нормативные акты Республики Беларусь, необходимые для прохождения процедуры сертификации услуг гостиницы ★★★★★, и на их основе заполните необходимый перечень документов для прохождения процедуры сертификации гостиничных услуг (заявку, анкету-вопросник и пр.).

Задание 6. Исследуйте нормативные акты Республики Беларусь, необходимые для прохождения процедуры сертификации услуг гостиницы ★★★★, и на их основе заполните необходимый перечень документов для прохождения процедуры сертификации гостиничных услуг (заявку, анкету-вопросник и пр.).

Задание 7. Исследуйте нормативные акты Республики Беларусь, необходимые для прохождения процедуры сертификации услуг гостиницы ★★★, и на их основе заполните необходимый перечень документов для прохождения процедуры сертификации гостиничных услуг (заявку, анкету-вопросник и пр.).

Задание 8. Исследуйте нормативные акты Республики Беларусь, необходимые для прохождения процедуры сертификации услуг гостиницы ★★, и на их основе заполните необходимый перечень документов для прохождения процедуры сертификации гостиничных услуг (заявку, анкету-вопросник и пр.).

Задание 9. Исследуйте нормативные акты Республики Беларусь, необходимые для прохождения процедуры сертификации услуг гостиницы ★, и на их основе заполните необходимый пере-

чень документов для прохождения процедуры сертификации гостиничных услуг (заявку, анкету-вопросник и пр.).

Задание 10. Исследуйте нормативные акты Республики Беларусь, необходимые для прохождения процедуры сертификации услуг гостиницы без категории, и на их основе заполните необходимый перечень документов для прохождения процедуры сертификации гостиничных услуг (заявку, анкету-вопросник и пр.).

Задание 11.

Исследуйте имеющиеся данные по номерному фонду и оснащению гостиницы «Минск» и на их основе заполните таблицу критериев для определения суммарного значения показателей балльной оценки гостиниц различных категорий с количеством номеров более 50. На основании требований ТКП 5.3.02-2007 (приложение В) для присвоения категоричности подсчитайте полученное суммарное значение и сделайте вывод о категоричности гостиницы.

Задание 12.

Исследуйте имеющиеся данные по номерному фонду и оснащению любой гостиницы в Минске и на их основе заполните таблицу критериев для определения суммарного значения показателей балльной оценки гостиниц различных категорий с количеством номеров 50 и менее. На основании требований ТКП 5.3.02-2007 (приложение Г) для присвоения категоричности подсчитайте полученное суммарное значение и сделайте вывод о категоричности гостиницы. В ответе приведите основные характеристики гостиницы, включая ее название, месторасположение, категорию, структуру номерного фонда, отличительные особенности, конкурентные преимущества на рынке.

Задание 13.

Исследуйте имеющиеся данные по номерному фонду и оснащению любой курортной гостиницы в Республике Беларусь и на их основе заполните таблицу критериев для определения суммарного значения показателей балльной оценки гостиниц различных категорий с количеством номеров 50 и менее. На основании требований ТКП 5.3.02-2007 (приложение Г) для присвоения катего-

рийности подсчитайте полученное суммарное значение и сделайте вывод о категорийности гостиницы. В ответе приведите основные характеристики гостиницы, включая ее название, месторасположение, категорию, структуру номерного фонда, отличительные особенности, конкурентные преимущества на рынке.

Задание 14.

Исследуйте имеющиеся данные по номерному фонду и оснащению любой пятизвездочной гостиницы в Республике Беларусь и на их основе заполните таблицу критериев для определения суммарного значения показателей балльной оценки гостиниц различных категорий с количеством номеров более 50. На основании требований ТКП 5.3.02-2007 (приложение В) для присвоения категорийности подсчитайте полученное суммарное значение и сделайте вывод о категорийности гостиницы. В ответе приведите основные характеристики гостиницы, включая ее название, месторасположение, категорию, структуру номерного фонда, отличительные особенности, конкурентные преимущества на рынке.

ТЕМА 4

МОДЕЛИ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

*4.1. Организация гостинично-ресторанного бизнеса
(независимая гостиница, франчайзинг и др.).*

*4.2. Гостиничные цепи. Их сущность и значение
в развитии современной гостиничной индустрии.*

4.1

Организация гостинично-ресторанного бизнеса (независимая гостиница, франчайзинг и др.)

В современной гостиничной индустрии сложились четыре основные формы организации и ведения бизнеса:

- независимая гостиница;
- гостиница на управлении;
- гостиничная цепь;
- франчайзинг.

Независимая гостиница – такая гостиница, которая находится в независимом владении, распоряжении и пользовании владельца, получающего прибыль от такой собственности. Наличие договорных обязательств с другими компаниями в вопросах управления или использования чужого торгового знака или знака обслуживания не влечет за собой изменения статуса гостиницы как независимой по отношению к другим субъектам рыночных отношений.

Клиентура независимой гостиницы или независимого ресторана в большинстве случаев совершенно иная, чем у подобного рода предприятий, входящих в цепочки. Это люди, предпочитающие более персонализированное обслуживание, заинтересованные в специфических характеристиках места расположения, сервиса, интерьера и управления в противовес стандартизированным интерьерам и единым стандартам обслуживания внутри цепей.

Независимые гостиницы по-прежнему составляют немалый сегмент рынка гостиничных предприятий. В основном они расположены в малых городах и курортных поселках, где их деятельность не страдает от конкуренции со стороны гостиничных цепей. Как правило, их оборот не превышает 5 млн долл. США, а вместимость составляет не более 300 номеров.

Независимые гостиницы используют специфические особенности своего месторасположения, приносят элемент уникальности в сервис, интерьер и управление. Гостиницы, входящие в международные гостиничные цепи, ограничены в этом, поскольку:

1) гостиничный продукт приобретает усредненный характер из-за необходимости удовлетворения широкого круга потребителей;

2) находясь в цепи, гостиницы стремятся к единообразию со всеми отелями данной цепи (повторению положительного опыта и имиджа);

3) стандартизация гостиничного продукта упрощает процесс подготовки персонала, контроль за качеством услуг и управление гостиницей в целом.

С целью обеспечения своей конкурентоспособности независимые гостиницы создают консорциумы. Главной целью, которую преследуют независимые отели при объединении в консорциумы, является проведение совместного маркетинга для увеличения доходности своих предприятий, а также для снижения издержек при совместных централизованных закупках, проведении совместного отбора кадров и их тренинга. Выделяют четыре основных вида консорциумов:

– полные консорциумы (не только обеспечивают маркетинговые исследования и обслуживание, но и помогают в управлении персоналом, производстве закупок);

– маркетинговые консорциумы (обеспечивают маркетинговые исследования);

– консорциумы системы бронирования (обеспечивают центральную систему бронирования, базирующуюся обычно на отдельных бесплатных телефонных линиях);

– направленные консорциумы (представляют собой объединения отелей с авиакомпаниями и их системами бронирования).

Многие независимые отели стремятся стать членами сразу нескольких консорциумов. Однако руководство консорциумов не приветствует это и пытается ограничить участие своих членов в

других консорциумах с помощью специальных условий в соглашениях о членстве.

При заключении контракта с новым участником консорциумы стараются привлечь гостиницу, имеющую большой опыт работы с международными клиентами. Вместе с тем консорциумы помогают гостиницам внедриться на новые рынки, которые без участия в консорциумах не смогли бы этого сделать. Консорциумы в отличие от гостиничных цепей не могут контролировать качество гостиничного продукта и ценовую политику отелей. Однако по правилам членства каждый отель должен подвергаться детальной инспекции. Критерии проведения инспекции в зависимости от консорциума могут различаться, но обязательно включают оценку местности и окружающей среды, физические характеристики объекта, уровень обслуживания в гостинице, кухню и средства для развлечения, персонал, а самое главное – соблюдение стандартов обслуживания.

Еще одной формой организации и ведения бизнеса является *гостиница на управлении*, или контракт на управление, который заключается между владельцем гостиничного предприятия и специализированной компанией, главным направлением деятельности которой является профессиональное управление предприятиями в определенном сегменте рынка, например – гостиничном. Эта компания может иметь или не иметь свой вклад в уставном фонде подопечного гостиничного предприятия. Если такого вклада не имеется, то компания, вступающая в управление по контракту, не получает никаких прав на само имущество предприятия. По контракту компания обычно имеет ограниченную финансовую ответственность и во всех случаях получает доход, который может быть большего размера, если предприятие дает большую прибыль, поскольку оплата работы управляющей компании складывается из определенных вознаграждений плюс доля прибыли предприятия. В контракт включается система бонусов, побуждающая управляющую компанию сохранять предприятие прибыльным.

На практике почти все компании, владеющие отелями класса люкс, а также гостиницами среднего класса, заключают контракты на управление с профессиональными управляющими компаниями, чаще это «Бэст Вестерн» и «Френдиш Иннз», что позволяет пользоваться преимуществами от включения в единую систему бронирования и получать признание национальной и зарубежной клиен-

туры. Вместе с тем они сохраняют свое лицо и стиль. На практике продукт, обслуживание, дизайн и цены, устанавливаемые каждым отдельным предприятием, могут отличаться в широких пределах.

Гостиничная цепь – группа гостиниц, осуществляющая коллективный бизнес и находящаяся под непосредственным контролем головной компании цепи. Цепь может владеть зданиями или землей или арендовать их. Головная компания цепи гостиничных предприятий получает преимущества от любой прибыли, но в то же время несет и груз ответственности за операционные потери.

Иногда бывает трудно определить, управляется ли данное предприятие администрацией цепи, или оно является франчайзинговым участником. Внешний вид предприятия и его работников, продукты питания, подаваемые в ресторане, уровень обслуживания или декор могут и не дать ответа об истинном владельце заведения. И тем не менее, если предприятие является лишь франчайзинговым участником какой-либо известной гостиничной или ресторанной цепи, оно может управляться самостоятельно, вне прямого контроля со стороны администрации головной компании. Далее, цепь практически не имеет прав на доходы и не несет ответственности за потери по франчайзинговым предприятиям.

Например, такая всемирно известная гостиничная цепь, как «Холидей Инн», на 98% состоит из франчайзинговых предприятий, принадлежащих самым различным компаниям, но объединенных под единым логотипом и стандартом обслуживания.

Гостиничные цепи характеризуются следующими особенностями:

– из-за широкого спектра характеристик клиентуры и коммерческого характера операций возникает необходимость обращения к широкому кругу потребителей. Продукт вынужденно приобретает усредненный характер, что может соответствовать интересам цепи, но не самого предприятия. В силу значительного разброса вкусов клиентуры возникают трудности, вызванные невозможностью создания широкого спектра уникальных характеристик, т. к. они могут не совпасть с интересами большого рыночного сегмента;

– в большинстве случаев, находясь в цепочках, предприятие стремится к единообразию со всеми гостиницами, собственными или включенными на основе договора франшизы. Предприятия стремятся, чтобы клиенты знали, что положительный опыт, достигнутый в одном из предприятий, будет повторяться внутри цепочки независимо от месторасположения предприятий;

– управление цепью предприятий в значительной степени упрощается в случае стандартизации продуктов, сервиса и управленческой политики. Есть возможность экономии на закупках. Найм и подготовка специалистов стоят значительно дешевле, упрощен контроль за качеством услуг. Кроме того, клиент заранее четко себе представляет, что ему ожидать в том или ином предприятии одной цепи.

Франчайзинг – договор между владельцем торговой марки и отдельной гостиницей об использовании торгового знака, операционных систем и системы бронирования в обмен на долю прибыли гостиницы в пользу владельца этой торговой марки плюс некоторые другие вознаграждения, такие как, например, вознаграждение за рекламу. Суть этого договора заключается в том, что владелец торговой марки способен достичь более глубокого проникновения на рынок с минимальными инвестициями, и одновременно предприятие, заключающее договор франчайзинга, в состоянии развернуть свою предпринимательскую деятельность с меньшим риском.

Продавая франшизы, владелец торговой марки развивает бизнес и приобретает дополнительный источник дохода. Новые партнеры (сторонники и последователи) помогают в совместном несении рекламных расходов и продвижении продукта или услуг на рынке, получая взамен преимущества, связанные с участием в большей по размерам и уже работающей системе.

4.2 Гостиничные цепи. Их сущность и значение в развитии современной гостиничной индустрии

В настоящее время для развития мировой гостиничной индустрии характерна *централизация и интеграция управления*. Практически все гостиничные цепи мира, независимо от их рейтинга, испытывая на себе постоянное давление жесткой конкурентной борьбы, ищут любые возможности для увеличения своего потенциала.

Интеграционные процессы в сфере гостиничного хозяйства вызваны объективной необходимостью:

– обеспечения стабильной загрузки гостиницы, поэтому каждая гостиничная цепь имеет собственную систему бронирования,

ориентированную на первоочередную загрузку входящих в цепь гостиниц. Следует, однако, подчеркнуть, что система гостиничного бронирования сама подвержена интеграционным процессам (системы гостиничного бронирования, принадлежащие крупным авиакомпаниям, а также системы бронирования номерного фонда гостиниц, принадлежащие независимым консорциумам). Включение в такие системы электронного бронирования стоит дорого, независимой гостинице это не под силу;

– формирования качественной гостиничной услуги, что зависит от целого ряда факторов (оформление интерьера, качество оборудования, квалификация персонала, обеспечение безопасности проживающих и их имущества). Поэтому все ведущие гостиничные объединения имеют собственные нормативы и стандарты оснащения всех помещений гостиницы, а также технологию и стандарты обслуживания. Для того чтобы обеспечить соответствие гостиниц принятым нормативам и стандартам оснащения, гостиницы идут на создание не только мощных централизованных снабженческих организаций, но и специализированных предприятий по производству и ремонту оборудования и мебели. Позволить себе это могут только крупные гостиничные объединения;

– повышения уровня загрузки гостиницы. Поиск новых клиентов и сохранение имеющихся заставляет гостиницы проводить глубокий анализ рынка, клиентуры, гостиниц-конкурентов, поставщиков и т. д., вести активную рекламную и сбытовую политику, требующую использования больших финансовых, информационных и человеческих ресурсов;

– совершенствования профессионализма персонала гостиниц, что существенно влияет на качество обслуживания гостя в отеле. Подавляющее большинство крупных гостиничных цепей создает свою собственную систему подготовки и повышения квалификации персонала, затрачивая на эти цели значительные средства.

В целом *основные характеристики гостиничных цепочек* сводятся к следующему:

- 1) схожесть в территориальном расположении;
- 2) единство стиля (архитектура и интерьер);
- 3) единство обозначений и внешней информации;
- 4) просторный и функциональный холл;
- 5) единство и быстрота регистрации клиентов;
- 6) номера, продуманные для частных путешественников;

- 7) завтрак «шведский стол»;
- 8) наличие конференц-зала;
- 9) гибкая система тарифов;
- 10) единые управление, маркетинг и служба коммуникаций.

В мире сложилось более 300 гостиничных цепей, вышедших за рамки национальных границ. На их долю приходится более 7 млн номеров из почти 13 млн (более 50% гостиничных номеров в мире). Конечно, наиболее известны те гостиничные цепи, которые оперируют во многих государствах, а не ограничиваются контролем отелей в одной стране. Так, *Bass Hotels* имеет отели в 98 странах, *Best Western Int* – в 84 странах, *Accor* – в 81 стране, *Starwood Hotels* – в 80 странах, *Carlson Hospitality Worldwide* – в 57 странах. Многие гостиничные цепи решают задачу территориального расширения деятельности.

Процесс возрастания значимости гостиничных цепей в мировом гостиничном хозяйстве характеризуется существенным противоречием: с одной стороны, укрупняются ведущие гостиничные цепи, работающие во многих странах, с другой – все большее число стран создает собственные гостиничные цепи, успешно конкурирующие с интернациональными монополиями; 195 штаб-квартир гостиничных цепей находятся в США, 17 – в Великобритании, 14 – в Японии, 11 – в Германии, 8 – в Гонконге, по 6 – во Франции и Сингапуре.

Гостиничные цепи объединяют не только отели, являющиеся собственностью той или иной цепи, но и входящие в них на условиях франшизы (в настоящее время примерно 80% отелей входят в цепи именно на правах франчайзинга). Продавец франшизы формирует полную концепцию предприятия или методов работы, а покупатель франшизы приобретает право использовать имеющиеся наработки. Если гостиница является франшизным членом известной гостиничной цепи, она может управляться самостоятельно, вне прямого контроля со стороны администрации цепи. Цепь в этом случае не имеет права на доходы и не несет ответственности за потери по операциям франшизной гостиницы.

Таким образом, образование мировых гостиничных цепей – это объективный эволюционный процесс, обусловленный развитием индустрии гостеприимства в условиях глобализации и транснационализации экономики. Гостиничная цепь как форма организации и ведения бизнеса возникла в США в годы окончания

Второй мировой войны, пионерами в этом были компании *Statler Group*, *Hilton* и *Sheraton*. Рост объемов гостиничного строительства привел к концентрации отелей, находящихся в собственности отдельных лиц или компаний. Для успешного управления этими объектами владелец сначала сам подбирал персонал, определял ценовую политику и стратегию продаж. Затем по мере развития бизнеса основной задачей управления становится стандартизация процессов, позволяющая тиражировать найденные эффективные решения. В итоге процессы управления и владения гостиницами стали расходиться: те, у кого этот бизнес пошел успешно, стали наращивать его объемы, в том числе и за счет менее удачливых коллег, создавая первые гостиничные сети или цепи.

Таким образом, гостиничная цепь – это группа предприятий (два и более), осуществляющая коллективный бизнес и находящаяся под непосредственным контролем руководства цепью. Ее базовый принцип – использование имиджа торговой марки для продвижения гостиничного продукта на внутреннем и зарубежном рынках. Это подразумевает качественно новую ступень в развитии гостиничного предложения, возникающую, как и любое качественное изменение, на базе существенного количественного роста.

Объединение в международные цепи предполагает, что отели предпринимают меры по повышению своей конкурентоспособности. У известных корпораций выработаны правила и стандарты, обеспечивающие своеобразие стиля и сценария обслуживания клиентов всех входящих в нее отелей, а значит – и особые конкурентные преимущества на рынке.

Создание и стремительное распространение мировых гостиничных цепей есть объективный процесс, вызванный потребностями современного гостиничного рынка, и который будет продолжаться и дальше. В основе гостиничных цепей положена система осуществления коллективного бизнеса, находящегося под непосредственным контролем руководства цепью. Члены гостиничной цепи объединены посредством единых норм, правил, стандартов, стиля, форм управления и ведения бизнеса. Создание гостиничных цепей позволяет предприятиям получать преимущества перед одиночными предприятиями за счет экономии на масштабе, повышения инвестиционных возможностей, приобщения к мировым брендам, объединения систем бронирования, обеспечения и информирования, постоянного роста качества обслуживания.



КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Какие модели организации гостинично-ресторанного бизнеса вы знаете?
2. Что представляет собой модель организации гостинично-ресторанного бизнеса «независимая гостиница»?
3. Охарактеризуйте модель организации гостинично-ресторанного бизнеса «гостиница на управлении».
3. Дайте краткую характеристику модели организации гостинично-ресторанного бизнеса «гостиничная цепь».
4. Каково содержание понятия «франчайзинг» в организации гостинично-ресторанного бизнеса?
5. Какие гостиницы в Республике Беларусь функционируют с применением условий франчайзинга?
6. Где впервые образовались гостиничные цепи? Каковы причины их появления?
7. Приведите характеристику наиболее известных мировых гостиничных цепей *Hilton, Marriott, Accor, Radisson, Hyatt* и др.
8. Перечислите, какие из мировых гостиничных цепей представлены в Республике Беларусь.
9. Какие факторы обуславливают приход гостиничных цепей в Республику Беларусь?
10. Перечислите основные преимущества гостиничных цепей для гостей.



ТЕСТ-КОНТРОЛЬ

1. Гостиница, которая находится в независимом владении, распоряжении и пользовании владельца, получающего прибыль от такой собственности – это:
 - а) независимая гостиница;
 - б) франчайзинговая гостиница;
 - в) гостиница на управлении;
 - г) гостиница цепи.
2. С целью обеспечения своей конкурентоспособности такие гостиницы создают консорциумы:
 - а) независимые гостиницы;

- б) гостиницы цепи;
- в) неуправляемые гостиницы;
- г) гостиницы на управлении.

3. Группа гостиниц, осуществляющая коллективный бизнес и находящаяся под непосредственным контролем головной компании, называется:

- а) консорциум;
- б) франчайзинг;
- в) гостиничная цепь;
- г) конгломерат.

4. Договор между владельцем торговой марки и отдельной гостиницей об использовании торгового знака, операционных систем и системы бронирования в обмен на долю прибыли гостиницы в пользу владельца этой торговой марки – это:

- а) брендинг;
- б) консорциум;
- в) франчайзинг;
- г) контракт на управление.

5. Предприятия гостиничной цепи могут быть расположены:

- а) только в одной стране;
- б) только в одном регионе;
- в) по всему миру;
- г) все ответы верны.



ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Задание 1. Исследуйте и приведите подробную характеристику модели организации гостинично-ресторанного бизнеса для гостиницы Crown Plaza. Аргументируйте преимущества и недостатки выявленной модели.

Задание 2. Исследуйте и приведите подробную характеристику модели организации гостинично-ресторанного бизнеса для гостиницы «Минск». Аргументируйте преимущества и недостатки выявленной модели.

Задание 3. Исследуйте и приведите подробную характеристику модели организации гостинично-ресторанного бизнеса для гостиницы «Юбилейная». Аргументируйте преимущества и недостатки выявленной модели.

Задание 4. Исследуйте и приведите подробную характеристику модели организации гостинично-ресторанного бизнеса для ресторана «Друзья». Аргументируйте преимущества и недостатки выявленной модели.

Задание 5. Исследуйте и приведите подробную характеристику модели организации гостинично-ресторанного бизнеса для ресторана «Макдональдс». Аргументируйте преимущества и недостатки выявленной модели.

Задание 6.

Исследуйте белорусский ресторанный рынок и выявите рестораны в Республике Беларусь, модель организации бизнеса которого соответствует понятию франчайзинг. Приведите подробную характеристику критериев, в соответствии с которыми выявлено соответствие. Приведите подробную характеристику выбранного ресторана. Аргументируйте преимущества и недостатки работы ресторана в соответствии с выявленной моделью на белорусском ресторанном рынке.

Задание 7.

Исследуйте белорусский ресторанный рынок и выявите рестораны в Республике Беларусь, модель организации бизнеса которого соответствует понятию независимый ресторан. Приведите подробную характеристику критериев, в соответствии с которыми выявлено соответствие. Приведите подробную характеристику выбранного ресторана. Аргументируйте преимущества и недостатки работы ресторана в соответствии с выявленной моделью на белорусском ресторанном рынке.

Задание 8.

Исследуйте белорусский гостиничный рынок и выявите гостиницу в Республике Беларусь, модель организации бизнеса которой соответствует понятию франчайзинг. Приведите подробную

характеристику критериев, в соответствии с которыми выявлено соответствие. Приведите подробную характеристику выбранной гостиницы. Аргументируйте преимущества и недостатки работы ресторана в соответствии с выявленной моделью на белорусском гостиничном рынке.

