**ЛЕКЦІЯ №5.**

**ТЕМА:Гостинність як соціально-культурний феномен.**

План.

1. Індустрія гостинності.
2. Этнокультурні особливості гостинності.

3. Гостинний сервіс в системі социально-культурних й туристских послуг.

4.Виникнення та розвиток гостинності в древні часи.

 5**.** Розвиток і особливості гостинності в епоху Середньовіччя.

 6. Гостинний сервіс в Європі в період становлення капіталізма.

Гостеприимство - теперь бытовое понятие, означающее особый вид радушия, хлебосольство хозяев при приеме гостей. В прошедшем большой интерес представляют те формы гостеприимства, которые обеспечивали приют и защиту путешественникам и чужестранцам в малокультурных местностях. Им пришлось сыграть в истории огромную культурную роль, неразлучную с ними и там, где они и теперь еще встречаются. Она состоит:

1) в установлении и поддержании международного общения на начальной ступени культуры

2) в том нравственном влиянии, которое, создаваясь на почве дружественных отношений между племенами, знавшими на первых порах лишь враждебное чувство друг к другу, становилось постепенно фактором воспитания альтруистических чувств.

Гостеприимство – это одно из понятий цивилизации, которое благодаря прогрессу и времени превратилось в мощную индустрию, в которой работают миллионы профессионалов, создавая все лучшее для потребителей услуг (туристов).

Индустрия гостеприимства включает в себя различные сферы деятельности людей – туризм, отдых, развлечения, гостиничный и ресторанный бизнес, общественное питание, экскурсионную деятельность, организацию выставок и проведение различных научных конференций.

Таким образом, индустрия гостеприимства – это комплексная сфера деятельности работников, удовлетворяющих любые запросы и желания туристов.

Гостеприимство имеет большое воспитательное значение, оно развивает чувство дружбы и товарищества. Гостеприимство оценивается как одно из главных условий связи между людьми, как источник симпатии, взаимного уважения, понимания и поддержки, показатель культуры человека.

Гостеприимство это философия поведения, а индустрия это уже сервис за вознаграждение. Индустрия гостеприимства, это сфера предпринимательства, состоящая из таких видов обслуживания, которые опираются на принципы гостеприимства, характеризующиеся щедростью и дружелюбием по отношению к гостям.

**2. Этнокультурные особенности гостеприимства.**

Термин *“гостеприимство”*происходит от старофранцузского слова *hospice* (хоспис), что означает странноприимный дом. В бытовом смысле гостеприимство – это свойство характера человека, отличающегося радушием и хлебосольством, а также традиции встречи гостей в разных культурах. Гостеприимство включает в себя такие важнейшие направления деятельности, как размещение и питание гостей, предоставление разного рода социокультурных услуг, в том числе развлекательных, проведение конференций, организация экскурсий.

Древний грек и северный германец, индеец, африканец или русский инородец встречали путешественников в высшей степени радушно: гостя обсушат и обогреют, для него приготовят из последних, взятых в долг или даже украденных запасов насколько возможно роскошный стол, дадут на ночь удобное помещение, уступят хозяйскую постель, а при отъезде одарят подарками, проводят до границ владений общины и часто сочтут оскорблением для себя всякое предложение платы. У германцев был установлен законами срок пребывания гостя в доме хозяина — три дня; тот же срок существует у некоторых южных славян; по истечении его хозяин может отказать гостю или свести его к хозяину другого дома. У англичан гость, пробывший дольше срока, становился в зависимое отношение к хозяину.

Традиции гостеприимства, отличавшиеся у отдельных народов некоторыми чертами своеобразия, повсеместно имели сакральное обоснование: Гость – посланник Бога; В наши дни эта традиция наиболее ярко проявляет себя на Кавказе, где сохранились значительные пережитки первобытности.

Свидетельством готовности оказать гостеприимство любому путнику в прошлом считалось наличие во дворе коновязи. Правила гостеприимства, безусловно, распространялись на людей иной веры и иной национальности.

В традиционно-бытовой культуре народов Кавказа институт гостеприимства осуществлял важную социальную функцию: он позволял поддерживать интенсивные связи и контакты не только внутри одного этноса, но и между представителями разных народов.

У кабардинцев «дальние гости» в свою очередь также подразделялись на несколько категорий в зависимости от отдаленности места, из которого они прибыли: наиболее почетными считались «гости из других стран», затем – «гости, переехавшие через три реки (пять, семь, девять рек)» и «гости из других селений». При прочих равных условиях более почетным считался гость, прибывший из мест, лежащих в верховьях реки (по представлениям кабардинцев, верховье реки считалось более почетной.

Современная гостиница должна знать и учитывать национальные особенности своих постояльцев. Например, комфортная температура в номере для европейца +21 °C, а американцы предпочитают более прохладные номера. Японцам нужны отдельно стоящие кровати и отдельные ванные комнаты – такова их культура. Они могут заплатить высокую цену за номер, но при условии, что их требования соблюдены.

Исследователи справедливо подчеркивают, что одно из основных значений обычаев гостеприимства и куначества – их роль в установлении добрососедских отношений и сохранения мирных отношений между народами, общинами.
**3. Гостиничный сервис в системе социально-культурных и туристских услуг.**

По определению известного американского специалиста по маркетингу Ф. Котлера, *услуга* - это любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой, и которые в основном неосязаемы.

*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 услугами могут быть отнесены:

* медицинские услуги,
* услуги культуры,
* образовательные услуги и др.

Таким образом, стандарт позволяет определить место туристских услуг среди многообразия услуг, оказываемых населению, и относит их к социально-культурным услугам.

*Социально-культурный (гуманитарный) сервис* представляет собой широкий круг услуг в области организации проведения свободного времени населения: развлечения, туризм, гостиничное и ресторанное обслуживание, театры, музеи, тематические парки, кинематограф.

*Туристская услуга -*совокупность целенаправленных действий в сфере обслуживания, которые ориентированы на обеспечение и удовлетворение потребностей туриста или экскурсанта (туристско-экскурсионные услуги), отвечающие целям туризма, характеру и направленности туристской услуги, тура, туристского продукта, не противоречащие общечеловеческим принципам морали и доброго порядка.

Туристские услуги, в том числе и в рамках гостиничного и ресторанного обслуживания, отнесены к социально-культурным услугам. Они строятся на принципах современного гостеприимства, что повышает их роль в развитии отечественного туризма, а также ставит определенные задачи в системе подготовки кадров для ресторанно-гостиничного сервиса.

Гостиницы предоставляют следующие туристские услуги:

1. Услуги пассажирского транспорта

- Перевозки дорожным транспортом

- Перевозки водным транспортом

- Перевозки воздушным транспортом

- Вспомогательные услуги, относящиеся к пассажирскому транспорту

- Сдача в аренду пассажирского транспортного оборудования

2. Услуги туристических агентств, туроператоров и экскурсоводов

- Услуги туристических агентств

- Услуги туроператоров

- Информационное обеспечение туристов и услуги экскурсоводов

**4. Возникновение