Задание 9.

Исследуйте белорусский гостиничный рынок и выявите гостиницу в Республике Беларусь, модель организации бизнеса которой соответствует понятию независимая гостиница. Приведите подробную характеристику критериев, в соответствии с которыми выявлено соответствие. Приведите подробную характеристику выбранной гостиницы. Аргументируйте преимущества и недостатки работы ресторана в соответствии с выявленной моделью на белорусском гостиничном рынке.

ТЕМА 5

ГОСТИНИЧНЫЕ УСЛУГИ
В СТРУКТУРЕ ТУРИСТСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

-
- 5.1. Понятие «услуга». Основные характеристики услуг гостиничной индустрии.
- 5.2. Основной гостиничный продукт.
- 5.3. Классификация гостиничных номеров.
-

5.1 Понятие «услуга». Основные характеристики услуг гостиничной индустрии

Под **услугой** понимается результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя.

По **функциональному назначению** услуги подразделяются на материальные и социально-культурные.

Материальная услуга – это услуга по удовлетворению материально-бытовых потребностей потребителя услуг. Материальная услуга обеспечивает восстановление (изменение, сохранение) потребительских свойств изделий или изготовление новых изделий по заказам потребителей, а также перемещение грузов и людей; создание условий для потребления. В частности, к материальным услугам могут быть отнесены бытовые услуги, связанные с ремонтом и изготовлением изделий, жилищно-коммунальные услуги, услуги общественного питания, транспорта и др.

Социально-культурная услуга – это услуга по удовлетворению духовных, интеллектуальных потребностей и поддержанию нормальной жизнедеятельности потребителя. Социально-культурная услуга обеспечивает поддержание и восстановление здоровья, духовное и физическое развитие личности, повышение профессионального мастерства.

К социально-культурным услугам могут быть отнесены медицинские услуги, услуги культуры, *туристские услуги*, образовательные услуги и др.

Все услуги, как материальные, так и социально-культурные, обладают пятью основными характеристиками, представленными ниже.

Неосвязаемость. Это означает отсутствие товара или некоего материального объекта; здесь услуга является действием или опытом. Предоставить потребителю некий стандартный образец не представляется возможным, а потому приобретение таких услуг связано с риском для клиента, поскольку такую услугу продемонстрировать заранее перед фактом ее потребления невозможно.

Неотделимость предоставления услуг от потребителя. Потребители активно участвуют в процессе предоставления услуг, они вовлечены в процесс посредством взаимодействия с персоналом компании, предоставляющей услугу. Восприятие потребителем такой компании зависит от отношения к клиенту ее сотрудников, и здесь условия обслуживания будут выступать главной отличительной чертой компании. А потому контроль качества предоставляемых услуг для такой компании будет являться первоочередной задачей в целях сохранения конкурентоспособности на рынке.

Гетерогенность/неоднородность. Стандартизировать предоставляемые услуги порой достаточно сложно, поскольку потребители услуг обладают совершенно различными предпочтениями. Но предоставляя услуги, ориентированные на предпочтения потребителей, их группируют по разработанному набору параметров, и таким образом достигают определенного стандарта обслуживания, сохраняя конкурентные преимущества компании.

Несохраняемость. Это означает, что предоставляемые услуги нельзя накопить и превратить в товарные запасы. Соответственно, в часы пиковых нагрузок невозможно предоставить услуг в количестве большем, чем это предусмотрено возможностями самой компании, их нельзя «принести со склада», чтобы удовлетворить все возможные запросы клиентов. Также услуги, неостребованные в настоящий момент, нельзя предоставить клиентам в будущем, а потому такие услуги остаются нереализованными и не приносят прибыли компании.

Отсутствие права собственности на услуги. Клиент, приобретая какую-либо услугу, не получает ее навсегда, а лишь на некоторое время.

Таким образом, особенности деятельности организации, предоставляющей услуги, определяются особенностями оказания услуг, а именно: наличием индивидуального заказчика; локальным

характером производства услуги; разнообразными технологическими процессами; сезонным характером услуг; совмещением процесса производства и продажи услуг; качеством обслуживания; срочностью услуг и их невзаимозаменяемостью.

Гостиничная индустрия как вид экономической деятельности включает предоставление гостиничных услуг и организацию за вознаграждение краткосрочного проживания в гостиницах, кемпингах, мотелях и иных средствах размещения. К этой деятельности относятся и услуги ресторанов. На гостиничные услуги распространяются все основные характеристики, что в определенной степени роднит их с туристскими услугами и услугами вообще. Но они имеют и свою специфику.

Важнейшие специфические **черты гостиничных услуг**:

1. *Неодновременность процессов производства и потребления.* В отношении предоставляемого в гостинице комплекса услуг не в полной степени действует такая общая для услуг характеристика, как одновременность, неразрывный характер процессов производства и потребления. Отдельные гостиничные услуги не связаны с присутствием клиента. Например, уборка и подготовка номера к продаже не совпадает по месту и времени с моментом продажи номера и непосредственным заселением клиента.

2. *Ограниченная возможность хранения.* Набор гостиничных услуг не может быть сохранен для дальнейшей продажи. Если на текущие сутки гостиничный номер остается непроданным, то его невозможно продать дополнительно за эти сутки. Все убытки и упущенная выгода ложатся в данном случае либо на отельера, либо на туроператора, забронировавшего блок номеров и отказавшегося от всего блока или его части в силу различных обстоятельств.

3. *Срочный характер гостиничных услуг.* Услуги предоставляются на определенный период. Кроме того, предоставление таких услуг требует наибольшей оперативности. Этот фактор может являться наиболее значимым при выборе гостиницы. Время предоставления ряда гостиничных услуг измеряется даже секундами. Например, самое быстрое обслуживание предлагает гостиница в городе Токио, в которой максимальное время, необходимое для обслуживания гостя на приеме, ограничено 45 секундами. В большинстве других гостиниц на совершение аналогичных операций затрачивается 10–15 минут. В неевропейских гостиницах – на те же процедуры до 30–40 минут и более.

4. *Широкое участие персонала в производственном процессе.* Человеческий фактор и его значительное влияние приводит к изменчивости качества услуг, их неповторимости даже в рамках одного и того же предприятия. В связи с этим разработаны и совершенствуются стандарты обслуживания – комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания клиентов, которые призваны гарантировать установленный уровень качества всех производимых операций. Стандарт определяет критерии, по которым оцениваются уровень обслуживания клиентов и деятельность персонала любой службы гостиничного предприятия. К таким критериям, например, могут относиться следующие: время ответа на звонок о получении информации или бронировании; время оформления в службе размещения; время, затрачиваемое на оказание конкретной услуги; внешний вид и наличие униформы; знание иностранных языков обслуживающим персоналом.

5. *Сезонный характер спроса на гостиничные услуги.* Для рынка гостиничных услуг характерно колебание спроса в зависимости от времени года, так как большинство туристов отдыхают в летние месяцы, а также дней недели – деловые туристы размещаются в гостинице в будни, что в значительной степени влияет на загрузку гостиниц.

6. *Взаимозависимость гостиничных услуг и цели поездки.* Решение гостя посетить определенное место обычно основывается не на факторе наличия в этом месте конкретной гостиницы, а принимается совсем по другим причинам: возможность развлечься, отдохнуть, заняться спортом, принять лечебные ванны, провести деловые переговоры. Человек, планирующий свою поездку во время отпуска, выбирает сначала определенное место посещения – страну, регион или город. Только после этого турист приступает к выбору подходящего гостиничного предприятия или другого средства размещения. Однако если гостиница посещается туристом повторно, то вопрос размещения может быть решен заранее.

7. *Специфика гостиничной услуги определяется особенностями и технологиями обслуживания гостей.* Технологический процесс оказания гостиничной услуги включает в себя: встречу гостя при входе в гостиницу; регистрацию, оформление документов и размещение гостя; обслуживание в номере; обслуживание при предоставлении услуг питания; удовлетворение культурных запросов, спортивное, оздоровительное и фитнес-обслуживание; оформление выезда, проводы при отъезде.

8. *Услуга не может иметь готовой, законченной формы*, она формируется в ходе обслуживания при тесном взаимодействии исполнителя и потребителя. Процессы производства и потребления гостиничной услуги протекают практически одновременно с момента въезда в гостиницу и до момента выезда, в течение всего гостиничного цикла гость воспринимает услугу как результат деятельности персонала гостиницы.

9. *Гостиничная услуга производится и потребляется в одном месте* – месте обслуживания, а потребитель сам становится частью системы распределения. Гость вступает в контакт с обслуживающим персоналом в ресторане, у стойки портье, в номере, следовательно, гостиничное предприятие должно обеспечивать успешное контактирование персонала с клиентом. Вместе с тем гость обязан соблюдать правила проживания и следовать принятым нормам поведения в общественных местах.

10. Важной особенностью гостиничной услуги является *невозможность ее хранения и накопления*. Также невозможно превышать естественную вместимость номерного фонда при приеме заявок и заселении, в то время как незаселенные номера и места объективно приводят к потере койко-мест.

Таким образом, *гостиничная услуга* – это организованное взаимодействие гостя и персонала гостиницы, непрерывно воздействующее на гостя в течение всего периода пребывания. Этот продукт существует только в течение пребывания гостя, и в это время постоянно идет диалог между гостем и гостиницей, его невозможно запрограммировать или создать некий жесткий стандарт или непоколебимый алгоритм получения таковой услуги. Следовательно, гостиничная услуга в каждом конкретном случае носит индивидуальный характер и зависит от совокупности факторов.

Гостиничный продукт может рассматриваться как комплекс, состоящий из основных и дополнительных услуг.

Основной набор услуг, который ожидается гостем при поселении в средство размещения – это проживание и питание. *К основным услугам* относятся размещение гостя и питание. Оформление к проживанию в гостинице и выбытию из нее производится по мере возникновения потребности, чаще круглосуточно, но может быть предусмотрено и ограничение, особенно в некатегорийных средствах размещения. Питание предоставляется гостю в соответствии с категорией предприятия размещения, и может

включать только завтрак, иные вариации предоставления питания, либо вовсе не включать в себя услуги питания.

В комплексе основного гостиничного продукта без дополнительной оплаты гостям могут быть предоставлены следующие виды услуг:

- 1) побудка к определенному времени;
- 2) доставка в номер корреспонденции при ее получении;
- 3) предоставление кипятка, иголок, ниток, одного комплекта посуды и столовых приборов;
- 4) пользование медицинской аптечкой.

Кроме основных услуг, гостиницы предлагают целый комплекс всевозможных *дополнительных услуг*, которые своим разнообразием и условиями предоставления выгодно будут отличать предприятия размещения одно от другого, а также могут помочь клиенту сделать выбор в пользу того или иного предприятия размещения. Дополнительные услуги могут предлагаться как без взимания платы, так и может быть предусмотрена плата за их оказание.

Обычно перечень и качество предоставления дополнительных услуг должен соответствовать требованиям присвоенной гостинице категории. Для средних и крупных отелей со средним и высоким уровнем комфортабельности характерно наличие огромного перечня дополнительных услуг, многие из которых не предусматривают взимания оплаты с клиентов, например:

- инфраструктура развлечений (дискотека, казино, ночной клуб, зал игровых автоматов, бильярдная);
- уход за детьми, услуги гувернеров и нянь, говорящих на родном для ребенка языке;
- уход за животными, которые совершают путешествие вместе с хозяевами;
- услуги организаций общественного питания (бар, ресторан, кафе, буфет, пивной бар);
- магазины (сувенирный, продуктовый), торговые автоматы;
- организация продажи билетов в театры, на концерты и пр.;
- экскурсионное обслуживание, услуги гидов-переводчиков;
- услуги транспортного обслуживания (бронирование билетов на все виды транспорта, заказ автотранспорта по заявке гостей, прокат автомобилей);

- покупка и доставка цветов;
- продажа сувениров, открыток и другой печатной продукции;
- бытовое обслуживание (ремонт и чистка обуви; ремонт и глажение одежды; услуги химчистки и прачечной; хранение вещей и ценностей; разгрузка, погрузка и доставка багажа в номер; услуги массажного кабинета);
- услуги салонов красоты и парикмахерских;
- сауна, баня, бассейны, тренажерный зал;
- аренда залов переговоров, конференц-зала;
- услуги бизнес-центра;
- обмен валюты;
- другие услуги.

Система мер, обеспечивающих высокий уровень комфорта, удовлетворяющих разнообразные бытовые и хозяйственные запросы гостей, называется в гостиничном хозяйстве *сервисом*. Сервис обычно строится не только по принципу спроса (что хочет гость), но и по принципу предложения (гостиница предлагает новые услуги, которые может оказать, а гость выбирает).

Предприятия, оказывающие дополнительные услуги, как правило, расположены в зоне шаговой доступности (чаще всего на первом этаже здания гостиницы). В вестибюле, на этажах, в номерах для гостей размещается информация о том, как и где получить услуги, каковы часы работы.

Таким образом, гостиничная услуга определяется как процесс взаимодействия потребителя и исполнителя, с целью удовлетворения потребностей гостя в размещении, питании и дополнительных услугах, а также получения прибыли.

Гостиничный продукт – результат хозяйственной, интеллектуальной, сервисной деятельности гостиничного предприятия, создаваемый для удовлетворения нужд и потребностей потребителя, а также для ответа на запросы гостя предприятия размещения в процессе оказания услуги.

Учитывая разнообразие нужд, потребностей и запросов потребителей в процессе потребления гостиничных услуг, предприятиям размещения открываются широкие возможности для их комбинаций, создания все новых более современных и комфортабельных гостиничных продуктов и привлечения еще большего количества гостей для проживания в своем номерном фонде.

5.2 Основной гостиничный продукт

Основным гостиничным продуктом выступают номера – это многофункциональные помещения, которые предназначены для удовлетворения потребностей гостя: отдыха, сна, работы, времяпрепровождения проживающих в них постояльцев.

Важнейшей функцией таких помещений является обеспечение возможности размещения. Значимость других функций номера зависит от назначения гостиницы и потребностей гостей. Например, в гостиницах делового назначения очень важна такая функция номеров, как обеспечение гостю возможности поработать, а потому такие номера обязательно должны быть оборудованы письменным столом, телефоном, факсом, компьютером и т. д.

Качество номерного фонда – один из основных факторов, который влияет на комфорт проживания в отеле – определяется типами номеров, процентным соотношением различных типов номеров, их архитектурно-планировочным решением, площадью, санитарно-техническим благоустройством, оборудованием, мебелью и другими характеристиками.

Требования к качеству номеров устанавливаются в зависимости от уровня комфорта гостиницы и категории номера. Номера, как правило, состоят из одной или нескольких жилых комнат, прихожей, санитарного узла. Жилая комната совмещает ряд функций: ее используют для сна, работы, дневного отдыха, хранения вещей, еды, приема гостей. Поэтому архитектурно-планировочное решение номера должно обеспечить возможность удобного размещения всей необходимой для этого мебели.

Гостиничные номера обычно классифицируют:

- 1) по типам номеров;
- 2) по числу мест (по типу размещения гостей);
- 3) по типу применяемых к размещению тарифов;
- 4) по признаку их расположения;
- 5) в зависимости от открывающегося из окна номера вида.

Номерной фонд гостиниц чаще всего содержит однотипные однокомнатные номера, устроенные по присущему данной гостинице образцу/стилю/стандарту. Такие номера обозначаются термином *STD (Standart)*. Номерной фонд гостиничного предприятия складывается из номеров различных типов, предназначенных для

удовлетворения запросов гостей с различающимися потребностями. Соотношение количества номеров различного типа в одной гостинице зависит от ее назначения. Типизация комнат номерного фонда гостиницы в зависимости от его архитектурно-планировочного решения представлена в табл. 10.

Таблица 10

Типизация комнат номерного фонда гостиницы

Термин типа	Расшифровка термина	Значение термина
STD	Standart	Стандартная комната
BDR	Bedroom	Номер со спальней
BDRM	Bedroom	Номер со спальней
Superior	Superior	Улучшенный номер, обычно большего размера, чем стандартный
Studio	Studio	Студия/однокомнатный номер с кухней
Family room	Family room	Семейная комната, обычно бóльшая по площади, чем стандартный номер
Family studio	Family studio	Семейный номер из двух комнат с кухней
Extra bed	Extra bed	Дополнительная кровать
King size	King size	Номер с большой двуспальной кроватью
Suite	Suite	Номер, состоящий из нескольких смежно-раздельных жилых комнат со спальным местом и отдельным помещением для отдыха и/или работы
Suite mini (junior)	Suite mini (junior)	Номер для проживания одного/двух человек, с планировкой, позволяющей использовать часть помещения в качестве гостиной/столовой/кабинета
De luxe	De luxe	Двухместный номер большого размера с более дорогой обстановкой минимум из двух комнат
Business	Business	Просторный комфортабельный номер, в обязательном порядке оснащенный местом для работы, включая всевозможную компьютерную технику
Honeymoon room	Honeymoon room	Номер для молодоженов
Connected rooms	Connected rooms	Соединяющиеся номера/номера, которые находятся рядом и помимо выхода в коридор имеют между собой внутреннюю дверь из одного в другой и могут быть использованы как два отдельных номера при закрытых с двух сторон внутренних дверях, так и для размещения одной семьи или группы
Duplex	Duplex	Номер, состоящий из нескольких соединяющихся комнат, расположенных на разных этажах и соединенных между собой внутренней лестницей

Окончание табл. 10

Термин типа	Расшифровка термина	Значение термина
Apartment	Apartment	Номер, состоящий из двух и более жилых комнат, например гостиной/столовой и спальни, и имеющий кухонное оборудование
President	President	Самый шикарный номер в отеле, состоящий из нескольких спальных комнат, гостиной, кабинета, комнаты для переговоров, столовой, нескольких ванных комнат и туалетов

Номерной фонд гостиницы также классифицируется и по типу размещения. Тип размещения указывает, для какого количества человек и на каких спальных местах предусмотрено размещение гостей в данном номере.

Классификация номерного фонда гостиницы по типу размещения представлена в табл. 11.

Таблица 11

Классификация номеров по типу размещения гостей

Термин типа размещения	Расшифровка термина	Значение термина
SNG/SGL	Single	Номер со спальным местом для одного человека, допускается наличие двух кроватей
DBL	Double	Номер для размещения двух человек на одной двуспальной кровати либо на двух односпальных кроватях, сдвинутых вместе
TWN	Twin	Номер для размещения двух человек на двух отдельно стоящих кроватях
TRPL	Triple	Номер для размещения трех и более человек
QDPL	Quadruple	Номер для размещения не менее двух взрослых человек, например семьи, состоящей из родителей с детьми, либо детей с двумя сопровождающими взрослыми (няней, бабушкой, дедушкой, воспитателем и пр.)
ExB	Extra Bed	Дополнительная кровать в номере, чаще для ребенка до 12 лет, но возрастное ограничение может устанавливаться внутренними правилами гостиницы
Chld	Child	Номер для размещения с ребенком
CH	Child	Номер для размещения с ребенком до 12–15 лет
ch	Child	Номер для размещения с ребенком до 6 лет
inf	infant	Номер для размещения с ребенком 0–2 лет

Отели могут предлагать для размещения клиентов и комбинации типов размещения, которые будут способствовать более удобному и комфортному проживанию гостей в предприятии размещения и наиболее полно отвечать потребностям гостей при выборе номера.

Комбинации типов размещения гостей в номерном фонде гостиницы представлены в табл. 12.

Таблица 12

Комбинация типов размещения гостей в номерах

Комбинация типов размещения	Обозначение комбинации	Содержание комбинации
DBL + EXB	–	Двухместный номер с дополнительной кроватью для размещения трех взрослых человек, не больше
DBL + CHD	DC	Двухместный номер для размещения трех человек, одному из которых не исполнилось еще 12 лет (14 лет)
DBL + 2CHD	–	Двухместный номер для размещения четырех проживающих, двум из которых не исполнилось еще 12 лет (14 лет)
DBL + EXB + CHD	–	Двухместный номер с дополнительной кроватью для взрослого для размещения четырех человек, одному из которых не исполнилось еще 12 лет (14 лет)
TRPL + 2CHD	–	Трехместный номер для размещения пяти проживающих, двум из которых не исполнилось еще 12 лет (14 лет)
SGL + CHD	SC	Одноместный номер для размещения двух человек, одному из которых не исполнилось еще 12 лет (14 лет)
SGL + 2CHD	–	Одноместный номер для размещения трех проживающих, двум из которых не исполнилось еще 12 лет (14 лет)

Размещение в гостинице различается и по типу применяемых тарифов. Каждый из применяемых тарифов обладает характеристиками, в соответствии с которыми гостю в наборе основных услуг предоставляются услуги питания. Это может быть как только завтрак, так и более широкий перечень услуг питания, включающий и завтрак, и обед, и ужин, и иные виды питания.

Перечень типов применяемых к размещению тарифов представлен в табл. 13.

Таблица 13

Типы применяемых к размещению тарифов

Обозначение типа	Тип тарифа	Содержание типа тарифа
RO	Room only	Номер без завтрака – это тариф, по которому в стоимость номера не входят ни питание, ни напитки
BB	Bed and breakfast	Номер с завтраком – это тариф, по которому в стоимость номера входит завтрак
HB	Half board	Полупансион – это тариф, по которому в стоимость номера входят завтрак и обед или завтрак и ужин
FB	Full board	Полный пансион – это тариф, по которому в стоимость номера входят завтрак, обед и ужин
AI/ALL	All inclusive	Все включено – это тариф, по которому в стоимость номера входят питание, некоторые напитки местного производства в определенное время, исключая ночное, а также пользование определенным оборудованием и услугами
UAL, UAI	Ultra all inclusive	Ультра все включено – это тариф на основе «все включено» плюс напитки импортного производства, во многих отелях еда и напитки круглосуточно
HCAL	Hign class all inclusive	Тариф не менее, чем «ультра все включено», плюс все услуги бесплатны, за исключением врача, парикмахерской, магазинов, телефона и водных видов спорта

5.3 Классификация гостиничных номеров

Номерной фонд гостиницы состоит из номеров различных типов, которые могут быть расположены в соответствии с архитектурно-планировочным решением здания гостиницы, ее месторасположением, назначением и иными признаками. Так, например, для гостей отеля, расположенного в курортной зоне, важным показателем его предпочтения для размещения является номер с ви-

дом на море. Для размещения туристов с детьми в городской гостинице важным показателем его предпочтений является отсутствие посторонних звуков шума улицы. Гостиничные номера по совокупности перечисленных факторов могут быть классифицированы по расположению. Классификация номеров по признаку их расположения приведена в табл. 14.

Таблица 14

Классификация номеров по признаку их расположения

Обозначение типа	Тип	Содержание типа
MB	Main Building	Номер, расположенный в основном здании отеля
BGL, BG	Bungalow	Бунгало, одно- или двухэтажное строение, стоящее отдельно от основного здания
Chale	Chale	Пристройка к основному зданию или отдельно стоящий домик
Cabana	Cabana	Домик на пляже/около бассейна, типа бунгало, стоящий отдельно от основного здания и иногда оборудованный как спальня
Cottage	Cottage	Отдельно стоящий дом
Villa	Villa	Вилла/дом с пышным зеленым садом и бассейном
Executive Floor	Executive Floor	Один или несколько этажей в отеле с высоким уровнем обслуживания

Для ранжирования гостиничных номеров проводят их классификацию в зависимости от открывающегося из окна номера вида. Классификация представлена в табл. 15.

Исходя из этих общепринятых классификаций и имеющихся типов номеров в номерном фонде каждого предприятия размещения, гостиницы формируют предложение на рынке гостиничных услуг для проживания гостей и максимального удовлетворения их запросов относительно условий пребывания в каждой конкретной гостинице.

Классификация номеров в Республике Беларусь проводится по различным критериям, которые во многом схожи с международно принятыми критериями. Особенности классификации номеров в Республике Беларусь определяются нормами Государственного стандарта Республики Беларусь СТБ 1353-2005 «Средства размещения туристов. Общие требования», согласно которому проводится классификация номеров в зависимости от комфортности и количества человек, размещаемых в номере.

Таблица 15

**Классификация номеров в зависимости
от открывающегося из окна номера вида**

Обозначение типа вида	Тип вида	Содержание типа вида
CV	City view	Вид на город
BV	Beach view	Вид на пляж
PV	Pool view	Вид на бассейн
GV	Garden view	Вид на сад
OV	Ocean view	Вид на океан
LV	Land view	Вид на окрестности
DV	Dune view	Вид на дюны, пески
MV	Mountain view	Вид на горы
PV	Park view	Вид на парк
SV	Sea view	Вид на море
SSV	Side Sea view	С боковым видом на море
IV	Inside view	Вид на атриум или внутреннюю часть отеля
VV	Valley view	Вид на долину
RON	Run of the house	Без указанного типа номера и вида из окна

С 1 апреля 2010 г. вступили в силу изменения к Государственному стандарту Республики Беларусь СТБ 1353-2005 «Средства размещения туристов. Общие требования», а также к порядку сертификации услуг гостиниц (ТКП 5.3.02-2007), которые систематизировали и конкретизировали требования к оснащению гостиниц, а также к минимальному набору предоставляемых ими услуг. Также национальная классификация номеров гостиниц была приведена в соответствие с международным стандартом ИСО 18513:2003 в зависимости от количества человек, размещаемых в номере, и его комфортности, были установлены конкретные требования к типам номеров.

Так, номера в средствах размещения в зависимости от комфортности в соответствии с номами СТБ 1353-2005 «Средства размещения туристов. Общие требования» в Республике Беларусь подразделяют на категории:

– высшая («Сюит», «Апартамент», «Студия», «Джуниор сюит», «Люкс», «Кинг сайз» с полным санузлом повышенной комфортности);

- первая;
- вторая;
- третья;
- четвертая.

Номера в средствах размещения в зависимости от количества человек, размещаемых в номере, подразделяют на:

- одноместный номер «сингл»;
- двухместный номер «дабл»;
- двухместный номер «твин»;
- семейный номер;
- многоместный номер.

Вместе с тем гостиницы, ориентируясь и на гостей из-за рубежа, активно внедряют в практику своей работы и так называемую таблицу критериев соответствия параметров национальной классификации номеров к международно принятой классификации, активно используют англоязычные термины из вышеприведенных таблиц для обозначения категорий предлагаемых номеров. Это помогает легче ориентироваться гостю при выборе гостиницы, номера для размещения и позволяет отвечать ожиданиям туриста относительно набора предоставляемых услуг.



КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Раскройте понятие «услуга».
2. Назовите основные характеристики услуг гостиничной индустрии.
3. Что представляет собой основной гостиничный продукт?
4. Перечислите, какие элементы входят в состав гостиничного продукта.
5. Дайте характеристику структуре гостиничного продукта.
6. Что относят к основным услугам в структуре гостиничного продукта?
7. Приведите типизацию комнат номерного фонда гостиницы.
8. Раскройте классификацию номеров по типу размещения гостей.
9. Приведите комбинации типов размещения гостей в номерах.
10. Назовите и охарактеризуйте типы применяемых к размещению тарифов.

11. Какова классификация гостиничных номеров?
12. Раскройте классификацию номеров по признаку их расположения.
13. Какова классификация номеров в зависимости от открывающегося из окна номера вида?
14. Какими нормами определяются особенности классификации номеров в Республике Беларусь?



ТЕСТ-КОНТРОЛЬ

1. По функциональному назначению услуги подразделяются на:
 - а) материальные и нематериальные;
 - б) материальные и социально-культурные;
 - в) материальные, социально-культурные и динамические;
 - г) первичные и вторичные.

2. Услуга по удовлетворению материально-бытовых потребностей потребителя услуг – это:
 - а) материальная услуга;
 - б) социально-культурная услуга;
 - в) гостиничная услуга;
 - г) ресторанная услуга.

3. Услуга по удовлетворению духовных, интеллектуальных потребностей и поддержанию нормальной жизнедеятельности потребителя – это:
 - а) материальная услуга;
 - б) социально-культурная услуга;
 - в) гостиничная услуга;
 - г) ресторанная услуга.

4. Организованное взаимодействие гостя и персонала гостиницы, непрерывно воздействующее на гостя в течение всего периода пребывания – это:
 - а) принуждение;
 - б) организация;
 - в) гостиничная услуга;
 - г) ресторанная услуга.

5. Основным гостиничным продуктом выступают:

- а) гости;
- б) персонал гостиницы;
- в) номера;
- г) горничные.



ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Задание 1. Проклассифицируйте номера в средстве размещения «Гостиница «Минск» в зависимости от комфортности в соответствии с нормами СТБ 1353-2005 «Средства размещения туристов. Общие требования» в Республике Беларусь. Выделите имеющиеся категории номеров данной гостиницы по признакам:

– высшая («Сюит», «Апартамент», «Студия», «Джуниор сюит», «Люкс», «Кинг сайз» с полным санузлом повышенной комфортности);

- первая;
- вторая;
- третья;
- четвертая.

Полученные данные систематизируйте и представьте в виде таблицы с подробными пояснениями.

Задание 2. Проклассифицируйте номера в средстве размещения «Гостиница «Юбилейная» в зависимости от комфортности в соответствии с нормами СТБ 1353-2005 «Средства размещения туристов. Общие требования» в Республике Беларусь. Выделите имеющиеся категории номеров данной гостиницы по признакам:

– высшая («Сюит», «Апартамент», «Студия», «Джуниор сюит», «Люкс», «Кинг сайз» с полным санузлом повышенной комфортности);

- первая;
- вторая;
- третья;
- четвертая.

Полученные данные систематизируйте и представьте в виде таблицы с подробными пояснениями.

Задание 3. Проклассифицируйте номера в средстве размещения «Гостиница «Минск» в зависимости от количества человек, размещаемых в номере, в соответствии с нормами СТБ 1353-2005 «Средства размещения туристов. Общие требования» в Республике Беларусь. Выделите имеющиеся категории номеров данной гостиницы по признакам:

- одноместный номер «сингл»;
- двухместный номер «дабл»;
- двухместный номер «твин»;
- семейный номер;
- многоместный номер.

Полученные данные систематизируйте и представьте в виде таблицы с подробными пояснениями.

Задание 4. Проклассифицируйте номера в средстве размещения «Гостиница «Президент-отель» в зависимости от количества человек, размещаемых в номере, в соответствии с нормами СТБ 1353-2005 «Средства размещения туристов. Общие требования» в Республике Беларусь. Выделите имеющиеся категории номеров данной гостиницы по признакам:

- одноместный номер «сингл»;
- двухместный номер «дабл»;
- двухместный номер «твин»;
- семейный номер;
- многоместный номер.

Полученные данные систематизируйте и представьте в виде таблицы с подробными пояснениями.

ТЕМА 6

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

-
- 6.1. Функциональная организация основных групп помещений гостиницы.*
 - 6.2. Оборудование и мебель основных групп помещений гостиницы.*
 - 6.3. Санитарно-техническое оборудование.
Общие требования.*
-

6.1 Функциональная организация основных групп помещений гостиницы

Современные гостиничные предприятия представляют собой как правило комплексный многофункциональный объект, включающий большое количество помещений различного функционального назначения: для приема, размещения и обслуживания, предоставления жилья, организации питания, предоставления дополнительных услуг, культурно-массового отдыха, а также служебные, хозяйственные, подсобные, технические и иные помещения. Состав и количество помещений любого гостиничного предприятия зависит от типа и вместимости, является многофункциональным по своему назначению сооружением и содержит технологически сложное оборудование. И все эти помещения в совокупности должны создавать комфортабельные условия для размещения гостя. Состав помещений гостиниц должен быть оправданным и удобным, составлять единый комплекс для эффективного выполнения задачи комфортного размещения и обслуживания гостя в соответствии с его предпочтениями.

По **функциональному назначению** в гостинице выделяют:

- группу помещений вестибюля;
- жилую часть;
- помещения для питания гостей;

- помещения торгово-бытового обслуживания;
- помещения для занятий спортом;
- помещения развлекательного комплекса;
- помещения делового назначения;
- служебные и бытовые помещения;
- помещения администрации;
- технические помещения.

Группа помещений вестибюля – одна из самых важных частей гостиницы. Эта группа помещений предназначена для встречи, приема и проводов гостей, в ней осуществляется функция распределения и перераспределения некоторых видов работ по обслуживанию гостей. В планировочной и функциональной организации гостиницы группа помещений вестибюля располагается на первом этаже, прилегает непосредственно к главному входу. В вестибюле находятся основные помещения, предназначенные для обслуживания гостей, происходит организация и выполнение основного технологического процесса – перемещение гостей, посетителей, багажа и организация приема, размещения, торговое, бытовое и экскурсионное обслуживание, предоставление услуг связи, банковских услуг, отдых, ожидание при оформлении документов и др.

Пространство вестибюля является многофункциональным и включает в себя:

- 1) зону приема гостей;
- 2) зону главного входа в гостиницу;
- 3) лестнично-лифтовую зону;
- 4) зону отдыха гостей;
- 5) зону предоставления дополнительных услуг.

Примерная схема размещения функциональных зон вестибюля представлена на рис. 4.

Многофункциональность помещений вестибюля предопределяет необходимость эффективной организации различных функциональных зон: зоны открытого пространства, вестибюля, зоны работы, торговой зоны и зоны обслуживания, зоны отдыха, зоны ожидания. Группа помещений вестибюля гостиницы тщательно зонирована, отвечая назначению гостиницы. Эффективное расположение зон способствует верному распределению потоков клиентов, формированию непересекающихся потоков.



Рис. 4. Примерная схема размещения функциональных зон вестибюля

Разработка функциональных схем связей помещений гостиницы помогает рационализировать технологические связи и материальные потоки. Различают потоки внутренние (между помещениями и группами помещений), входные (из внешней среды в гостиницу), выходные (из гостиницы во внешнюю среду). Помимо информационных потоков отдельно изучаются потоки проживающих в гостинице, персонала, багажа клиентов, белья, мусора, отходов, инвентаря и т. д. С помощью логистических методов возможно регулировать потоки по направлениям и интенсивности движения.

Функциональная организация помещений вестибюльной группы призвана обеспечить рациональное взаимное расположение вертикальных коммуникаций и входов, с тем, чтобы движение основного людского потока было наиболее коротким. Функциональная связь между зонами и помещениями вестибюльной группы должна исключить пересечение людских потоков. Четкое зонирование вестибюля сведет до минимума пересечение потоков проживающих, уезжающих и приезжающих гостей, персонала, эпизодических посетителей и путей доставки багажа в номера и к выходу.

Как правило, помещения вестибюля гостиницы зонированы для таких основных зон, как зона интенсивного пешеходного движения, зона экстенсивного пешеходного движения, рекреационная и вспомогательная зоны. Площадь вестибюля рассчитывают исходя из норматива 0,8–0,09 м² на 1 место.

В группе помещений приема находятся:

- дежурный администратор, ведущий учет занятых номеров, предварительных заказов;
- касса, где клиенты производят оплату полученных услуг;
- портье, ведущий учет ключей, выдающий корреспонденцию, выполняющий личные поручения.

Вспомогательная зона вестибюля как правило состоит из помещений отделения связи, банковского пункта, камеры хранения. Эти помещения располагаются вокруг ее основного звена – вестибюля, и предусматривают возможность быстрого ориентирования прибывающих, зрительного контроля за посетителями и исключают возможные скопления потоков гостей.

Для размещения и эффективного взаимодействия функциональных зон вестибюля применяют различные типы планировок помещений вестибюльной группы. Структура и размеры функциональных зон определяются уровнем комфорта, вместимостью, а также специализацией предприятия размещения.

Главный вход в вестибюль гостиницы располагается, как правило, в ее центральной части по периметру вестибюля, что позволяет визуально воспринимать вестибюль в реальных размерах и помогает гостю мгновенно ориентироваться в его структуре.

Наибольшую площадь в холле занимает открытая зона активного передвижения и отдыха гостей. Эта зона призвана обеспечить беспрепятственное передвижение и свободный доступ к другим помещениям вестибюльной группы. Наиболее интенсивное движение гостей в открытой зоне вестибюля осуществляется через ее центральную часть между зонами входа в гостиницу / выхода из нее и зоной вертикальных коммуникаций (холл лестничной и лифтовой зоны). Беспрепятственному перемещению гостей от главного входа до лифта и лестницы способствует их обратное или угловое расположение.

Правильное размещение всех основных элементов вестибюля – главного входа в гостиницу, вертикальных коммуникаций, связывающих вестибюль с вышележащими этажами, и стойки

оформления – способствует быстрой ориентации посетителей и позволяет избежать лишних передвижений по вестибюлю. От взаиморасположения главного входа в гостиницу, стойки оформления и основных вертикальных коммуникаций, соблюдения технологической последовательности их размещения (вход – стойка оформления – вертикальные коммуникации) в значительной мере зависит четкость движения в вестибюле и удобство пользования им. Особое значение это имеет в гостиницах, работающих по системе «службы портье», когда ключи от всех номеров находятся у портье.

Основными вертикальными коммуникациями в гостиницах являются лестницы и лифты, реже – эскалаторы. Их число зависит от этажности и вместимости гостиницы (включая численность смены обслуживающего персонала), грузоподъемности и скорости движения лифтов, допустимого времени ожидания кабины, принятой системы управления лифтами и других факторов. Однако во всех случаях в гостинице имеется не менее двух пассажирских лифтов.

Обычно пассажирские лифты группируют (от двух до восьми лифтов в одной группе), что позволяет эффективно использовать вертикальный транспорт, сократить время его ожидания, и размещают вблизи главной лестницы, обеспечивая хорошую обозреваемость и удобный подход к ним от главного входа в гостиницу, а также от стойки оформления. В зданиях гостиниц большой протяженности и с большим числом мест на одном этаже иногда предусматривают по несколько лифтовых групп, что позволяет сократить максимальные расстояния от них до номеров. Кроме пассажирских лифтов гостиницы оборудуют служебными – грузопассажирскими и грузовыми лифтами, число которых также зависит от этажности и вместимости гостиницы. Эти лифты предназначены для перевозки обслуживающего персонала и грузов (багажа гостей, мебели, инвентаря, подачи еды в номера). Служебные лифты часто группируют, а входы в них организуют из специальных лифтовых холлов.

Планировочная организация вертикальных коммуникаций в гостиницах, количество лифтов, лестничных холлов, их размеры определяются уровнем комфорта, этажностью, количеством мест в заведении размещения. Размещение лифтов и лестничных холлов может быть совмещенным или отдельным.

Зона рецепции в холле чаще всего выполнена в форме стойки, за которой находится рабочее место дежурного администратора, который ведет учет занятых номеров, предварительных заказов; кассира, который обеспечивает расчет клиентов за услуги; портье, который ведет учет ключей, выдает корреспонденцию и др.

Современный технологический процесс приема и регистрации гостей в холле должен быть оптимальным для обеспечения комфорта гостей, поэтому рецепция располагается в промежуточной части, гости двигаются от главного входа к рецепции и далее до лестничной зоны или лифта. Этот путь должен быть наиболее коротким, не пересекаться и не быть обратным. Рецепция должна обеспечивать высокую визуальную видимость входа и других функциональных зон вестибюля.

Расположение рецепции в системе «главный вход – рецепция – вертикальные коммуникации» может быть:

1) односторонним, рецепция расположена со стороны главного входа;

2) двусторонним, рецепция находится со стороны вертикальных коммуникаций;

3) трехсторонним, рецепция расположена между главным входом и вертикальными коммуникациями. Последний вариант наиболее рационален в обеспечении наиболее комфортного обслуживания гостей.

Зона отдыха/ожидания – необходимый компонент в функциональной структуре вестибюля, который обеспечивает краткосрочное пребывание гостей в период ожидания поселения, отъезда или в процессе проживания, здесь могут проводиться встречи гостей и посетителей отеля. Эта зона представлена мягкой мебелью, журнальным столиком, рекламными проспектами отеля, деловой корреспонденцией. Чаще эту зону располагают вдоль наружной стены возле окон, что обеспечивает высокую солнечную инсоляцию и обзор прилегающей к зданию гостиницы территории.

В отелях высокого уровня комфорта и значительной вместимости в структуре помещений вестибюльной группы выделяется *бюро обслуживания* (сервис-бюро). Функции бюро обслуживания связаны с предоставлением различной информации, организацией экскурсий, заказом мест в учреждениях культурно-развлекательного профиля, транспорте и др. Планировочное решение этого звена зависит от размещения рецепции и принятой в отеле формы органи-

зации технологического процесса. При организации технологического процесса бюро обслуживания функционирует в отдельной зоне на первом или втором этаже. При организации единого технологического процесса бюро обслуживания располагается непосредственно возле рецепции. В планировочную структуру помещений бюро обслуживания иногда включены транспортные службы, представленные трансгентством или транспортным бюро, в курортных отелях выделяются помещения транспортных касс.

К помещениям вестибюльной группы относятся торговые пункты, пункты почтовой и телефонно-телеграфной связи, гардероб, парикмахерская, бар, камера хранения, помещения для швейцаров и носителей багажа. Широко распространено размещение киосков продажи прессы, мелких дорожных принадлежностей, ювелирных изделий, косметики и др. Торговая зона чаще расположена напротив зоны отдыха и вблизи лестнично-лифтовых коммуникаций.

Оборудование вестибюля и его интерьер должны быть презентабельными и удобными для гостей. При устройстве интерьера группы помещений вестибюля придерживаются следующих правил:

- аутентичность архитектурного решения и дизайна;
- оборудование, мебель, предметы интерьера должны обладать характеристиками высококачества материалов и долговечности использования;
- выдержанная цветовая гамма, гармонирующая с общим интерьерным решением в дизайне интерьера гостиницы;
- гармоничность в эстетическом оформлении интерьера, выдержанность в декоративных элементах;
- выделение различных функциональных зон группы помещений вестибюля посредством перемежения элементов освещения, декоративной отделки, цветового решения;
- расположение групп мебели различного функционального назначения, декоративных растений и иных элементов интерьера осуществляют с учетом зон интенсивного перемещения гостей и технологического процесса предоставления услуг.

Оборудование, располагаемое в каждой зоне, должно иметься в достаточном количестве. Интерьер, зонирование вестибюля, удобство передвижения в нем гостя является визитной карточкой каждого отеля.

Жилая часть гостиницы содержит места для размещения приезжающих (номера) и помещения, необходимые для нормального функционирования жилой части и поддержания чистоты в номерах.

Блок помещений жилой группы в гостиницах любого типа составляет более 50% объема всех помещений здания и представляет собой жилые комнаты – номера, а также непосредственно связанные с ними вспомогательные и служебные помещения. К жилой части относятся коридоры, гостевые холлы, лифтовые холлы, лестничные площадки и помещения дежурного персонала.

Номера для размещения гостей располагаются на жилых этажах здания гостиницы, где находятся также помещения для дежурного персонала, обслуживающего их, общие горизонтальные коммуникации, гостиные, лифтовые холлы.

Структура и соотношение номеров различной площади, вместимости, категоричности в номерном фонде гостиницы зависит от ее размера, типа, функционального назначения, места расположения и прочих факторов, учтенных в совокупности. С учетом потребностей гостей и запросов рынка в отелях может проводиться коррекция структуры и состава номерного фонда посредством соединения/разъединения номеров дверью или подвижной перегородкой, установки дополнительной кровати, перестановки мебели в комнатах.

Примерная схема расположения помещений блока жилой группы помещений гостиницы представлена на рис. 5.

В состав жилой части гостиницы входят:

- номера;
- горизонтальные коммуникации (коридоры);
- гостиные;
- лестнично-лифтовые холлы;
- помещения дежурного персонала.

Жилой этаж многоэтажной гостиницы может иметь один или несколько коридоров, разную форму плана. Распределение площади жилой части между номерами и иными помещениями зависит от назначения конкретной гостиницы. На долю номеров приходится 50–70%, на коридоры – от 10–20% площади жилой части.

Номер для приезжающего имеет многофункциональное назначение. Он обеспечивает ночлег, является местом отдыха, приема пищи, личной гигиены, работы, общения. В номере хранятся личные вещи гостя.



Рис. 5. Примерная схема расположения помещений блока жилой группы помещений гостиницы

Требования к оборудованию номеров:

- площадь номера не менее 16,7 м²;
- мебель должна обеспечивать удобства пользователю, соответствовать санитарным и эргономическим требованиям, вкусам клиентов;

– наличие санузла, прихожей, минибара, телевизора, телефона, сейфа и прочего, в зависимости от класса гостиницы или номера.

Мебель в номерах размещается в зависимости от габаритов номера, простенков, особенностей отопления, технологических параметров. В особом внимании, наряду с мебелью, нуждается постельное белье и принадлежности, столовое белье, драпировки, ковры, ковровые покрытия.

Соотношение номеров различной вместимости четко зафиксировано и может изменяться лишь при реконструкции гостиниц (если позволяют конструкции). Вместе с тем структура номерного фонда должна соответствовать потребностям приезжающих и требует некоторой корректировки (по сезонам года, с течением времени и пр.). В ряде гостиниц предусматриваются оперативные из-

менения состава номерного фонда за счет соединения (разъединения) номеров с использованием дверей и/или подвижных перегородок. Практикуется установка добавочного места для сна и использование площади других помещений.

Апартаменты составляют не более 10% числа номеров. Они весьма различны по числу и назначению комнат, санитарным узлам, прихожим и общей площади.

Тесную взаимосвязь с расположением номерного фонда имеют количество и расположение *коридоров и холлов*. В плане расположения жилых номеров здания гостиницы могут находиться один или несколько коридоров и холлов. Эти горизонтальные коммуникации (коридоры) обеспечивают функциональную связь между помещениями этажа, где расположен массив жилых номеров и хозяйственных помещений, определяют его экономичность, возможность рекреационного использования, планировочную организацию вертикальных коммуникаций. Различают следующие типы планировки жилого этажа: коридорная, галерейная, секционная, комбинированная.

Гостиницы с коридорными типами расположения номерного фонда являются самыми простыми и рациональными. В этом случае различают три варианта конфигурации этажа: один общий протяжный коридор, два параллельных коридора, периметральный (сомкнутый по периметру) общий коридор. Один общий коридор характеризуется двусторонним расположением номеров.

Галерейные планировки жилого этажа используются в гостиницах с односторонним размещением номеров, когда необходима определенная их ориентация. Галерейное расположение коридоров характерно для учреждений сезонного функционирования в отелях атриумного типа. В гостиницах атриумного типа галерея главным образом располагается с внутренней стороны с выходом на атриум в виде балкона или по внешнему периметру здания с ориентировкой номеров на атриум.

Секционная структура коридоров характеризуется расположением жилых помещений вокруг вертикальных коммуникаций – лестничных и лифтовых холлов, главным образом в жилых корпусах сезонных средств размещения, например в туристских базах, мотелях.

Комбинированная планировочная структура жилого этажа объединяет одновременно планирования нескольких предыдущих

форм его организации. Например, может использоваться коридорная и галерейная структуры в осложненных конфигурациях жилого этажа. Примерная схема размещения функциональных зон жилой части гостиницы представлена на рис. 6.

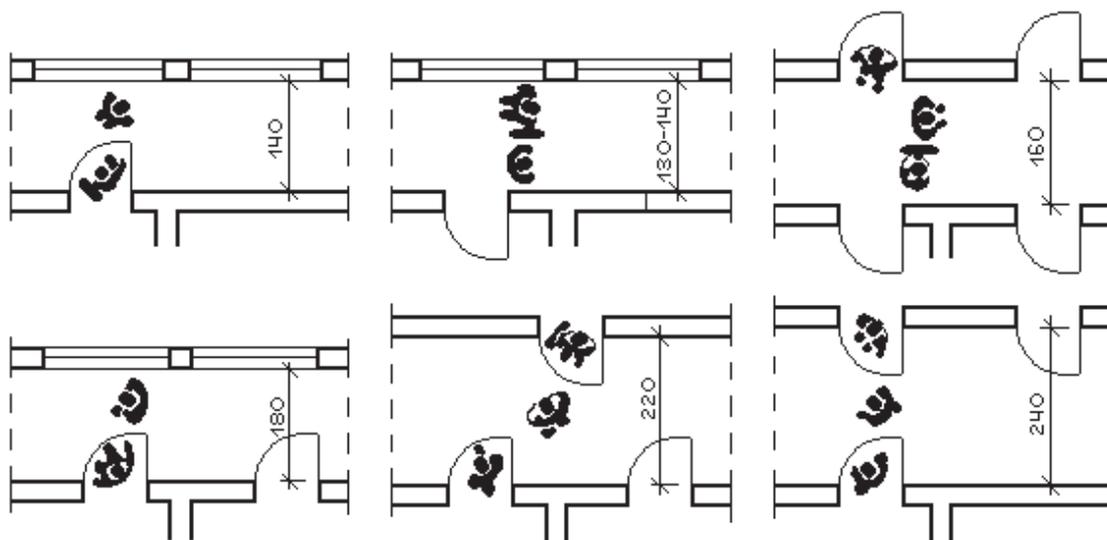


Рис. 6. Схема размещения функциональных зон жилой части гостиницы

В жилой части гостиницы располагаются и различные вспомогательные помещения хозяйственного назначения, комнаты для обслуживающего персонала, горничных, кладовые чистого белья, расходных материалов, средств уборки, инвентаря. Эффективное включение таких помещений в структуру жилой части гостиницы помогает эффективной организации труда по уборке номерного фонда, его обслуживанию, сокращает маршруты передвижения сотрудников в рабочее время, снижает трудозатраты, утомляемость работников.

Помещения для питания гостей служат для предоставления гостю услуг питания, как включенных в тариф его проживания в гостинице, так и для обеспечения приема пищи на условиях оплаты.

Предприятия общественного питания, интегрированные в структуру гостиницы, являются важным ее структурным подразделением для целей формирования основного продукта и средством предоставления услуги питания согласно тарифу проживания, а также способствуют формированию комплекса дополнительных услуг, которые определяются функциональным типом заведения питания.

Функциональная организация предприятий общественного питания в структуре гостиничного предприятия осуществляется с учетом категории гостиницы. Как правило, в некатегорийных средствах размещения и гостиницах категории «одна звезда» организация питания гостей не является обязательной; в гостиницах категории «две звезды» и «три звезды», как правило, организуют работу заведения питания категории ресторан или кафе; в гостиницах категории «четыре звезды» и «пять звезд» организуют работу ресторанов, банкетных залов, баров, ночных клубов. Для гостиниц в составе гостиничных цепей предусмотрены как минимум два типа ресторана – фешенебельный с фирменными блюдами и небольшой ресторан экономического класса.

По характеру торгово-производственной деятельности все предприятия питания подразделяются на следующие типы: ресторан, кафе, бар, буфет, столовая, закусочная и др.

Ресторан – это предприятие общественного питания, в котором гостям предлагается широкий ассортимент блюд, напитков, кондитерских изделий, в частности фирменного и сложного приготовления. Уровень обслуживания в ресторанах обеспечивается высококвалифицированными поварами, официантами, метрдотелями и сочетается с организацией отдыха и развлечений для гостей и посетителей отеля. От посещения ресторана гость должен получить положительные эмоции и впечатления, а потому весомую роль в ресторане играет атмосфера заведения, которую формирует, с одной стороны, категория гостей (их манеры поведения, внешний вид, культура общения), с другой – обслуживающий персонал, задачей которого является создание, корректировка программы пребывания в заведении гостей. Посетители чувствуют атмосферу заведения сразу после прихода в заведение. От того, как встретят гостя, зависят его намерения остаться в заведении, сделать заказ, продолжительность нахождения в ресторане. Определяющую роль в характере атмосферы гастрономического заведения играет обслуживающий персонал, который встречает гостей. Персонал должен приветливо с улыбкой приглашать клиента в зал, информировать его об оригинальности, высоких вкусовых характеристиках кулинарных изделий, напитков, комфортной обстановке, способствующей приятному отдыху.

Кафе – предприятие общественного питания, предоставляющее гостям ограниченный ассортимент блюд и напитков, конди-

терских изделий, молочнокислой продукции в сочетании с отдыхом и развлечениями. В большинстве гостиничных комплексов кафе функционируют как отдельные структурные предприятия.

Бар – предприятие общественного питания, которое предлагает гостям различные напитки, десерты, закуски, кондитерские изделия. В отелях бары располагаются в помещении ресторанов, кафе, а также и как отдельные предприятия. В барах категории «люкс», «высшей» и «первой» категории гостей обслуживают официанты, за барной стойкой – бармены; в барах «второй» категории в зале обеспечивается самообслуживание, за барной стойкой гостей обслуживает бармен, за буфетным прилавком – буфетчик.

В зависимости от места расположения баров в отеле их классифицируют на:

- вестибюльные (представлены в вестибюлях гостиниц, имеют удобное расположение для проведения встреч, отдыха гостей и посетителей);
- ресторанные (расположены в зале ресторана, этот тип баров наиболее привлекательный в интерьере ресторана);
- вспомогательные (находятся на этажах в отелях, здесь предлагают вино, пиво, прохладительные напитки, используемые для обслуживания клиентов в номерах);
- банкетные (расположены в банкетном зале, используются исключительно для обслуживания банкетов и конференций);
- бары при бассейнах (характерны для высококатегорийных отелей, предлагают широкий ассортимент прохладительных напитков, коктейли, кондитерские изделия, десерты);
- служебные (расположены в служебных помещениях гостиниц и ресторанов и рассчитаны на экспресс-обслуживание персонала);
- мини-бары (небольшой запас прохладительных напитков в специально оборудованном барном месте с холодильником в номерах отеля, предназначен для круглосуточного обеспечения гостей в номере высшей категории комфорта напитками и десертом. Ассортимент мини-баров ограничен, пополняется ежедневно).

Буфет – предприятие общественного питания с ограниченным ассортиментом холодных закусок, напитков, булочных и кондитерских изделий, сладких блюд несложного приготовления. Разрешается продажа упакованной продукции на вынос, а также реализация продовольственных товаров. В гостиницах буфеты обо-

рудованы электроплитами, холодильниками, охлаждающими прилавками, кофеваркой и другим оборудованием.

Столовая – предприятие общественного питания, зачастую функционирует в структуре курортных гостиниц. Эти учреждения рассчитаны на изготовление, реализацию и организацию потребления пищи на месте гостями отеля и посетителями, разрешается вынос продукции, а также предоставляются различные дополнительные услуги.

Закусочная – предприятие общественного питания, производит различные блюда, закуски, несложного приготовления холодные и горячие напитки, мучные кондитерские изделия.

Согласно категории гостей, которые обслуживаются, предприятия общественного питания подразделяются на следующие категории:

- 1) общедоступные;
- 2) ориентированные на обслуживание определенной категории гостей.

Предприятия ресторанного хозяйства в структуре гостиничных комплексов относятся к категории общедоступных, однако обязаны обслуживать в первую очередь клиентов гостиницы. В специализированных учреждениях размещения – пансионатах, гостиницах-клубах, гостиницах с лечением и других обеспечивается обслуживание только гостей заведения.

Согласно ассортименту (специализации) предприятия питания делятся на две категории: полносервисные и специализированные.

В структуре предприятий питания по торгово-производственной деятельности полносервисными в большинстве случаев выступают рестораны и кафе, предлагающие самый широкий ассортимент блюд, закусок, хлебобулочных и мучных кондитерских изделий, различные напитки. В меню полносервисных ресторанов и кафе высокая доля фирменных блюд и блюд на заказ, которые относятся к категории блюд «высокой кухни». В полносервисных предприятиях питания обеспечивается высокий уровень обслуживания: метрдотель встречает и сопровождает гостей к столу, старший официант помогает в выборе блюд, подчеркивает вкусовые особенности блюд, дает рекомендации относительно алкогольных напитков согласно заказанным блюдам.

Специализированные предприятия питания могут иметь широкий профиль – специализироваться в отдельной национальной кухне

(французской, итальянской, китайской и др.) – или иметь узкую специализацию в одном или нескольких блюдах. На приготовлении одного главного блюда специализируются прежде всего предприятия быстрого обслуживания, предлагающие гамбургеры (*McDonald's*, *Burger King*), пиццу (*Pizza Hut*, *Domino's*), сэндвичи (*Subway*) и др.

По форме обслуживания предприятия питания классифицируются следующим образом:

- предприятия самообслуживания;
- с частичным обслуживанием официантами;
- с полным обслуживанием официантами.

Состав помещений предприятий питания гостиницы содержит следующие подгруппы:

- 1) торговые помещения (зал ресторана, бар);
- 2) производственные помещения пищеблока (горячий и холодный цехи кухни, моечную, раздаточную);
- 3) самостоятельную входную группу для посетителей, не проживающих в гостинице.

Детальный состав этих помещений, их площади, интерьер, число посадочных мест и оборудование определяется назначением гостиницы, уровнем ее комфорта, ее вместимостью, а также ее местоположением и близлежащей инфраструктурой общегородских предприятий общественного питания и иных факторов.

В расположенных в помещениях гостиницы ресторанах, барах, кафе и других предприятиях питания приезжающие, наряду с приемом пищи, могут проводить встречи, беседы, отдыхать, общаться, проводить свой досуг.

В группе **помещений торгово-бытового обслуживания** предоставляют услуги клиентам гостиницы самые разнообразные торговые предприятия – начиная от киосков по продаже прессы и заканчивая фирменными магазинами по продаже меховых или ювелирных изделий, парикмахерскими, химчистками, ателье и др.

В состав **помещений гостиницы для занятий спортом** обычно входят бассейны, спортивные залы, кегельбан, бильярдный зал, залы для фитнеса, игровые площадки и др.

Состав **помещений развлекательного назначения** включает киноконцертные, банкетные, танцевальные залы.

Помещения делового назначения включают различные по вместимости и оборудованию конференц-залы, залы для деловых и банковских операций, выставочные залы.

Служебные и бытовые помещения гостиницы обеспечивают условия работы, быта, питания персонала, включая хозяйственные и подсобные нужды. При оценке расположения служебных помещений исходят из необходимости сокращения маршрутов передвижения персонала в рабочее время. Удаление обслуживающего персонала от места приложения труда приводит к дополнительным затратам энергии, большей утомляемости. Поэтому в непосредственной близости к номерам на этаже размещается ряд помещений обслуживания: комнаты горничных, кладовые (чистого белья и расходных материалов, грязного белья и средств уборки), помещения официантов, мусороприемник и др.

Помещения администрации в своем составе включают кабинет дирекции, помещения бухгалтерии, планово-экономического отдела, отдела снабжения и др. Блок таких помещений располагается как правило вне зоны досягаемости проживающих, что исключает пересечение потоков гостей и административных служащих гостиницы.

В **технических помещениях** располагаются службы, контролирующие работу техники кондиционирования, централизованного удаления мусора, связи, сигнализации и других систем жизнеобеспечения гостиницы.

Любая гостиница оснащена разнообразным **инженерным оборудованием**, порой очень и очень сложным. Поддержание его в рабочем состоянии обеспечивается соответствующими службами при строгом соблюдении норм техники безопасности и охраны труда. Недопустимо присутствие в помещениях гостиницы различных избыточных шумов, вибрации, недостаточного или избыточного освещения, тепло- и влагоотделения, присутствия посторонних запахов и др.

Водопроводная сеть обеспечивает здание гостиницы водой для питьевых и хозяйственно-бытовых нужд. Загрязненная вода попадает в систему канализации и удаляется из гостиницы. Наряду с обеспечением гостиниц холодной водой действуют системы горячего и пожарного водоснабжения. Качество и температура воды, поступающей в гостиницы, должны соответствовать требованиям стандарта страны.

Посредством системы естественной и механической вентиляции происходит удаление загрязненного воздуха из помещений гостиницы и приток свежего воздуха. Системы вентиляции разли-

чаются по способам организации воздухообмена и перемещения воздуха, по назначению (приточные, вытяжные). В гостиницах предусматриваются технологии очистки воздуха от аллергенов и загрязнений, кондиционирования (регулирование внутреннего климата).

В системе электроснабжения предусмотрены две изолированные схемы – от основного источника (схема имеет основную и дежурную разводку) и резервная (аварийная). Для обслуживания силовых нужд, на освещение, нагревательные цели потребляется электрическая энергия. В состав силового оборудования гостиницы входят: электродвигатели, машины для уборки помещений, лифты, холодильники, насосы, компрессоры, станки и пр.

Сложным представляется слаботочное хозяйство гостиницы, включающее средства связи, пожарной и охранной сигнализации, радиофикации, телевидения, автоматизации инженерного оборудования и пр. В последние годы слаботочное хозяйство гостиниц подверглось коренной модернизации.

Система пожарной сигнализации представляет собой модульную адресно-аналоговую пожарную станцию. Разнообразные пожарные информаторы позволяют выбрать для каждого помещения гостиницы наиболее подходящий физический принцип обнаружения возгорания: оптический, ионизационный, тепловой.

Систему охранной сигнализации гостиницы рекомендуется создавать как полуавтономную. На пульт централизованной охраны поступает информация о подсистеме сигнализации, установленной в помещениях временного хранения наличных денег, в кассах, обменных пунктах. Для всех остальных помещений действует автономная система сигнализации.

Система оповещения гостиницы представляет собой аудиосистему многоцелевого назначения. В функции системы входит: оповещение персонала о возникновении чрезвычайной ситуации; передача информации с микрофонов или заранее записанной; трансляция сообщений и радиопрограмм; фоновое музыкальное сопровождение.

Система контроля доступа призвана предотвратить проникновение нежелательных лиц в здание или в отдельные помещения гостиницы. Применяются автономные системы, состоящие из дверных замков со считывателем; терминалов для изучения информации с замков; программаторов карт; управляющего компью-

тера. Используются системы с однонаправленной передачей информации, а также системы с управляющими воздействиями.

Телевизионные системы гостиниц в зависимости от назначения классифицируются на систему наблюдения, охранную, информационную, гостевую, предприятий питания, конференц-залов. Телевизионная система наблюдения обеспечивает контроль производственных процессов, служб гостиницы. Телевизионные камеры, установленные у стоек регистрации клиентов, на эскалаторах, помогают наблюдать за техническим обеспечением гостиницы, оперативно реагировать на изменения потока клиентов, проводить анализ и экспертизу чрезвычайных ситуаций, облегчают работу персонала.

Локальная вычислительная сеть гостиницы состоит из вычислительной сети поддержки бизнес-центра и отдельных служб (особенно службы размещения). Вычислительная сеть гостиницы должна иметь возможности выхода на сети гостиниц для резервирования номеров и бронирования билетов. Она представляет собой современную форму телекоммуникаций для внутренней работы гостиницы и взаимодействия с внешней средой.

Поддержание инженерного оборудования в рабочем состоянии достигается осуществлением контроля за использованием оборудования; соблюдением нормативных условий эксплуатации; своевременным проведением осмотров, эксплуатационного и капитального ремонтов оборудования. В настоящее время компьютеризированные системы могут обеспечить регулирование, управление и ведение функций измерения сигнализации, переключения, учета процессов жизнедеятельности в гостинице.

Состав и площадь отдельных групп помещений различны и зависят от типа гостиницы, условий эксплуатации, ее вместимости.

Функциональной зоной гостиницы является также территория, примыкающая к гостиничному зданию. Она обеспечивает изоляцию клиентов и персонала гостиницы от внешней среды (шум, загазованность, грязь и пр.), доступность для приезжающих. С этой точки зрения важно расположение гостиницы относительно транспортных узлов, соответствующее рекламное оформление здания. Около гостиницы предусматриваются места отдыха гостей, парковка и стоянка транспортных средств. Перспективно использование подземного пространства территории гостиницы.

6.2 Оборудование и мебель основных групп помещений гостиницы

Оборудование и мебель основных групп помещений гостиницы при должном их расположении и оптимальном зонировании будет способствовать повышению эффективности технологического процесса предоставления гостиничных услуг.

Мебель, которой оснащены гостиничные номера, выступает важным элементом обстановки, влияющим на эстетическое восприятие предоставляемой гостю услуги проживания. А потому мебель для оснащения гостиничных номеров выбирается исходя из функционального назначения номера, уровня комфорта гостиницы, а также учитывая существующие нормативы по мебелировке и оснащению гостиничных номеров. Учитывается также и количество комнат в номере, его площадь, количество и расположение оконных и дверных проемов. Номера большей площади легче поддаются зонированию и размещению мебели. В таких номерах выделяют зону для отдыха, зону для работы, зону для хранения вещей. Чаще всего такой номер будет оборудован мебелью для сна, гардеробной, рабочим столом, книжным шкафом, креслом, журнальным столиком, обеденным столом со стульями, мебелью для отдыха. Сложнее поддаются зонированию и мебелировке небольшие по площади однокомнатные номера. Мебель и ее расположение должны быть функциональны и удобны для целей проживающих.

При оснащении номеров обязательно учитываются не только ее функциональные свойства, но и эргономические характеристики. Например, высота сиденья стула, угол наклона спинки дивана, высота столешницы стола и пр.

Основные поверхности (стены, потолки, окна, пол) являются тем общим фоном, на котором смотрится вся обстановка и складывается впечатление гостя о предприятии размещения. Мебель также играет роль важного инструмента в формировании интерьера гостиницы, поскольку именно мебелировка из пустого помещения делает уютное, удобное жилище, отвечающее запросам гостя.

При проектировании мебели в процессе оборудования гостиничных помещений строго соблюдаются функциональные нормы, обеспечивающие комфорт и удобство в эксплуатации. Этим нормам должны соответствовать высота, глубина, ширина, угол на-

клона сидений, высота подлокотников, высота и ширина спинок диванов и кресел, длина и ширина спального места, длина, ширина и высота рабочей плоскости столов, соотношение с высотой сиденья, размеры отделений и ящиков шкафов (исходя из стандартных размеров предметов).

Кроме размерных норм при проектировании отдельных предметов мебели существуют обязательные требования к размещению мебели. Группируя мебель, необходимо соблюдать правила рационального взаиморасположения отдельных предметов мебели и обеспечивать удобство пользования ими. Между группами мебели надо оставлять проходы достаточной ширины.

При расстановке мебели следует учитывать ее назначение и связанные с этим требования.

Мебель для сна. Расстояние от стены с окном до торца кровати должно быть не менее 40–50 см, а до продольной стороны – не менее 70–80 см. Это требование связано с тем, что, как правило, температура воздуха у окна ниже, чем в остальном пространстве, могут присутствовать излишние потоки холодного воздуха. Около одной из боковых сторон кровати должно быть не менее 50 см свободного пространства.

Стол. Расстояние от рабочего стола до окна должно быть не более 100–120 см, он должен освещаться прямо или лучше слева. Чтобы можно было удобно сидеть и выходить из-за стола, ширина свободного пространства должна быть не менее 75 см.

Мягкая мебель. Расстояние между сиденьями дивана или кресел и журнальным столиком должно быть не менее 30 см.

Шкафы. Их располагают, например, неподалеку от спальных мест. Перед шкафами ширина свободной зоны должна быть не менее 50 см, чтобы можно было полностью открыть дверцы или выдвинуть ящики.

Телевизор. Расположение телевизора относительно окна должно обеспечивать хороший просмотр передач днем. Поэтому не следует размещать телевизор экраном на свет, т. е. напротив окна, или экраном против света, т. е. у стены с окном. Непосредственная близость окна и освещенность экрана неблагоприятно действуют на зрение. Лучше всего размещать телевизор у одной из продольных стен.

Окна. При расстановке мебели надо оставлять место для удобной подвески штор. Поэтому мебель, примыкающая к наруж-

ной стене с окнами, должна отстоять от нее на 10–20 см. Желательно, чтобы расстояние между краем дверного проема и соседней с ним мебели было не менее 10 см.

Чтобы помещение казалось просторней, рекомендуется громоздкие и высокие предметы мебели ставить в глубине комнаты, где их габариты будут не так заметны, а в основном пространстве располагать низкую и передвижную мебель – диваны, кровати, столы, кресла.

При формировании плана меблировки помещения сначала делают план меблировки в масштабе, оставляя место для свободного пространства. Если на плане видно, что намеченная мебель не размещается или размещается плохо, тесно, нельзя организовать проходы, то следует отказаться от какой-то мебели вообще, например, оборудовать помещение одним креслом, а не двумя.

Меблировка номера должна решить основную задачу – создать максимум удобства при минимальной площади.

В номерах гостиниц должна находиться мебель для сна, отдыха, работы, приема пищи, хранения вещей.

Состав мебели для сна, работы и хранения вещей постоянный, т. е. не зависит от категории и вместительности номера. Другие предметы мебели предусматриваются в зависимости от категории номера и минимальных требований к его оснащению.

В целях экономии пространства в номерах гостиниц могут использовать следующую мебель:

- 1) комбинированную, когда один предмет выполняет две или более функции;
- 2) встроенную, когда мебель располагают в предусмотренных при строительстве нишах;
- 3) складную, которая благодаря специальной конструкции складывается и принимает меньшие объемы (характерна для кемпингов и пансионатов);
- 4) сборно-разборную, которая составляется из нескольких взаимозаменяемых элементов, соединяемых в конструкции различных форм и объемов для изделий разного назначения;
- 5) навесную, которая крепится к стене с помощью металлических кронштейнов.

В прихожей номера обычно размещают шкаф, чаще всего стационарный, встроенный или пристроенный. Если планом размещения мебели в прихожей шкаф не предусмотрен, то устанавли-

вают вешалки с полкой для шляп и подставкой для обуви, рекомендуется также разместить зеркало и полку к нему.

Шкаф может быть размещен и в комнате, если позволяют ее размеры. В спальне размещают шкаф, входящий в состав спального гарнитура.

Стол в номере чаще всего является универсальным: не только обеденным, но и, в первую очередь, письменным, поэтому его выполняют удлиненной формы. Столы обычно устанавливают у стены или у окна. В номерах высших категорий должен быть журнальный столик, в номерах «сюит» размещают письменный стол с рабочим креслом.

Для отдыха в каждом номере высшей категории должны быть размещены кресла и диван. Диваны могут быть в виде уголка, который может трансформироваться в спальное место.

Зеркало в номере гостиницы является важным элементом оборудования, поскольку призвано выполнять две функции: практическую (дает возможность оценить свой внешний вид) и эстетическую (украшает, осветляет и оптически увеличивает помещение). Поэтому зеркало устанавливают на видном месте, соответствующим образом его оформив. В каждом номере, независимо от его категории, должно быть зеркало в полный рост или большого размера, в санузле – зеркало над умывальником или зеркальная стенка.

Размещать зеркало необходимо в легкодоступном месте, где обеспечена хорошая видимость. Перед зеркалом должна быть свободная зона 100–120 см, зеркало вешают в строго вертикальном положении, так как всякое отклонение от вертикали нарушает пропорции отраженной фигуры и затрудняет пользование зеркалом. В рекламных проспектах некоторых гостиниц в информации о предоставляемых услугах записано наличие зеркала во весь рост.

Стена, находящаяся напротив зеркала, должна быть выдержана в спокойном светлом тоне. Это улучшает видимость и не приводит к неприятному контрасту с цветом одежды.

У каждой кровати должна быть размещена прикроватная тумбочка.

В двухместном номере кровати могут стоять вдоль противоположных стен, вдоль смыкающихся в угол стен, могут быть объединены и стоять изголовьем к стене или раздвинуты, но изголовьем к стене.

Номера люкс состоят из нескольких комнат и двух санузлов. Обставляются они высококачественной гарнитурной мебелью, которую иногда выполняют по индивидуальному заказу. В номерах люкс могут быть такие предметы мебели, как рояль, фортепиано и др. В многокомнатных номерах (апартаменты) в одной из комнат может быть обеденный стол со стульями, а также оборудованная мини-кухня.

Удобство и комфорт являются основными ориентирами при оборудовании не только номеров, но и других помещений гостиницы – холлов, коридоров, административных, бытовых и иных помещений. Обстановка холла – это одна или несколько небольших групп мебели (диваны, кресла, журнальные столики), стойка дежурного по этажу.

В вестибюлях устанавливается мебель специального назначения: стойка *reception* и мебель для отдыха и встреч. Здесь должна быть создана деловая обстановка. Считается, что более официальную обстановку создает мебель с прямоугольными формами, нежели с овальными.

Для административных работников гостиниц рекомендуются жесткие вращающиеся кресла и стулья с сиденьем и спинкой, решенными как один элемент. Для оформления офисов сейчас применяется мебель в стиле минимализма, никаких лишних деталей: стол, стул, тумбочка с ящиками на колесиках, открытые полки. Используется сочетание белого и черного, но для оживления стоит использовать цветные детали: зеленые цветы или картины и т. д.

6.3 Санитарно-техническое оборудование. Общие требования

Современные отели оснащены сложным инженерно-техническим оборудованием, которое призвано обеспечить высокий уровень комфорта и максимальные удобства.

Инженерно-техническое оборудование гостиниц состоит из:

- санитарно-технического (водопровод, канализация, горячее водоснабжение, отопление, вентиляция, кондиционирование воздуха, централизованное пылеудаление, мусоропровод, бельепровод);
- лифтового хозяйства (пассажирские, служебно-хозяйственные и грузовые лифты, а также эскалаторы);

– энергетического хозяйства (лифты, вентиляторы, насосы и др., работающие от силовых сетей с напряжением 380 В, освещение помещений, которое питается от электрических сетей с напряжением 220 или 127 В);

– слаботочных устройств автоматики (телеантенны и телевизоры, установки радиофикации, телефонизации, часофикации, компьютеризации, пожарной и охранной сигнализации, диспетчерской службы, киноустановки);

– торгово-технологического оборудования.

Характеристика санитарно-технического оборудования гостиницы. Одним из важных вопросов технологического процесса предоставления гостиничных услуг является устройство хозяйственно-питьевого водопровода и канализации в здании гостиницы. Гостиницы, построенные на освоенных территориях, снабжаются водой от городской водопроводной сети. Небольшие же объекты (пансионаты, базы отдыха в курортных местностях) строятся на неосвоенных территориях, имеющих самостоятельное водоснабжение из рек, скважин или колодцев.

Водопроводная сеть обеспечивает здание гостиницы водой для питьевых и хозяйственно-производственных нужд. Наряду с обеспечением отеля холодной водой действуют системы горячего и пожарного водоснабжения. Водопроводная вода в любом предприятии размещения должна быть пригодна для питья независимо от того, для каких целей она используется. Пригодность определяется лабораториями санитарно-эпидемиологического надзора. Водопроводная вода из городской сети должна отвечать всем требованиям и при этом не должно быть необходимости в применении дополнительных средств для улучшения ее качества.

Внутренняя водопроводная система состоит из следующих элементов:

1) ввода (перпендикулярного к зданию отрезка трубы от внешней магистрали до водомерного узла);

2) водомерного узла, главной частью которого является водомер, который служит для учета расходов воды;

3) водопроводной сети здания с арматурой от водомерного узла к местам потребления;

4) водонапорных запасных баков, которые устанавливаются в наивысшей точке системы, позволяют создать не только опреде-

ленный запас воды, но и необходимое давление во внутренней сети, что обеспечивает бесперебойную подачу воды в высшие и отдаленные точки водоразбора, независимо от давления воды в наружной магистрали;

5) насосов, которые служат для подачи воды во внутреннюю сеть, когда давление воды во внешней сети для этого недостаточно.

По назначению внутренний водопровод бывает хозяйственно-питьевым, производственным и противопожарным. В гостиницах производственный водопровод практически не применяется.

Канализационное оборудование гостиничных объектов тесно связано с водопроводным. Канализационными трубами отводят загрязненную воду (из кухни, бань, прачечной, бассейнов и т. п.) и атмосферные осадки (дождевые и при таянии снега).

Противопожарный водопровод и системы пожаротушения. Противопожарный водопровод создается в нескольких вариантах: чаще как самостоятельная система внутреннего водопровода, однако бывают и совместные с хозяйственно-питьевым или производственным водопроводом. Система противопожарного водопровода состоит из сети магистральных трубопроводов и стояков (распределительных линий), пожарных кранов, а по необходимости и водонапорных установок (насосов, водонапорных баков, пневматических устройств). Пожарные краны размещают на стойке вентиляции в навесных или встроенных шкафах на высоте 1,35 м от пола. Они устанавливаются в легкодоступных местах – вестибюлях, коридорах, проходах, лестничных площадках здания гостиниц. Электродвигатели насосов должны бесперебойно снабжаться от двух независимых друг от друга источников питания. В системах водопровода с водонапорными баками неприкосновенный противопожарный запас воды равен количеству, необходимому для тушения пожара в течение 10 минут при ручном или автоматическом включении пожарных насосов.

Автоматические системы пожаротушения бывают спринклерные и дренчерные. Спринклерные установки находятся под перекрытием защищенного помещения, с вмонтированными в нее спринклерными головками (разбрызгиватель). Трубы распределительной сети находятся постоянно под давлением и обеспечиваются водой автоматически. Дренчерные установки, в отличие от спринклерных, оборудованы разбрызгивателями-дренчерами. Если в первых установках раскрываются только те спринклеры, ко-

торые расположены над очагом пожара, то в дренчерных вода поступает сразу со всех дренчерных головок.

Горячее водоснабжение гостиничных комплексов. Системы горячего водоснабжения (ГВС) бывают с централизованным и децентрализованным, местным приготовлением горячей воды, которая расходуется на бытовые и производственные нужды предприятия размещения.

Система горячего водоснабжения с местным приготовлением горячей воды охватывает установку для нагрева холодной воды до температуры не выше 75°C и сеть разводящих трубопроводов. С этой целью используются скоростные проточные водонагреватели. Вода в них протекает со значительной скоростью через нагревательные трубки, которые подогреваются водой теплосети, проходящей внутри корпуса водонагревателя, и омывает их.

Системы централизованного горячего водоснабжения классифицируются по способу:

- а) подачи воды потребителям: закрытая, т. е. без разрыва струи (под напором наружного водопровода), и открытая с баками-аккумуляторами;
- б) аккумуляции горячей воды: с баками-аккумуляторами и без них;
- в) циркуляции: с естественной циркуляцией, принудительной и смешанные.

Централизованная система горячего водоснабжения включает: водоподогреватели; сеть, состоящую из трубопроводов, подающих и распределяющих воду, и циркуляционных (обратных); внешнее оборудование (компенсаторы, оборудование для отвода воздуха, водозаборная, предохранительная арматура); регулирующие и контрольно-измерительные приборы (регуляторы расхода и давления, термореле и др.); циркуляционные насосы.

Внутренние системы ГВС могут быть тупиковыми и циркуляционными. Первые характеризуются тем, что вода, которая поступила к стояку, в случае отсутствия разбора застаивается и остывает. Это приводит к большому объему слива водопроводной воды. Циркуляционные системы имеют стойки, которые позволяют вернуть неиспользованную воду до бойлера для подогрева. Эти системы значительно экономичнее, чем тупиковые. В последнее время, в связи с низкой нагрузкой, некоторые отели переходят на методы приготовления горячей воды. Для этого используются

электрические водонагревательные приборы, которые устанавливаются в каждом номере.

Системы отопления в гостиницах. Система отопления в гостиницах должна создавать стабильный температурный режим во время отопительного сезона и комфортные условия в соответствии с требованиями. На протяжении всего отопительного сезона система отопления должна работать бесперебойно и при минимальных затратах тепла обеспечивать нормальную температуру во всех помещениях.

Системы отопления подразделяются на местные и центральные. К местным системам относят такие, где все основные элементы объединены в одно устройство. Такими системами являются печи, газовое и электрическое отопление. Радиус их действия ограничен одним или двумя смежными помещениями. В центральных системах источник тепла вынесен за пределы отапливаемых помещений или вообще за пределы здания.

В гостиничных комплексах применяют следующие системы отопления:

1. Водяное отопление. Простейшим для обслуживания и дешевым с эксплуатационной точки зрения в небольших гостиничных комплексах, объем которых превышает 10 тыс. м², является водяное отопление. Для крупных объектов применяется насосное водяное отопление, основывается на принудительной циркуляции воды в нагревательных устройствах.

2. Отопление паром низкого давления чаще всего используется в установках нагрева воды, стиральных установках и отдельных аппаратах (паровоздушных аппаратах, противопожарных установках, сушилках), а также в кухнях или варочных котлах.

3. Воздушное отопление. Отопление производственных помещений и торговых залов ресторана воздухом производится с помощью вентиляционных установок, которые одновременно выполняют роль вентиляции и отопления. Для отопления используются паровоздушные аппараты, оборудованные нагревателем, к которому подведен пар низкого давления, и вентилятором, которые работают по принципу засасывания воздуха из помещения или снаружи.

4. Лучевое отопление. В этом случае нагревательные каналы располагаются в конструкции потолков, в панелях стен, полу или перегородках. При лучевом отоплении нагреваются поверхности

строительных конструкций (потолок, стена), которые передают тепло воздуху. Температура поверхности обогрева колеблется в пределах 30–50°C.

5. Калориферная система не только нагревает воздух, но и увлажняет и очищает его с помощью специальных фильтров.

Климатическое оборудование. Современное инженерно-техническое оборудование способно создавать в гостиницах любые параметры воздушного режима, обеспечивающие полный экологический комфорт человека. Это оборудование позволяет обогащать воздух кислородом, нагревать его или охлаждать, сушить или увлажнять, очищать от пыли и других загрязнений, ароматизировать. С этой целью используются специальные установки, которые называются кондиционерами. Температура в номере должна составлять 18–20°C, влажность воздуха – 40–45%, скорость движения воздуха – 0,25 м/с. Создание в помещении необходимых климатических условий (температуры, относительной влажности, скорости движения воздуха), независимо от внешних климатических условий и факторов (тепло- и влаговыделений людьми и оборудованием, газом и паровыведением), называется кондиционированием воздуха.

В зависимости от радиуса действия системы кондиционирования делятся на центральные, что обслуживают много помещений, и местные – для обслуживания одного помещения.

Центральные системы кондиционирования воздуха оборудуются большими центральными кондиционерами, которые устанавливаются в специально отведенных помещениях минимальной площадью 140 м², высотой до 10 м. Центральные кондиционеры устанавливаются для подачи воздуха в торговые залы ресторанов, банкетные залы, конференц-залы, производственные и жилые помещения. В комплект кондиционеров входят устройства автоматического и дистанционного управления.

При местном кондиционировании воздуха компактный кондиционер устанавливается в помещении, которое обслуживается.

Кондиционирование воздуха предусматривается из-за невозможности использования природной вентиляции (открытые окна в летнее время) из-за чрезмерного уличного шума, загазованности воздуха в помещениях или высокой парусности при повышенной этажности. В кондиционере обрабатывается только наружный воздух, смешанный с внутренним рециркуляционным, а также внутренний воздух.

Обмен воздуха в жилых номерах, производственных помещениях, гостиничных, ресторанных залах и кафе необходим для создания комфортных условий для гостей и персонала. При помощи вентиляции осуществляется обмен воздуха: удаляется загрязненный воздух, который содержит избыточное количество двуокиси углерода, водяного пара и пыли, подается свежий воздух, обогащенный кислородом.

Практически все крупные отели оборудованы системами вентиляции воздуха. Системы вентиляции классифицируются:

- по назначению (на приточные и вытяжные);
- по способу перемещения воздуха (на естественные и механические);
- по способу организации воздухообмена (на местные и общеобменные).

Надлежащий и быстрый обмен воздуха обеспечивается естественной или механической вентиляцией. Естественная вентиляция состоит из аэрации (проветривание через окна, форточки, балконные двери) и канально-гравитационной вентиляции (через шахты, трубопроводы, выходящие на крышу, и вентиляционные решетки в помещениях за счет разницы температур). Эта система часто применяется в номерах, ванных комнатах, общих санузлах и некоторых складах. Основным условием обмена воздуха на основе гравитационной системы является разность давления, которое возникает между воздухом, который находится внутри, и воздухом снаружи. В зависимости от соотношения давления, в вентиляционных каналах возникает естественная воздушная тяга, что вызывает проветривание помещений.

Механическая вентиляция применяется там, где необходим сильный обмен воздуха, причем преимуществом установок этого типа является независимость от внешних атмосферных условий (температуры, влажности, ветра и давления): в производственных помещениях, ресторанных залах, залах кафе, кухонных помещениях, стиральных и машинных отделениях.

Различают вытяжную механическую вентиляцию и приточно-вытяжную. При вытяжной механической вентиляции загрязненный воздух удаляется из помещений вентилятором, а свежий поступает через поры стен или специально оставленные каналы и отверстия в стенах и покрытиях, а также через вентиляционные приточные решетки. При приточно-вытяжной в помещениях монтируются от-

дельные вентиляторы, которые вызывают движение и обмен воздуха, или устанавливается вентиляционная приточная и вытяжная установка, в которой воздух подается и удаляется различными каналами, а регулирование притока воздуха осуществляется с помощью решеток. Такая установка состоит из каналов и вентиляторов, а засасывание воздуха происходит с помощью системы, которая обеспечена очистными, нагревательными и увлажняющими устройствами.

Вентиляция жилых номеров, ванных комнат и санузлов осуществляется с помощью вертикальных вытяжных каналов. В производственных помещениях ресторана естественная вентиляция с помощью вытяжных каналов недостаточна. Выделение большого количества тепла и влаги кухонными машинами и устройствами требует устройства механической приточно-вытяжной вентиляции. Вентиляционные решетки должны размещаться над источниками парообразования и тепла. Над основной кухонной плитой устанавливают вентиляционный навес, назначение которого – отвод пара и тепла, образующегося при приготовлении пищи.

Помещения торговых залов ресторанов, кафе и коктейль-баров, а также винных погребов должны оборудоваться самостоятельной механической вентиляцией. Важную роль в таких случаях играет их высота. Низкие торговые залы требуют оборудования их дорогими вентиляционными установками.

В прачечных вентиляционные установки являются либо самостоятельными устройствами и отводят тепло и испарения непосредственно от машин и стиральной техники, или составной частью машин. Современная гостиничная прачечная должна иметь вентиляцию, обслуживаться собственным централизованным машинным отделением. В помещениях, где стирается белье и накапливается пар, применяют устройства для его удаления.

В холодильниках циркуляция воздуха осуществляется на основе гравитации или с помощью вентиляторов. Устройства, предназначенные для хранения продуктов и различных материалов, требуют соответствующего обмена воздуха, который должен осуществляться 3–6 раз в сутки.

В крупных отелях с большим количеством ковровых изделий применяется централизованная система удаления пыли.

Системы мусороудаления. Для удобства удаления мусора с этажей в гостиницах высотой 3 этажа и более применяются специальные устройства, называемые мусоропроводами. Основными

элементами последних являются: ствол с загрузочными клапанами, расположенными на каждом этаже; мусороприемный бункер, который находится в нижней части здания отеля. Ствол и все неподвижные соединения должны быть влагостойкими, дымо- и воздухонепроницаемыми, внутренняя поверхность ствола должна быть гладкой. Ствол мусоропровода должен отделяться от строительных конструкций гостиницы звукоизолирующими прокладками, обеспечиваться высокоэффективной системой вентиляции, а также оборудованием для чистки и мытья.

Лифтовое оборудование. Лифтами называются подъемные устройства циклического действия, предназначенные для вертикальной транспортировки людей и грузов в зданиях различного назначения. Лифты бывают пассажирскими, грузопассажирскими и грузовыми. По скорости подъема они делятся на тихоходные – со скоростью подъема 1 м/с, быстроходные – 1,5 м/с, и скоростные – более 1,5 м/с. Лифты различаются также по грузоподъемности.

Служебные лифты используются для перевозки багажа и для различных служебных и хозяйственных нужд, вблизи них оборудуются буфетные, бельевые и другие хозяйственные помещения.

Электрооборудование. Освещение номерного фонда и мест общего пользования современных гостиниц, а также слаботочные устройства, с помощью которых можно удовлетворить растущие потребности проживающих в комфорте и способствовать рационализации обслуживания и управления гостиничным предприятием, имеют особую важность. Чем выше комфорт, тем сложнее работа, связанная с подготовкой персонала, контролем за его работой и ее условиями. Внедрение передовой техники и оборудования может способствовать сокращению штата при рациональном распределении и группировке этих устройств.

В системе электроснабжения гостиниц предусмотрены две изолированные схемы – от основного источника и резервная (аварийная). Искусственное освещение гостиниц можно условно разделить на три части:

- репрезентативная часть с общественными помещениями (вестибюли, бюро оформления, холлы, рестораны и т. д.);
- номерной фонд гостиничных комплексов и общие коридоры, занимающие наибольшую часть площади (60–80%);
- площадь, занятая техническими помещениями, кухнями, прачечными и т. д.

В гостиницах электроснабжение должно иметь две схемы ветвлений: основное и дежурное. Дежурное электроосвещение составляет примерно 30% от основного, его включают в целях экономии электроэнергии в ночное время и во времена отдыха гостей. Этими сетями обеспечивается освещение коридоров, лестниц, подъездов, вестибюлей, гардеробов, камер хранения, радиоузла, пожарных указателей, касс, станций пожарной и охранной сигнализации, реклам и телефонных кабин. Для включения и выключения основного и дежурного освещения следует применять реле времени и автоматические выключатели.

С целью централизации управления и контроля за работой инженерного оборудования с помощью средств автоматики, телемеханики и связи в крупных отелях организуется диспетчерская служба. На диспетчерском пульте нужно устанавливать устройства с определенным резервом для подключения нового оборудования.



КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Какие помещения гостиницы выделяют по функциональному назначению?
2. Охарактеризуйте группу помещений вестибюля гостиницы.
3. Какие помещения гостиницы относят к группе жилых?
4. Охарактеризуйте помещения для питания гостей.
5. Перечислите помещения торгово-бытового обслуживания.
6. Приведите характеристики помещений для занятий спортом.
7. Приведите характеристику помещений развлекательного комплекса.
8. Перечислите помещения делового назначения.
9. Что относят к служебным и бытовым помещениям гостиницы?
10. Что включает в себя блок группы помещений администрации?
11. Охарактеризуйте технические помещения гостиницы.
12. Охарактеризуйте оборудование и мебель основных групп помещений гостиницы.
13. Перечислите общие требования к санитарно-техническому оборудованию гостиницы.
14. Охарактеризуйте систему горячего водоснабжения гостиничных предприятий.

15. Как работает противопожарный водопровод и системы пожаротушения в гостиницах?

16. Охарактеризуйте систему горячего водоснабжения гостиничных комплексов.

17. Опишите работу системы отопления в гостиницах.

18. Каким климатическим оборудованием могут быть оснащены помещения гостиничных предприятий?

19. Как устроена система мусороудаления гостиничного предприятия?

20. Раскройте принципы работы лифтового оборудования и электрооборудования гостиничных предприятий.



ТЕСТ-КОНТРОЛЬ

1. Организацию основных групп помещений гостиницы осуществляют по признаку:

- а) удобства;
- б) новизны;
- в) функциональности;
- г) удаленности от входа.

2. Конференц-зал гостиницы входит в группу помещений:

- а) для питания гостей;
- б) торгово-бытового обслуживания;
- в) развлекательного комплекса;
- г) делового назначения.

3. Стойка регистрации в гостинице входит в группу помещений:

- а) администрации;
- б) торгово-бытового обслуживания;
- в) развлекательного комплекса;
- г) для питания гостей.

4. Система отопления относится к:

- а) санитарно-техническому оборудованию;
- б) оснащению административных помещений;
- в) городскому коммунальному хозяйству;
- г) водоканалу.

5. Мебель для оснащения гостиничных номеров выбирается исходя из:

- а) функционального назначения номера;
- б) уровня комфорта гостиницы;
- в) существующих нормативов по мебелировке и оснащению гостиничных номеров;
- г) стоимости номера.



ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Задание 1. Проанализировать группу помещений вестибюля гостиницы Crown Plaza, расположенной в г. Минске, на предмет аутентичности архитектурного решения и дизайна; качественных характеристик оборудования, мебели, предметов интерьера; характеристик долговечности использования оборудования, мебели, предметов интерьера; характеристик цветовой гаммы интерьерного решения; гармоничности в эстетическом оформлении интерьера; выдержанности в декоративных элементах; использованных приемов и методов выделения различных функциональных зон группы помещений вестибюля; учета зон интенсивного перемещения гостей; расположения групп мебели различного функционального назначения, декоративных растений и иных элементов интерьера.

Данные проведенного анализа свести в таблицу, форма которой представлена ниже.

Характеристика	Описание имеющейся в гостинице характеристики	Преимущества характеристики	Недостатки характеристики
1. Аутентичность архитектурного решения и дизайна			
2. Качественные характеристики оборудования, мебели, предметов интерьера			
3. Долговечность использования оборудования, мебели, предметов интерьера			
4. Цветовая гамма интерьерного решения			

Окончание таблицы

Характеристика	Описание имеющейся в гостинице характеристики	Преимущества характеристики	Недостатки характеристики
5. Гармоничность в эстетическом оформлении интерьера			
6. Выдержанность в декоративных элементах			
7. Приемы и методы выделения различных функциональных зон группы помещений вестибюля			
8. Учет зон интенсивного перемещения гостей			
9. Расположение групп мебели различного функционального назначения, декоративных растений и иных элементов интерьера			
10. Иные характеристики			

Задание 2. Проанализировать группу помещений вестибюля трех гостиниц цепи Hilton, расположенных в г. Минске, г. Варшаве и г. Москве, на предмет аутентичности архитектурного решения и дизайна; качественных характеристик оборудования, мебели, предметов интерьера; характеристик долговечности использования оборудования, мебели, предметов интерьера; характеристик цветовой гаммы интерьерного решения; гармоничности в эстетическом оформлении интерьера; выдержанности в декоративных элементах; использованных приемов и методов выделения различных функциональных зон группы помещений вестибюля; учета зон интенсивного перемещения гостей; расположения групп мебели различного функционального назначения, декоративных растений и иных элементов интерьера.

Данные проведенного сравнительного анализа свести в таблицу, форма которой представлена в задании 1.

Задание 3. Проанализировать группу помещений вестибюля трех гостиниц категории ★ ★ ★, расположенных в г. Минске, на

предмет аутентичности архитектурного решения и дизайна; качественных характеристик оборудования, мебели, предметов интерьера; характеристик долговечности использования оборудования, мебели, предметов интерьера; характеристик цветовой гаммы интерьерного решения; гармоничности в эстетическом оформлении интерьера; выдержанности в декоративных элементах; использованных приемов и методов выделения различных функциональных зон группы помещений вестибюля; учета зон интенсивного перемещения гостей; расположения групп мебели различного функционального назначения, декоративных растений и иных элементов интерьера.

Данные проведенного сравнительного анализа свести в таблицу, форма которой представлена в задании 1.

Задание 4. Проанализировать группу помещений вестибюля трех гостиниц категории ★ ★ ★ ★ , расположенных в г. Минске, на предмет аутентичности архитектурного решения и дизайна; качественных характеристик оборудования, мебели, предметов интерьера; характеристик долговечности использования оборудования, мебели, предметов интерьера; характеристик цветовой гаммы интерьерного решения; гармоничности в эстетическом оформлении интерьера; выдержанности в декоративных элементах; использованных приемов и методов выделения различных функциональных зон группы помещений вестибюля; учета зон интенсивного перемещения гостей; расположения групп мебели различного функционального назначения, декоративных растений и иных элементов интерьера.

Данные проведенного сравнительного анализа свести в таблицу, форма которой представлена в задании 1.

Приложение 1

ТРЕБОВАНИЯ К ГОСТИНИЦАМ РАЗЛИЧНЫХ
КАТЕГОРИЙ СОГЛАСНО ГОСТ 28681.4-95
«ТУРИСТСКО-ЭКСКУРСИОННОЕ
ОБСЛУЖИВАНИЕ. КЛАССИФИКАЦИЯ
ГОСТИНИЦ» (ПРИЛОЖЕНИЕ А)

Требование	Категория				
	★	★★	★★★	★★★★	★★★★★
1. Здания и прилегающая к нему территория					
Вывеска:					
– освещаемая или светящаяся	×	×			
– светящаяся с эмблемой			×	×	×
Вход для гостей:					
– отдельный от служебного входа	×	×	×	×	×
– с козырьком для защиты от атмосферных осадков на пути от автомобиля				×	×
– воздушно-тепловая завеса				×	×
– в ресторан (кафе, бар):					
из гостиницы	×	×	×	×	×
с улицы			×	×	×
Автостоянка:					
– охраняемая, в гостиницах			×	×	×
– охраняемая, в мотелях	×	×	×	×	×
– или гараж			×	×	×
– количество мест от количества номеров, не менее:					
для гостиниц:					
10%	×	×			
20%			×		
30%				×	×
для мотелей:					
80%	×	×	×	×	
2. Техническое оборудование					
Аварийное освещение и энергоснабжение:					
– аварийное освещение (аккумуляторы, фонари, свечи)	×	×			
– стационарный генератор ¹⁾ , обеспечивающий основное освещение и работу оборудования (в том числе лифтов) в течение не менее 24 ч			×		

Продолжение прил. 1

Требование	Категория				
	★	★★	★★★	★★★★	★★★★★
– стационарный генератор, обеспечивающий работу всего энергопотребляющего оборудования				×	×
Водоснабжение: горячее от резервной системы ГВС на время аварии, профилактических работ			×	×	×
Оборудование для дополнительной фильтрации воды				×	×
Кондиционирование воздуха во всех помещениях, круглогодично				×	×
Внутреннее радиовещание с возможностью радиотрансляции во всех помещениях, включая лифты				×	×
Лифты в здании:					
– более одного этажа				×	×
– более двух этажей			×		
– более трех этажей	×	×			
– грузовой и пассажирский отдельно				×	×
– время ожидания, не более:					
30 с				×	×
45 с			×		
– круглосуточный подъем и спуск	×	×	×	×	×
– служебный, отдельный от лифта для гостей				×	×
Телефонная связь из номера:					
– внутренняя (без выхода в город) или кнопка вызова обслуживающего персонала в 100% номеров	×				
– внутренняя в 100% номеров		×			
– прямая с городской сетью в 100% номеров			×		
– прямая с городской, междугородной, международной сетью в 100% номеров				×	×
Телефоны коллективного пользования в общественных помещениях (вестибюле) в кабине или под акустическим колпаком:					
– городской, междугородный, международный	×	×	×	×	×
– городской: не менее одного на этаж при отсутствии телефона в номере	×	×			

Продолжение прил. 1

Требование	Категория				
	★	★★	★★★	★★★★	★★★★★
3. Номерной фонд					
Мест в одно-двухместных номерах, не менее:					
60%	×				
80%		×			
100%			×	×	×
Многокомнатные номера (апартаменты) и/или номера, которые могут быть соединены		×	×		
Многокомнатные номера (апартаменты)			×	×	
Площадь номера ²⁾ (не учитывают площадь санузла, лоджии, балкона), м ² :					
Однокомнатного одноместного					
Однокомнатного двухместного					
8	×	×			
10			×		
12 (16)				×	
14 (18)					×
Номера, предназначенные для приема большего числа гостей, должны иметь площадь, определяемую из расчета: 6 м ² на каждое дополнительное место	×	×			
Санузел в номере:					
– умывальник, унитаз, ванна или душ:					
не менее 25% номеров	×				
не менее 50% номеров		×			
100% номеров			×		
– умывальник, унитаз, ванна:					
100% номеров				×	×
– дополнительный туалет для многокомнатных номеров				×	×
Номер без санузла оборудуется умывальником	×	×			
Площадь санузла, м ² :					
3,8	×	×	×		
4,0				×	
5,0					×
4. Техническое оснащение					
Двери и замки:					
– с внутренним предохранителем	×	×	×	×	×
– замок повышенной секретности				×	×
– глазок в двери					×
Охранная сигнализация или электронные средства контроля за безопасностью номера					×

Продолжение прил. 1

Требование	Категория				
	★	★★	★★★	★★★★	★★★★★
Звукоизоляция:					
– на уровне 35 дБА	×	×	×		
– повышенная, обеспечивающая уровень шума менее 35 дБА				×	×
Освещение:					
– от потолочного/настенного/напольного светильника	×	×	×	×	×
– прикроватный светильник	×	×	×	×	×
– настольная лампа			×	×	×
– светильник над умывальником	×	×	×	×	×
– выключатель дистанционного управления всех источников света у изголовья кровати				×	×
Электророзетки:					
– с указанием напряжения	×	×	×	×	×
– разнопазовые				×	×
Отопление:					
– термостат для индивидуальной регулировки температуры				×	×
– подогрев пола в ванной комнате					×
Регулятор кондиционирования воздуха				×	×
Телефонный аппарат:		×	×	×	×
– в апартаментах в каждой комнате			×	×	×
– в ванной комнате					×
или кнопка вызова обслуживающего персонала					
Будильное устройство (таймер)				×	×
Радиоприемник	×	×	×	×	×
Телевизор:					
– в многокомнатных номерах	×	×			
– по просьбе гостя	×	×			
– цветной в каждом номере			×	×	×
– с экраном не менее 37 см по диагонали, приемом программ основных телекомпаний мира и гостиничного видеоканала, дистанционным управлением				×	×
Холодильник в многокомнатных номерах	×	×	×		
Мини-бар				×	×
Мини-сейф				×	×

Продолжение прил. 1

Требование	Категория				
	★	★★	★★★	★★★★	★★★★★
5. Оснащение мебелью и инвентарем					
Кровать (минимальные размеры):					
– односпальная 80 × 190 см	×	×			
– односпальная 90 × 200 см			×	×	×
– двуспальная 160 × 190 см	×	×	×		
– двуспальная 160 × 200 см				×	×
– двуспальная 200 × 200 см					×
– детские кровати (по просьбе)		×	×	×	×
Комплект постельных принадлежностей и белья: матрац с наматрацником, две подушки, одеяло, дополнительное одеяло, покрывало на кровать, простыня, пододеяльник, наволочки льняные или хлопчатобумажные	×	×	×	×	×
Прикроватный коврик: у каждой кровати при отсутствии ковров или коврового покрытия	×	×	×		
Ковры или ковровое покрытие пола				×	×
Прикроватная тумбочка (столик): у каждого спального места	×	×	×	×	×
Шкаф:					
– с полками, вешалкой и плечиками (не менее 5 шт./место)	×	×	×	×	×
– допускается встроенный	×	×	×		
Вешалка для верхней одежды и головных уборов	×	×	×	×	×
Стул (не менее одного):					
– на гостя	×	×	×		
– на комнату				×	×
Кресло для отдыха:					
– на гостя				×	×
– на номер		×	×		
Стол/письменный стол	×	×			
Письменный стол с рабочим креслом			×	×	×
Журнальный столик				×	×
Полка (подставка) для багажа	×	×	×	×	×
Подставка под телевизор			×	×	×
Плотные занавеси (или жалюзи), обеспечивающие затемнение помещения	×	×	×	×	×
Зеркало:					
– в полный рост, в каждой комнате				×	×
– в комнате, дополнительно к зеркалу в ванной/над умывальником	×	×	×		

Продолжение прил. 1

Требование	Категория				
	★	★★	★★★	★★★★	★★★★★
Щетки: одежная, сапожная	×	×	×	×	×
Ключ комбинированный (для открывания бутылок)	×	×	×	×	×
Графин, стаканы	×	×	×		
Набор посуды для мини-бара				×	×
Пепельницы	×	×	×	×	×
Информационные материалы в номере:					
– на иностранных языках			×	×	×
– телефонный справочник		×	×	×	×
– перечень предоставляемых гостиницей услуг	×	×	×	×	×
– рекламные материалы (буклеты, брошюры и пр.) с туристской и другой информацией		×	×	×	×
Набор письменных принадлежностей (конверты, почтовая бумага, ручка, карандаш)			×	×	×
Противопожарная инструкция	×	×	×	×	×
Инструкция о действиях в экстремальных условиях, характерных для данного места (оползни в горах, землетрясения и т. п.)	×	×	×	×	×
6. Инвентарь и предметы санитарно-гигиенического оснащения номера					
Зеркало:					
– над умывальником	×	×	×		
– большого размера или зеркальная стенка				×	×
– косметическое для бритья и макияжа	×	×	×	×	×
Полка для туалетных принадлежностей					
Занавес для ванной			×	×	×
Коврик	×	×	×	×	×
Фен для сушки волос					×
Полотенцедержатель, крючки для одежды	×	×	×	×	×
Полотенца (на каждого гостя):					
– не менее двух	×	×			
– не менее трех			×		
– не менее пяти				×	×
– в т. ч. банное	×	×	×	×	×
Махровая простыня: в апартаментах			×		
Халат банный (на каждого гостя)					×
Шапочка банная (на каждого гостя)			×	×	×
Тапочки банные (на каждого гостя)					×

Продолжение прил. 1

Требование	Категория				
	★	★★	★★★	★★★★	★★★★★
Туалетные принадлежности на каждого гостя (замена по мере потребления):					
– туалетное мыло:	×	×	×	×	×
в фирменной упаковке			×	×	×
– шампунь, гель, лосьон, соль для ванны				×	×
Салфетки:					
– бумажные			×	×	×
– махровые				×	×
Туалетная бумага (с резервным рулоном)	×	×	×	×	×
Держатель для туалетной бумаги	×	×	×	×	×
Крышка для унитаза	×	×	×	×	×
Щетка для унитаза (в футляре)	×	×	×	×	×
Корзина для мусора	×	×	×	×	×
Пакеты для предметов гигиены		×	×	×	×
Пакеты прачечной, химчистки			×	×	×
7. Санитарные объекты общего пользования					
Туалеты:					
– вблизи общественных помещений	×	×	×	×	×
– на этажах для номеров без санузлов (не менее одного на пять номеров, включая туалеты в душевых и ваннных комнатах общего пользования, но не менее двух на этаж)	×	×			
Оборудование туалетов: туалетные кабины, умывальник с зеркалом, электророзетка, туалетная бумага, мыло, бумажные салфетки или электрополотенца, крючки для одежды, корзины для мусора	×	×	×	×	×
Ванные комнаты/душевые: на этажах для номеров без санузлов (ванные/душевые кабины из расчета одна на каждые пять номеров без санузла, но не менее двух на этаж)	×	×			
Оборудование ванных комнат/душевых: ванные, душевые кабины, туалетная кабина, умывальник с зеркалом и полкой для туалетных принадлежностей, крючки для одежды, корзина для мусора	×	×			

Продолжение прил. 1

Требование	Категория				
	★	★★	★★★	★★★★	★★★★★
8. Общественные помещения					
Должны иметь мебель и другое оборудование, соответствующее функциональному назначению помещения	×	×	×	×	×
Служба приема (рецепция) с зоной для отдыха и ожидания: кресла, диваны, стулья, столы, журнальные столики	×	×	×	×	×
Специальное напольное покрытие: (гранитное, мраморное, мозаичное)	×	×	×	×	×
Ковры или ковровое покрытие в зоне отдыха			×	×	×
Декоративное озеленение, художественные композиции, музыкальное вещание			×	×	×
Газеты, журналы				×	×
Сейф для хранения ценностей гостей	×	×	×	×	×
Гардероб: в вестибюле	×	×	×	×	×
Гостиные (салоны)			×	×	×
Помещение (часть помещения) для просмотра телепередач	×	×			
Зал универсальный для культурных/деловых мероприятий, с оборудованием для синхронного перевода, аудио- и видеоаппаратурой			×	×	×
Бизнес-центр:					
– электронные средства связи, копировальная техника			×	×	×
– помещения для переговоров, компьютеры, телефакс					×
Спортивно-оздоровительный центр (с тренажерным или спортивным залом) или клуб здоровья				×	×
Плавательный бассейн:					
– с сауной					×
– или сауна				×	
Медицинский кабинет					×
Парикмахерская:					
– в гостинице с количеством номеров более 50			×		
– салон (косметический кабинет, маникюр, педикюр)				×	×
Комната бытового обслуживания	×	×	×		
Магазины и торговые киоски				×	×
Коридоры: сплошное ковровое покрытие/ковры			×	×	×

Продолжение прил. 1

Требование	Категория				
	★	★★	★★★	★★★★	★★★★★
9. Помещения для предоставления услуг питания					
Ресторан или кафе ³⁾		×	×		
Кафе				×	×
Ресторан:					
– несколько залов				×	×
– отдельные кабинеты				×	×
– банкетный зал (залы), возможен трансформируемый в конференц-зал				×	×
– ночной клуб					×
Бар			×	×	×
10. Услуги					
Служба приема (круглосуточный прием)	×	×	×	×	×
Швейцар				×	×
Подноска багажа (из машины в номер и из номера в машину) круглосуточно:					
– обязательная				×	×
– по просьбе	×	×	×		
Утренняя побудка (по просьбе)	×	×	×		
Уборка номера горничной:					
– ежедневная	×	×	×	×	×
– с контролем за его состоянием (в течение дня)				×	×
Уборка кроватей горничной	×	×	×	×	×
Вечерняя подготовка номера					×
Смена постельного белья:					
– один раз в пять дней	×				
– один раз в три дня		×	×		
– ежедневно				×	×
Смена полотенец:					
– один раз в три дня	×	×			
– ежедневно			×	×	×
Стирка и глажение:					
– исполнение в течение суток	×	×	×	×	×
– исполнение в течение 12 ч				×	×
Глажение:					
– исполнение в течение 1 ч				×	×
– предоставление утюга, гладильной доски	×	×	×		
Химчистка:					
– исполнение в течение суток		×	×	×	×
– исполнение в течение 12 ч				×	×

Продолжение прил. 1

Требование	Категория				
	★	★★	★★★	★★★★	★★★★★
Мелкий ремонт одежды	×	×	×	×	×
Чистка обуви:					
– персоналом гостиницы				×	×
– или автоматом		×	×	×	×
Почтовые и телеграфные услуги:	×	×	×	×	×
– отправление и доставка заказной корреспонденции, телексов				×	×
– телефаксов					×
Вручение корреспонденции гостям	×	×	×	×	×
Машинопись, копирование документов, услуги секретаря, стенографиста, переводчика (в т. ч. синхрониста), посыльного, другие услуги бизнес-центра				×	×
Предоставление в пользование (самостоятельное или с участием обслуживающего персонала) компьютеров, электронных средств связи, видео-, аудиооборудования				×	×
Хранение ценностей в сейфе администрации	×	×	×	×	×
Хранение багажа	×	×	×	×	×
Обмен валюты:			×		
– круглосуточный				×	×
Организация встреч и проводов (в аэропорту, на вокзале и т. д.)				×	×
Вызов такси	×	×	×	×	×
Аренда (прокат) автомашины				×	×
Парковка (персоналом гостиницы) и подача из гаража (со стоянки) к подъезду автомобиля гостя X					×
Основные виды технического обслуживания автомобилей гостей:					
– в гостинице				×	×
– в мотеле		×	×	×	
Бронирование билетов на различные виды транспорта			×	×	×
Бронирование и/или продажа билетов в театры, на спортивные, зрелищные мероприятия	×	×	×	×	×
Туристские:					
– туристская информация	×	×	×	×	×
– экскурсии, гиды-переводчики, инструкторы-проводники			×	×	×
Медицинские: вызов скорой помощи, пользование аптечкой	×	×	×	×	×

Продолжение прил. 1

Требование	Категория				
	★	★★	★★★	★★★★	★★★★★
11. Услуги питания					
Обслуживание:					
– возможность выбора любого из вариантов предоставляемого питания (завтрак, двухразовое, трехразовое питание)		× ³⁾	× ³⁾	×	×
– работа хотя бы одного кафе или бара в любое время суток				×	×
Завтрак:					
– предоставление		×	×	×	×
– начало – не позднее 7.00			×	×	×
– окончание: не ранее 10.00 не ранее 11.00		×	×	×	×
Бронирование мест в ресторане (при наличии ресторана)		×	×	×	×
Обслуживание в номере:					
– в часы завтрака		×	×		
– с 7.00 до 24.00			× ⁴⁾	×	
– круглосуточно					×
– меню завтрака в номере				×	×
12. Требования к персоналу и его подготовке					
Письменные стандарты (инструкции) для персонала, фиксирующие функциональные обязанности и установленные правила работы	×	×	×	×	×
Квалификация: руководители и персонал должны пройти профессиональную подготовку:					
– соответствующую выполняемой работе	×	×	×	×	×
– по обеспечению безопасности в гостинице	×	×	×	×	×
Знание иностранных языков:					
– достаточное знание персоналом, занятым в зоне обслуживания, одного иностранного языка международного общения или наиболее употребляемого иностранными клиентами в данном районе	×	×			
– свободное владение персоналом одним из иностранных языков; в службе приема – обеспечение перевода с двух-трех иностранных языков			×	×	×

Окончание прил. 1

Требование	Категория				
	★	★★	★★★	★★★★	★★★★★
Медицинские требования: персонал должен проходить периодическое медицинское освидетельствование	×	×	×	×	×
Внешний вид персонала: – форменная одежда			×	×	×
– дифференцированная по службам одежда, служебные значки			×	×	×
Требования к поведению: персонал должен быть способен создавать в гостинице атмосферу гостеприимства, в отношении гостей проявлять доброжелательность	×	×	×	×	×

¹⁾ Не обязателен при использовании централизованного аварийного электроснабжения.

²⁾ В скобках указаны площади для строящихся и реконструируемых гостиниц.

³⁾ Для гостиниц, имеющих более 50 номеров.

⁴⁾ При наличии ресторана.

П р и м е ч а н и е. Знак «×» означает обязательное выполнение требования.

БЛАНК ЗАЯВКИ НА СЕРТИФИКАЦИЮ УСЛУГ ГОСТИНИЦ

ЗАЯВКА на сертификацию оказания услуг гостиниц

1. _____
(полное наименование заявителя на проведение сертификации, его место нахождения –

_____ для юридического лица или фамилия, собственное имя, отчество (если таковое имеется),

_____ адрес места жительства – для индивидуального предпринимателя)

банковские реквизиты _____

_____ код УНП _____, номер телефона _____, адрес электронной почты _____

в лице _____

_____ (должность, фамилия, собственное имя, отчество (если таковое имеется) руководителя

_____ (уполномоченного руководителем должностного лица) заявителя на проведение сертификации)

заявляю, что _____

_____ (наименование оказываемых услуг)

оказываемые в _____

_____ (наименование объекта (объектов) и адрес (адреса) места

_____ осуществления деятельности по оказанию услуг)

соответствуют требованиям ГОСТ 28681.4-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц» и СТБ 1353 2005 «Средства размещения. Общие требования»

Прошу провести обязательную (добровольную) сертификацию по схеме

_____ (обозначение схемы сертификации оказания услуг)

присвоить (категорию, разряд)* _____

2. Обязуюсь: выполнять все условия сертификации оказания услуг; обеспечивать соответствие сертифицированного оказания услуг требованиям документов, устанавливающих технические требования, указанных в сертификате соответствия; оплатить все расходы по проведению сертификации.

Приложения: _____

_____ (перечень обозначений и наименований прилагаемых документов)

Руководитель (уполномоченное руководителем должностное лицо)

или индивидуальный предприниматель _____

_____ 20__ г. _____ (подпись) _____ (инициалы, фамилия)

Главный бухгалтер (иное должностное лицо,

уполномоченное

на выделение финансовых средств) _____

_____ 20__ г. _____ (подпись) _____ (инициалы, фамилия)

* заполняется для исполнителей услуг, классифицируемых по категориям (разрядам)

Приложение 3

БЛАНК АНКЕТЫ-ВОПРОСНИКА 1 НА ПРОВЕДЕНИЕ СЕРТИФИКАЦИИ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ ГОСТИНИЦ, МОТЕЛЕЙ

АНКЕТА-ВОПРОСНИК 1

на проведение сертификации оказания услуг гостиниц, moteлей
(приложение к заявке на проведение сертификации)

1. Наименование гостиницы _____
2. Адрес _____ Телефон _____ Факс _____
3. Ф.И.О., должность руководителя _____
4. Ф.И.О., должность и телефон сотрудника, ответственного за связь с органом по сертификации _____
5. Юридический адрес, банковские реквизиты, адрес банка, УНП _____
6. Общие сведения о гостинице
- 6.1. Год ввода в эксплуатацию _____
- 6.2. Год реконструкции _____
- 6.3. Количество корпусов _____
- 6.4. Количество этажей _____
- 6.5. Сезонность эксплуатации _____
- 6.6. Общее количество обслуживающего персонала (выписка из штатного расписания)* _____
- 6.7.* Перечень технической документации на оказание услуг гостиниц _____

_____ (технологические инструкции, технологические карты, правила обслуживания)

7. Номерной фонд:
Количество **номеров** в гостинице _____
Количество **мест** в гостинице _____
Количество номеров **с санузлом** _____
Количество номеров **без санузла** (при наличии) _____
Количество **однокомнатных номеров (одно-двухместных)** _____
Количество **однокомнатных номеров на 3 и более мест** (при наличии) _____
Количество **многокомнатных номеров (одно-двухместных)** _____
Количество **многокомнатных номеров на 3 и более мест** (при наличии) _____
Количество номеров, которые могут быть соединены _____
Количество отремонтированных номеров _____
- 8.1.* Устав _____
(предоставляются первые страницы с названием предприятия, адресом и кодами экономической деятельности)
- 8.2.* Свидетельство о государственной регистрации _____
- 8.3.* Свидетельство о государственной регистрации недвижимого имущества _____

- 8.4. Сведения о наличии системы оценки качества оказываемых услуг потребителем (данные анкетирования, опроса, книги замечаний и предложений) _____
- 8.5. Сведения о наличии системы контроля качества _____
- 8.6. Информация о наличии субподрядных работ и договоров с субподрядчиками _____

Должность ответственного лица
от администрации гостиницы (мотеля) _____
подпись _____ Ф.И.О. _____

« _____ » _____ 20__ г.

* предоставляются копии документов

Приложение 4

БЛАНК АНКЕТЫ-ВОПРОСНИКА 2
 ПРЕДВАРИТЕЛЬНОГО ОПРЕДЕЛЕНИЯ
 КАТЕГОРИИ ОРГАНИЗАЦИИ,
 ОКАЗЫВАЮЩЕЙ УСЛУГИ ГОСТИНИЦ

Требование	Наличие требования	
	да	нет
1. Здание и прилегающая к нему территория		
Гостиница любой категории должна иметь:		
– удобные подъездные пути с необходимыми дорожными знаками		
– благоустроенную и освещенную прилегающую территорию		
– площадку с твердым покрытием для кратковременной парковки и маневрирования автотранспорта (в т. ч. автобусов)		
– вывеску с названием предприятия и указанием его категории, при наличии отдельного входа в ресторан – вывеску с его названием		
Гостиница, занимающая часть здания, должна иметь отдельный вход		
Вывеска:		
– освещаемая или светящаяся		
– светящаяся с эмблемой		
Вход для гостей:		
– отдельный от служебного входа		
– с козырьком для защиты от атмосферных осадков на пути от автомобиля		
– с воздушно-тепловой завесой		
– в ресторан (кафе, бар):		
из гостиницы		
с улицы		
Автостоянка:		
– охраняемая, в гостиницах		
– охраняемая, в мотелях		
– или гараж		

Продолжение прил. 4

Требование	Наличие требования	
	да	нет
– количество мест от количества номеров, не менее: для гостиниц:		
10%		
20%		
30%		
для мотелей:		
80%		
2. Техническое оборудование		
Аварийное освещение и энергоснабжение:		
– аварийное освещение (аккумуляторы, фонари, свечи)		
– стационарный генератор (или наличие централизованного аварийного электроснабжения), обеспечивающий основное освещение и работу оборудования (в том числе лифтов) в течение не менее 24 ч		
– стационарный генератор (или наличие централизованного аварийного электроснабжения), обеспечивающий работу всего энергопотребляющего оборудования		
Горячее и холодное водоснабжение (круглосуточно)		
Водоснабжение: горячее от резервной системы горячего водоснабжения на время аварии, профилактических работ		
Канализация		
Отопление, поддерживающее температуру не ниже 18,5°C в жилых и общественных помещениях		
Вентиляция (естественная или принудительная), обеспечивающая нормальную циркуляцию воздуха и исключая проникновение посторонних запахов в номера и общественные помещения		
Освещение в номерах: естественное (не менее одного окна), искусственное, обеспечивающее освещенность при лампах накаливания 100 лк, при люминесцентных лампах – 200 лк; в коридорах – круглосуточное естественное или искусственное освещение (предоставляется протокол замеров)		
Оборудование для дополнительной фильтрации воды		
Кондиционирование воздуха во всех помещениях, круглогодично		
Радиовещание и телевидение (подводка во все номера)		
Внутреннее радиовещание с возможностью радиотрансляции во всех помещениях, включая лифты		
Лифт в здании:		
– более одного этажа		
– более двух этажей		
– более трех этажей		
– грузовой и пассажирский отдельно		

Продолжение прил. 4

Требование	Наличие требования	
	да	нет
– время ожидания, не более: 30 с		
45 с		
– круглосуточный подъем и спуск		
– служебный, отдельный от лифта для гостей		
Телефонная связь		
Телефонная связь из номера: – внутренняя (без выхода в город) или кнопка вызова обслуживающего персонала в 100% номеров		
– внутренняя в 100% номеров		
– прямая с городской сетью в 100% номеров		
– прямая с городской, междугородной, международной сетью в 100% номеров		
Телефоны коллективного пользования в общественных помещениях (вестибюле) в кабине или под акустическим колпаком:		
– городской, междугородный, международный		
– городской: не менее одного на этаж при отсутствии телефона в номере		
При проектировании новых и реконструировании старых гостиниц (мотелей) необходимо предусматривать условия для приема и обслуживания инвалидов, использующих кресла на колесах		
3. Номерной фонд		
Мест в одно- и двухместных номерах, не менее:		
60%		
80%		
100%		
Многокомнатные номера (апартаменты) и/или номера, которые могут быть соединены		
Многокомнатные номера (апартаменты)		
Площадь номера (не учитывается площадь санузла, лоджии, балкона) в квадратных метрах*:		
– однокомнатного одноместного:	– однокомнатного двухместного:	
8	12	
10	14	
12 (16)	14 (20)	
14 (18)	16 (25)	
Номера, предназначенные для приема большого числа гостей, должны иметь площадь, определяемую из расчета: 6 квадратных метров на каждое дополнительное место		

Продолжение прил. 4

Требование	Наличие требования	
	да	нет
Санузел в номере:		
– умывальник, унитаз, ванна или душ:		
не менее 25% номеров		
не менее 50% номеров		
100% номеров		
– умывальник, унитаз, ванна:		
100% номеров		
– дополнительный туалет для многокомнатных номеров		
Номер без санузла оборудуется умывальником		
Площадь санузла в квадратных метрах:		
2,1 (3,8 для вновь строящихся)		
4,0		
5,0		
4. Техническое оснащение		
Двери и замки:		
– с внутренним предохранителем		
– замок повышенной секретности		
– глазок в двери		
Охранная сигнализация или электронные средства контроля за безопасностью номера		
Звукоизоляция:		
– на уровне 35 дБА		
– повышенная, обеспечивающая уровень шума менее 35 дБА		
Освещение:		
– от потолочного, настенного, напольного светильника		
– прикроватный светильник		
– настольная лампа		
– светильник над умывальником		
– выключатель дистанционного управления всех источников света у изголовья кровати		
Электророзетки:		
– с указанием напряжения		
– разнофазовые		
Отопление:		
– термостат для индивидуальной регулировки температуры		
– подогрев пола в ванной комнате		
Регулятор кондиционирования воздуха		
Телефонный аппарат:		
– в апартаментах в каждой комнате		
– в ванной комнате или кнопка вызова обслуживающего персонала		

Продолжение прил. 4

Требование	Наличие требования	
	да	нет
Будильное устройство (таймер)		
Радиоприемник		
Телевизор:		
– в многокомнатных номерах		
– по просьбе гостя		
– цветной в каждом номере		
– с экраном не менее 37 см по диагонали, приемом программ основных телекомпаний мира и гостиничного видеоканала, с дистанционным управлением		
Холодильник в многокомнатных номерах		
Мини-бар		
Мини-сейф		
5. Оснащение мебелью и инвентарем		
Кровать (минимальные размеры):		
– односпальная 80×190 см		
– односпальная 90×200 см		
– двуспальная 160×190 см		
– двуспальная 160×200 см		
– двуспальная 200×200 см		
– детские кровати (по просьбе)		
Комплект постельных принадлежностей и белья: матрац с намотрацником, две подушки, одеяло, дополнительное одеяло, покрывало на кровать, простыня, пододеяльник, наволочки льняные или хлопчатобумажные		
Прикроватный коврик: у каждой кровати при отсутствии ковров или коврового покрытия		
Ковры или ковровое покрытие пола		
Прикроватная тумбочка (столик): у каждого спального места		
Шкаф:		
– с полками, вешалкой и плечиками (не менее 5 шт. на место)		
– допускается встроенный		
Вешалка для верхней одежды и головных уборов		
Стул (не менее одного):		
– на гостя		
– на комнату		
Кресло для отдыха:		
– на гостя		
– на номер		
Стол (письменный стол)		

Продолжение прил. 4

Требование	Наличие требования	
	да	нет
Письменный стол с рабочим креслом		
Журнальный столик		
Полка (подставка) для багажа		
Подставка под телевизор		
Плотные занавеси (или жалюзи), обеспечивающие затемнение помещения		
Зеркало:		
– в полный рост, в каждой комнате		
– в комнате, дополнительно к зеркалу в ванной (над умывальником)		
Щетки: одежная, сапожная		
Ключ комбинированный (для открывания бутылок)		
Графин, стаканы		
Набор посуды для мини-бара		
Пепельницы		
Информационные материалы в номере:		
– на иностранных языках		
– телефонный справочник		
– перечень предоставляемых гостиницей услуг		
– рекламные материалы (буклеты, брошюры и пр.) с туристской и другой информацией		
Набор письменных принадлежностей (конверты, почтовая бумага, ручка, карандаш)		
Противопожарная инструкция		
Инструкция о действиях в экстремальных условиях, характерных для данного места (оползни в горах, землетрясения и т. п.)		
6. Инвентарь и предметы санитарно-гигиенического оснащения номера		
Зеркало:		
– над умывальником		
– большого размера или зеркальная стенка		
– косметическое для бритья и макияжа		
Полка для туалетных принадлежностей		
Занавес для ванной		
Коврик		
Фен для сушки волос		
Полотенцедержатель, крючки для одежды		

Продолжение прил. 4

Требование	Наличие требования	
	да	нет
Полотенца (на каждого гостя):		
– не менее двух		
– не менее трех		
– не менее пяти		
– в том числе банное		
Махровая простыня: в апартаментах		
Халат банный (на каждого гостя)		
Шапочка банная (на каждого гостя)		
Тапочки банные (на каждого гостя)		
Туалетные принадлежности на каждого гостя (замена по мере потребления):		
– туалетное мыло в фирменной упаковке		
– шампунь, гель, лосьон, соль для ванны		
Салфетки:		
– бумажные		
– махровые		
Туалетная бумага (с резервным рулоном)		
Держатель для туалетной бумаги		
Крышка для унитаза		
Щетка для унитаза (в футляре)		
Корзина для мусора		
Пакеты для предметов гигиены		
Пакеты прачечной, химчистки		
7. Санитарные объекты общего пользования		
Туалеты:		
– вблизи общественных помещений		
– на этажах для номеров без санузлов (не менее 1 на 5 номеров, включая туалеты в душевых и ваннных комнатах общего пользования, но не менее 2 на этаж)		
Оборудование туалетов: туалетные кабины, умывальник с зеркалом, электророзетка, туалетная бумага, мыло, бумажные салфетки или электрополотенца, крючки для одежды, корзины для мусора		
Ванные комнаты/душевые: на этажах для номеров без санузлов (ванные/душевые кабины из расчета 2 на каждые 5 номеров без санузла, но не менее 2 на этаж)		
Оборудование ваннных комнат/душевых: ванные, душевые кабины, туалетная кабина, умывальник с зеркалом и полкой для туалетных принадлежностей, крючки для одежды, корзины для мусора		

Продолжение прил. 4

Требование	Наличие требования	
	да	нет
8. Общественные помещения		
Должны иметь мебель и другое оборудование, соответствующее функциональному назначению помещения		
Служба приема (рецепция) с зоной для отдыха и ожидания: кресла, диваны, стулья, столы журнальные столики		
Специальное напольное покрытие (гранитное, мраморное, мозаичное)		
Ковры или ковровое покрытие в зоне отдыха		
Декоративное озеленение, художественные композиции, музыкальное вещание		
Газеты, журналы		
Сейф для хранения ценностей гостей		
Гардероб: в вестибюле		
Гостиные (салоны)		
Помещение (часть помещения) для просмотра телепередач		
Зал универсальный для культурных (деловых) мероприятий, с оборудованием для синхронного перевода, аудио- и видеоаппаратурой		
Бизнес-центр:		
– электронные средства связи, копировальная техника		
– помещения для переговоров, компьютеры, телефакс		
Спортивно-оздоровительный центр (с тренажером или спортивным залом) или клуб здоровья		
Плавательный бассейн с сауной или сауна		
Медицинский кабинет		
Парикмахерская:		
– в гостинице с количеством номеров более 50		
– салон (косметический кабинет, маникюр, педикюр)		
Комната бытового обслуживания		
Магазины и торговые киоски		
Коридоры: сплошное ковровое покрытие (ковры)		
9. Помещения для предоставления услуг питания		
Ресторан или кафе		
Кафе		
Ресторан:		
– несколько залов		
– отдельные кабинеты		
– банкетный зал (залы), возможен трансформируемый в конференц-зал		
– ночной клуб		
– бар		

Продолжение прил. 4

Требование	Наличие требования	
	да	нет
10. Услуги		
Служба приема (круглосуточный прием)		
Швейцар		
Подноска багажа (из машины в номер и из номера в машину) круглосуточно:		
– обязательная		
– по просьбе		
Утренняя побудка (по просьбе)		
Уборка номера горничной:		
– ежедневная		
– с контролем за его состоянием (в течение дня)		
Уборка кроватей горничной		
Вечерняя подготовка номера		
Смена постельного белья:		
– один раз в пять дней		
– один раз в три дня		
– ежедневно		
Смена полотенец:		
– один раз в три дня		
– ежедневно		
Стирка и глажение:		
– исполнение в течение суток		
– исполнение в течение 12 ч		
Глажение:		
– исполнение в течение 1 ч		
– предоставление утюга, гладильной доски		
Химчистка:		
– исполнение в течение суток		
– исполнение в течение 12 ч		
Мелкий ремонт одежды		
Чистка обуви:		
– персоналом гостиницы		
– автоматом		
Почтовые и телеграфные услуги:		
– отправление и доставка заказной корреспонденции, телексов		
– телефаксов		
Вручение корреспонденции гостям		
Машинопись, копирование документов, услуги секретаря, стенографиста, переводчика (в том числе синхрониста), посыльного, других услуг бизнес-центра		

Продолжение прил. 4

Требование	Наличие требования	
	да	нет
Предоставление и пользование (самостоятельное или с участием обслуживающего персонала) компьютеров, электронных средств связи, видео-, аудиооборудования		
Хранение ценностей в сейфе администрации		
Хранение багажа		
Обмен валюты: – круглосуточный		
Организация встреч и проводов (в аэропорту, на вокзале и т. д.)		
Вызов такси		
Аренда (прокат) автомашины		
Парковка (персоналом гостиницы) и подача из гаража (со стоянки) к подъезду автомобиля гостя		
Основные виды технического обслуживания автомобилей гостей: – в гостинице		
– в мотеле		
Бронирование билетов на различные виды транспорта		
Бронирование и (или) продажа билетов в театры, на спортивные, зрелищные мероприятия		
Туристские: – туристская информация		
– экскурсии, гиды-переводчики, инструкторы-переводчики		
Медицинские: вызов скорой помощи, пользование аптечкой		
11. Услуги питания		
Обслуживание: – возможность выбора любого из вариантов предоставляемого питания (завтрак, двухразовое, трехразовое питание)		
– работа хотя бы одного кафе или бара в любое время суток		
Завтрак: – предоставление		
– начало – не позднее 7.00		
– окончание – не ранее 10.00–11.00		
Бронирование мест в ресторане (при наличии ресторана)		
Обслуживание в номере: – в часы завтрака		
– с 7.00 до 24.00		
– круглосуточно		
– меню завтрака в номере		

Окончание прил. 4

Требование	Наличие требования	
	да	нет
12. Требования к персоналу и его подготовке		
Письменные инструкции для персонала, фиксирующие функциональные обязанности и установленные правила работы		
Квалификация: руководители и персонал должны пройти профессиональную подготовку:		
– соответствующую выполняемой работе		
– по обеспечению безопасности в гостинице		
Знание иностранных языков:		
– достаточное знание персоналом, занятым в зоне обслуживания, одного языка международного общения или наиболее употребляемого иностранными клиентами в данном районе		
– свободное владение персоналом одним из иностранных языков: в службе приема – обеспечение перевода с 2–3 иностранных языков		
Медицинские требования: персонал должен проходить периодическое медицинское освидетельствование		
Внешний вид персонала:		
– форменная одежда		
– форменная одежда, дифференцированная по службам		
– служебные значки		
Требования к поведению: персонал должен быть способен создавать в гостинице атмосферу гостеприимства, в отношении гостей проявлять доброжелательность		

Должность ответственного лица
от администрации гостиницы (мотеля)

« _____ » _____ 20__ г.

Приложение 5

БЛАНК АНКЕТЫ-ВОПРОСНИКА 2
ГОСТИНИЦЫ БЕЗ КАТЕГОРИИ

Требование	Наличие требования	
	да	нет
Общие требования:		
– светящаяся или освещаемая вывеска у входа		
– удобные подъездные пути с необходимыми дорожными знаками		
– пешеходные дорожки с твердым покрытием		
– благоустроенная хорошо освещенная прилегающая территория		
– площадка с твердым покрытием для кратковременной парковки автотранспорта		
– информация для посетителей об исполнителе услуг средств размещения, режиме работы, оказываемых услугах		
Средства размещения должны быть оснащены и оборудованы:		
– освещение в жилых и общественных помещениях: естественное и искусственное;		
– освещение в коридорах и на лестницах – круглосуточно		
– холодное и горячее водоснабжение и канализация; минимальный запас воды не менее чем на сутки, и ее подогрев в районах с перебоями водоснабжения		
– отопление, поддерживающее температуру воздуха в жилых помещениях не ниже 18 градусов		
– система вентиляции (естественной или принудительной)		
– телефонная связь		
– сеть радиовещания (подводка во все номера)		
– пассажирский лифт в зданиях высотой более пяти этажей		
– минимальная площадь жилой комнаты в одноместных номерах – не менее 9 м ²		
– в двухместных и многоместных номерах в расчете на одного проживающего не менее 6 м ²		
В жилой комнате средства размещения должны быть в наличии:		
– освещение от потолочного (настенного) светильника		
– прикроватный светильник		

Продолжение прил. 5

Требование	Наличие требования	
	да	нет
– электророзетки с указанием напряжения, выключатели освещения		
– замок во входной двери		
– радиоприемник (при отсутствии телевизора)		
– кровать/кровати:		
односпальная 80×190 см		
односпальная 90×200 см		
двухспальная 160×190 см		
двухспальная 160×200 см		
– комплект постельных принадлежностей и белья из расчета на одного человека: матрас с наматрацником, подушка, одеяло, дополнительное одеяло, покрывало на кровать, простыня, пододеяльник, наволочка		
– прикроватный коврик у каждой кровати при отсутствии ковров или коврового покрытия		
– прикроватная тумбочка (столик) у каждого спального места		
– шкаф с полками (наличие комода с ящиками или тумбочки с полками) с вешалкой и плечиками (не менее 3 шт. на одного проживающего)		
– стол		
– стулья или другая мебель для сидения: не менее одного на проживающего		
– плотные занавеси или жалюзи, обеспечивающие затемнение спального помещения		
– зеркало в прихожей и (или) в комнате		
– графин (необязателен при наличии посуды для мини-бара или бутилированной воды), стаканы		
– пепельница(ы), кроме номеров для некурящих		
– информационные материалы (в том числе перечень предоставляемых услуг)		
– противопожарная инструкция		
– инструкция для проживающих о действиях в случае пожара и в экстремальных условиях, характерных для данной местности		
– план эвакуации из номера		
– столовые приборы, кухонные принадлежности и посуда (для средств размещения, оборудованных кухней)		
– корзина для мусора (для многоместных номеров и номеров без санузла)		

Продолжение прил. 5

Требование	Наличие требования	
	да	нет
Инвентарь и предметы санитарно-гигиенического оснащения номера:		
– полный санузел		
– неполный санузел (умывальник, унитаз)		
– умывальник		
– полотенцедержатель, крючки для одежды		
– полотенца, в том числе банное (на каждого проживающего), – не менее двух		
– корзина для мусора		
Оборудование и оснащение санузла в номере:		
– при наличии унитаза: крышка для унитаза		
щетка для унитаза (в футляре)		
держатель для туалетной бумаги		
туалетная бумага		
– при наличии ванны и (или) душа/душевой кабины: занавес (кроме душевых кабин, угловых ванн или джакузи)		
полочка для мыла, шампуня и других туалетных принадлежностей		
удерживающий поручень для предотвращения падения во время принятия водных процедур (для вновь строящихся и реконструируемых гостиниц)		
индивидуальный коврик (махровый) или полотенце под ноги для каждого проживающего		
– при наличии умывальника: зеркало над умывальником		
полка для туалетных принадлежностей или туалетный столик		
туалетное мыло (замена по мере использования) или диспенсер с жидким мылом		
электророзетка		
Санитарные объекты общего пользования:		
– туалет общего пользования при отсутствии санузла в номере (из расчета один на 10 чел., проживающих в номерах без туалета, но не менее двух на этаже)		
– ванная или душевая комната общего пользования при отсутствии ванны/душа в номере (из расчета одна на 10 чел., проживающих в номерах без ванны или душа)		
– в туалетах общего пользования: умывальник с зеркалом, туалетный стол, электророзетка, диспенсер с жидким мылом, бумажные полотенца (или электрополотенце), туалетные кабины, туалетная бумага, щетка для унитаза, держатель для туалетной бумаги, крючки для одежды, корзины для мусора		

Продолжение прил. 5

Требование	Наличие требования	
	да	нет
– в ваннных/душевых комнатах общего пользования: ванны и (или) душевые кабины с полочками для мыла, шампуня и других туалетных принадлежностей, оборудованные удерживающим поручнем, туалетная кабина, умывальник с зеркалом, туалетный стол, диспенсер с жидким мылом, бумажные полотенца (или электрополотенце), крючки для одежды, корзина для мусора		
Дополнительные требования к средствам размещения:		
– служба приема, оборудованная необходимой мебелью, средствами для оформления проживания и средствами связи (телефон, факс), зоной для отдыха и ожидания с соответствующей мебелью		
– информация для потребителей в службе приема		
– сейф в службе приема для хранения денег и ценностей проживающих		
– отдельный вход или стойка службы приема у общего входа (для средств размещения, занимающих только часть здания)		
– аварийное освещение (аккумуляторы, фонари)		
– круглосуточная работа лифта (при наличии)		
– комната бытового самообслуживания, место для глажения одежды с необходимым оборудованием и инвентарем		
– помещение для предоставления услуг питания и (или) кухня с оборудованием для самостоятельного приготовления пищи		
– помещения для культурных (деловых) мероприятий		
– телефоны коллективного пользования в общественных помещениях (вестибюле)		
– гардероб/вешалки в помещениях общего пользования		
– отдельное помещение или его часть для просмотра телепередач/видеофильмов (при наличии номеров без телевизора)		
– наличие туалетов вблизи помещений общего пользования		
– обеспечение соблюдения требований к среде для передвижения инвалидов и физически ослабленных лиц (для вновь строящихся или реконструируемых средств размещения)		
Перечень предоставляемых услуг:		
– круглосуточный прием потребителей		
– услуги общественного питания (режим работы) или условия для самостоятельного приготовления пищи		
– ежедневная уборка номера горничной, включая заправку постелей		
– смена постельного белья – не менее одного раза в пять дней, смена полотенец – не менее одного раза в три дня		
– предоставление утюга, гладильной доски		
– вручение корреспонденции гостям		
– хранение багажа и забытых вещей в камере хранения		
– утренняя побудка (по просьбе)		

Окончание прил. 5

Требование	Наличие требования	
	да	нет
– хранение ценностей в индивидуальных сейфах в номерах и (или) сейфе в службе приема		
– медицинская помощь: вызов скорой помощи, пользование аптечкой		
– вызов такси, бронирование билетов		
Требования безопасности:		
– соблюдение требований пожарной безопасности, проведение мероприятий по предотвращению пожара (информирование проживающих о соблюдении правил пожарной безопасности), обучение персонала действиям во время пожара		
– наличие систем пожарной сигнализации и пожаротушения		
– наличие системы мероприятий на случай пожара и ЧС		
– соблюдение санитарных норм и правил при предоставлении услуг гостиниц (уборка, дезинфекция как помещений номерного фонда, так и помещений, в которых предоставляются дополнительные услуги: кухня, сауна, тренажерный зал, бассейн), а также соблюдение санитарных норм в ресторанах, кафе, барах		
– наличие системы видеонаблюдения, кнопок тревожной сигнализации		
– обеспечение планово-предупредительных ремонтов, ТО, противоаварийного контроля систем жизнеобеспечения здания гостиницы (электричество, газовое и водоснабжение)		
Требования к персоналу и его подготовке:		
– наличие инструкций, содержащих функциональные обязанности и установленные правила работы персонала		
– профессиональная подготовка персонала, соответствующая выполняемой работе		
– подготовка по обеспечению безопасности в гостинице (пожарная безопасность, охрана труда)		
– медицинское освидетельствование персонала		
– соблюдение профессиональной этики в процессе обслуживания потребителей		
– владение иностранным языком		
– наличие форменной одежды и нагрудных знаков у персонала		

Должность ответственного лица
от администрации гостиницы (хостела) _____

подпись

Ф.И.О. _____

« _____ » _____ 20__ г.

Должность ответственного лица
от администрации гостиницы (мотеля) _____

подпись

Ф.И.О. _____

« _____ » _____ 20__ г.

Приложение 6

ПОКАЗАТЕЛИ БАЛЛЬНОЙ ОЦЕНКИ
ГОСТИНИЦ РАЗЛИЧНЫХ КАТЕГОРИЙ
С КОЛИЧЕСТВОМ НОМЕРОВ БОЛЕЕ 50
СОГЛАСНО ТКП 5.3.02-2007 (ПРИЛОЖЕНИЕ В)

Код	Требование	Количество баллов
В.1	Здания и общественные помещения	
В.1.1	Расположение гостиницы в здании, являющемся историко-архитектурным памятником республиканского значения	6
	Расположение гостиницы в здании, являющемся историко-архитектурным памятником местного значения	4
В.1.2	Внешний вид (фасад, балконы, лоджии, ставни): – отличное ¹⁾ ; – хорошее ²⁾ ; – удовлетворительное ³⁾ ; – неудовлетворительное ⁴⁾	3 2 1 0
В.1.3	Наличие второго лифта (служебного), используемого исключительно для персонала и доставки багажа	2
В.1.4	Наличие гостевых лифтов: – два лифта и более; – один лифт	5 3
В.1.5	Наличие гостиных (салонов)	2
В.1.6	Наличие этажей (номеров) для некурящих	2
В.1.7	Наличие отдельного входа с улицы в ресторан, кафе или бар	3
В.1.8	Качество, состояние интерьера холлов, коридоров, салонов, конференц-залов, ресторанов, банкетных залов, общественных санузлов, тренажерного зала, сауны, бассейна и других общественных помещений и их оборудования	
В.1.8.1	Напольное покрытие, пол: – отличное; – хорошее; – удовлетворительное; – неудовлетворительное	3 2 1 0
В.1.8.2	Стены, двери, потолки: – отличное; – хорошее; – удовлетворительное; – неудовлетворительное	3 2 1 0

Продолжение прил. 6

Код	Требование	Количество баллов
В.1.8.3	Занавеси и окна:	
	– отличное;	3
	– хорошее;	2
	– удовлетворительное;	1
	– неудовлетворительное	0
В.1.8.4	Светильники:	
	– отличное;	3
	– хорошее;	2
	– удовлетворительное;	1
	– неудовлетворительное	0
В.1.8.5	Мебель:	
	– отличное;	3
	– хорошее;	2
	– удовлетворительное;	1
	– неудовлетворительное	0
В.1.9	Площадь, занятая ресторанами, м ² , не менее ⁵⁾ :	
	– 1,8 на одного проживающего;	3
	– 1,6 на одного проживающего;	2
	– 1,2 на одного проживающего;	1
	– менее 1,2 на одного проживающего	0
В.1.10	Площадь, занятая барами, м ² , не менее:	
	– 1,8 на одного проживающего;	3
	– 1,3 на одного проживающего;	2
	– 0,39 на одного проживающего;	1
	– менее 0,39 на одного проживающего	0
В.2	Качество и состояние оборудования номерного фонда (в 100% номеров)	
В.2.1	Напольное покрытие, пол:	
	– отличное;	3
	– хорошее;	2
	– удовлетворительное;	1
	– неудовлетворительное	0
В.2.2	Стены, двери, потолки:	
	– отличное;	3
	– хорошее;	2
	– удовлетворительное;	1
	– неудовлетворительное	0
В.2.3	Мебель:	
	– отличное;	3
	– хорошее;	2
	– удовлетворительное;	1
	– неудовлетворительное	0

Продолжение прил. 6

Код	Требование	Количество баллов
В.2.4	Занавеси и окна:	
	– отличное;	3
	– хорошее;	2
	– удовлетворительное;	1
	– неудовлетворительное	0
В.2.5	Постельные принадлежности:	
	– отличное;	3
	– хорошее;	2
	– удовлетворительное;	1
	– неудовлетворительное	0
В.3	Телевидение в номерах (телевизор с кабельными или спутниковыми каналами с приемом основных телекомпаний мира (в том числе на нескольких языках) или аренда видеомагнитофона, видеокассет в 100% номеров)	2
В.4	Качество, состояние оборудования ванных комнат	
В.4.1	Стены, пол, потолок:	
	– отличное;	3
	– хорошее;	2
	– удовлетворительное;	1
	– неудовлетворительное	0
В.4.2	Сантехническое оборудование:	
	– отличное;	3
	– хорошее;	2
	– удовлетворительное;	1
	– неудовлетворительное	0
В.4.3	Краны:	
	– отличное;	3
	– хорошее;	2
	– удовлетворительное;	1
	– неудовлетворительное	0
В.4.4	Наличие табурета или стульчика в ванной комнате	2
В.4.5	Наличие в ванне специального покрытия, предохраняющего от падения	2
В.4.6	Подогрев пола в ванной комнате	3
В.4.7	Наличие банной простыни (махрового халата)	2
В.4.8	Наличие биде не менее чем в 50% номеров (в ванной комнате)	2
В.4.9	Наличие фена в ванной комнате в 100% номеров	1
В.5	Телефонная кабина (телефонный автомат) с междугородной связью	По 1 баллу за кабину, но не более 4 баллов

Продолжение прил. 6

Код	Требование	Количество баллов
В.6	Предоставление услуги Интернет	2
В.7	Телефакс	2
В.8	Транспортное обслуживание: доставка проживающих и багажа	6
В.9	Дополнительные услуги:	
В.9.1	Наличие парикмахерской (косметического салона)	2
В.9.2	Наличие ресторанов, кафе, других предприятий питания	По 1 баллу за каждое предприятие питания, но не более 6 баллов
В.9.3	Наличие ресторана с национальной кухней или специализированного ресторана с фирменными блюдами	5
В.9.4	Время работы предприятий питания, не менее: – 14 часов в сутки; – 12 часов в сутки; – 8 часов в сутки	6 4 2
В.9.5	Время работы баров, не менее: – 14 часов в сутки; – 12 часов в сутки; – 8 часов в сутки	8 6 2
В.9.6	Наличие постоянных или временных торговых точек	По 1 баллу за торговую точку, но не более 4 баллов
В.9.7	Наличие развлекательного центра (ночной клуб и др.)	1
В.9.8	Охраняемая автостоянка с неограниченным временем парковки (кроме мотелей) с количеством мест: – 50% от количества мест в средстве размещения в закрытом или открытом паркинге на расстоянии до 100 м от средства размещения с возможностью предоставления услуги подачи автомобиля; – 50% от количества мест в средстве размещения в паркинге на расстоянии до 200 м от средства размещения в районах (кварталах, местах) без автомобильного движения; – 30% от количества мест в средстве размещения	6 4 2
В.9.9	Наличие проката: – автотранспорта или водного и водомоторного транспорта; – культурно-бытовых товаров и инвентаря, в том числе спортивного	1 1

Окончание прил. 6

Код	Требование	Количество баллов
В.9.10	Наличие комнаты площадью не менее 30 м ² с естественным освещением для детских игр:	
	– под наблюдением квалифицированного персонала (не менее 5 часов в сутки);	3
	– без наблюдения квалифицированного персонала	2
В.9.11	Наличие сервиса для инвалидов	10
В.9.12	Наличие прочих услуг (аттракционы, аквапарки, горнолыжные трассы, SPA-центры, боулинг, бильярд, площадки для гольфа, футбола, конференц-залы, информационные услуги, экскурсионные услуги, услуги переводчика, услуги бизнес-центра, обмен валюты и др.)	По 1 баллу за услугу, но не более 6 баллов
В.9.13	Наличие зала для фитнеса площадью не менее 30 м ² с не менее шестью гимнастическими снарядами или тренажерами	2
В.9.14	Наличие теннисного корта/4-стенного корта для сквоша 7×10 м	2
В.9.15	Наличие плавательного бассейна с площадью водной поверхности, м ² :	
	– не менее 80;	6
	– не менее 60;	4
	– не менее 35;	2
	– менее 35	1
В.9.16	Наличие сауны:	
	– на шесть и более человек;	2
	– менее шести человек	1

¹⁾ Состояние, которое может быть оценено как «новое», однако это не означает, что, например, мебель или постельные принадлежности в действительности являются только что приобретенными.

²⁾ Состояние, которое не требует проведения ремонта или замены на новое.

³⁾ Состояние, которое свидетельствует о целесообразности проведения незначительного ремонта.

⁴⁾ Состояние, которое свидетельствует о необходимости проведения ремонта и/или полной замены мебели и оборудования.

⁵⁾ Допускается уменьшение данного показателя на 20% в случае расположения средства размещения в местности с достаточным количеством близко расположенных предприятий общественного питания.

П р и м е ч а н и е. При оценке состояния номеров и помещений учитывается дизайн интерьеров, мебели, оборудования, качество материалов, используемых при отделке помещений, комфортность, эргономичность помещений. В исключительных случаях при наличии в интерьере номера ценных художественных произведений, предметов антиквариата, а также мебели из ценных пород дерева может быть присвоено дополнительно 4 балла.

Приложение 7

ПОКАЗАТЕЛИ БАЛЛЬНОЙ ОЦЕНКИ
ГОСТИНИЦ РАЗЛИЧНЫХ КАТЕГОРИЙ
С КОЛИЧЕСТВОМ НОМЕРОВ 50 И МЕНЕЕ
СОГЛАСНО ТКП 5.3.02-2007 (ПРИЛОЖЕНИЕ Г)

Код	Требование	Количество баллов
Г.1	Расположение гостиницы на берегу реки или естественного водоема ¹⁾ :	
	– первая линия;	3
	– вторая линия;	2
	– третья линия	1
Г.2	Здания и общественные помещения	
Г.2.1	Расположение гостиницы в здании, являющемся историко-архитектурным памятником республиканского значения	6
	Расположение гостиницы в здании, являющемся историко-архитектурным памятником местного значения или на территории заповедников, религиозно-культурных объектов, географических достопримечательностей	4
Г.2.2	Внешний вид (фасад, балконы, лоджии, ставни):	
	– отличное ²⁾ ;	3
	– хорошее ³⁾ ;	2
	– удовлетворительное ⁴⁾ ;	1
	– неудовлетворительное ⁵⁾	0
Г.2.3	Наличие гостевых лифтов:	3
Г.2.4	Наличие гостиных (салонов)	2
Г.2.5	Наличие этажей (номеров) для некурящих	2
Г.2.6	Качество, состояние интерьера холлов, коридоров, салонов, конференц-залов, ресторанов, банкетных залов, общественных санузлов, тренажерных залов, сауны, бассейна и других общественных помещений и их оборудования	
Г.2.6.1	Напольное покрытие, пол:	
	– отличное;	3
	– хорошее;	2
	– удовлетворительное;	1
	– неудовлетворительное	0

Продолжение прил. 7

Код	Требование	Количество баллов
Г.2.6.2	Стены, двери, потолки: – отличное; – хорошее; – удовлетворительное; – неудовлетворительное	3 2 1 0
Г.2.6.3	Занавеси и окна: – отличное; – хорошее; – удовлетворительное; – неудовлетворительное	3 2 1 0
Г.2.6.4	Светильники: – отличное; – хорошее; – удовлетворительное; – неудовлетворительное	3 2 1 0
Г.2.6.5	Мебель: – отличное; – хорошее; – удовлетворительное; – неудовлетворительное	3 2 1 0
Г.3	Качество и состояние оборудования номерного фонда (в 100% номеров)	
Г.3.1	Напольное покрытие, пол: – отличное; – хорошее; – удовлетворительное; – неудовлетворительное	3 2 1 0
Г.3.2	Стены, двери, потолки: – отличное; – хорошее; – удовлетворительное; – неудовлетворительное	3 2 1 0
Г.3.3	Мебель: – отличное; – хорошее; – удовлетворительное; – неудовлетворительное	3 2 1 0
Г.3.4	Занавеси и окна: – отличное; – хорошее; – удовлетворительное; – неудовлетворительное	3 2 1 0

Продолжение прил. 7

Код	Требование	Количество баллов
Г.3.5	Постельные принадлежности: – отличное; – хорошее; – удовлетворительное; – неудовлетворительное	3 2 1 0
Г.4	Телевидение в номерах (телевизор с кабельными или спутниковыми каналами с приемом основных телекомпаний мира (в том числе на нескольких языках) или аренда видеомэгаффона, видеокассет в 100% номеров)	2
Г.5	Качество, состояние оборудования ванных комнат	
Г.5.1	Стены, пол, потолок: – отличное; – хорошее; – удовлетворительное; – неудовлетворительное	3 2 1 0
Г.5.2	Сантехническое оборудование: – отличное; – хорошее; – удовлетворительное; – неудовлетворительное	3 2 1 0
Г.5.3	Краны: – отличное; – хорошее; – удовлетворительное; – неудовлетворительное	3 2 1 0
Г.5.4	Наличие табурета или стульчика в ванной комнате	2
Г.5.5	Наличие в ванне специального покрытия, предохраняющего от падения при скольжении	2
Г.5.6	Подогрев пола в ванной комнате	3
Г.5.7	Наличие банной простыни (махрового халата)	2
Г.5.8	Наличие биде не менее чем в 50% номеров (в ванной комнате)	2
Г.5.9	Наличие фена в ванной комнате в 100% номеров	1
Г.6	Телефонная кабина (телефонный автомат) с междугородной связью	По 1 баллу за кабину, но не более 4 баллов
Г.7	Предоставление услуги Интернет	2
Г.8	Телефакс	2

Продолжение прил. 7

Код	Требование	Количество баллов
Г.9	Транспортное обслуживание: доставка проживающих и багажа	6
Г.10	Дополнительные услуги:	
Г.10.1	Время работы предприятий питания, не менее: – 14 часов в сутки; – 12 часов в сутки; – 8 часов в сутки	6 4 2
Г.10.2	Время работы баров, не менее: – 14 часов в сутки; – 12 часов в сутки; – 8 часов в сутки	8 6 2
Г.10.3	Охраняемая автостоянка с неограниченным временем парковки	2
Г.10.3	Наличие сервиса для инвалидов	10
Г.10.5	Наличие прочих услуг (аттракционы, аквапарки, горнолыжные трассы, SPA-центр, фитнес-центр, велосипедная дорожка для велопрогулок, пешеходный маршрут с разметкой расстояния, площадки для тенниса, гольфа, футбола, боулинг, бильярд, конференц-зал, информационные услуги, услуги проката спортивного инвентаря, водного и водомоторного транспорта, экскурсионные услуги, услуги переводчика, услуги бизнес-центра и др.)	По 1 баллу за услугу, но не более 6 баллов
Г.10.6	Наличие сауны: – на шесть и более человек; – менее шести человек	2 1
Г.10.7	Наличие закрытого плавательного бассейна с площадью водной поверхности, м ² : – не менее 80; – не менее 60; – не менее 35; – менее 35	6 4 2 1
Г.10.8	Наличие открытого плавательного бассейна ¹⁾ с подогреваемой водой с площадью водной поверхности, м ² : – не менее 80; – не менее 60; – не менее 35; – менее 35	6 4 2 1

Окончание прил. 7

Код	Требование	Количество баллов
Г.10.8	Наличие открытого плавательного бассейна ¹⁾ с неподогреваемой водой с площадью водной поверхности, м ² : – не менее 80; – не менее 60; – не менее 35; – менее 35	4 3 2 1

¹⁾ Для гостиниц, расположенных в курортной местности.

²⁾ Состояние, которое может быть оценено как «новое», однако это не означает, что, например, мебель или постельные принадлежности в действительности являются только что приобретенными.

³⁾ Состояние, которое не требует проведения ремонта или замены на новое.

⁴⁾ Состояние, которое свидетельствует о целесообразности проведения незначительного ремонта.

⁵⁾ Состояние, которое свидетельствует о необходимости проведения ремонта и/или полной замены мебели и оборудования.

П р и м е ч а н и е. При оценке состояния номеров и помещений учитывается дизайн интерьеров, мебели, оборудования, качество материалов, используемых при отделке помещений, комфортность, эргономичность помещений. В исключительных случаях при наличии в интерьере номера ценных художественных произведений, предметов антиквариата, а также мебели из ценных пород дерева может быть присвоено дополнительно 4 балла.

**БЛАНК СЕРТИФИКАТА СООТВЕТСТВИЯ
ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ СОГЛАСНО
ТРЕБОВАНИЯМ ТКП 5.3.02-2007**

**НАЦИОНАЛЬНАЯ СИСТЕМА ПОДТВЕРЖДЕНИЯ СООТВЕТСТВИЯ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОМИТЕТ ПО СТАНДАРТИЗАЦИИ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

СЕРТИФИКАТ СООТВЕТСТВИЯ

_____ наименование органа, выдавшего сертификат, адрес

Зарегистрирован в Реестре
Национальной системы подтверждения соответствия Республики Беларусь
под № _____

« ____ » _____

Действителен до « ____ » _____

Настоящий сертификат выдан _____
наименование заявителя услуг гостиниц

_____ юридический адрес
и удостоверяет, что услуги гостиницы _____
наименование услуг гостиниц

предоставляемые в _____,
наименование гостиницы (мотеля)

соответствуют требованиям, установленным в _____,
обозначение ТНПА

Гостиница (мотель) _____,
наименование гостиницы (мотеля)

расположенная(ый) по адресу _____,
соответствует категории _____.

Сертификат выдан на основании акта проверки от _____,
дата

Руководитель органа
по сертификации _____
подпись _____ инициалы, фамилия

М.П.

Знак соответствия*

* Знак соответствия приводится в соответствии с ТКП 5.1.08.

Учебное издание

Ковшар Елена Анатольевна

**ГОСТИНИЧНЫЙ
И РЕСТОРАННЫЙ
БИЗНЕС**

В 2-х частях

Часть 1

Учебно-методическое пособие

Редактор *Ю. Д. Нежикова*
Компьютерная верстка *О. А. Солодкевич*
Дизайн обложки *П. П. Падалец*
Корректор *Ю. Д. Нежикова*

Подписано в печать 23.05.2019. Формат 60×84¹/₁₆.
Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Печать ризографическая.
Усл. печ. л. 11,7. Уч.-изд. л. 12,1.
Тираж 100 экз. Заказ .

Издатель и полиграфическое исполнение:
УО «Белорусский государственный технологический университет».
Свидетельство о государственной регистрации издателя,
изготовителя, распространителя печатных изданий
№1/227 от 20.03.2014.
Ул. Свердлова, 13а, 220006, г. Минск.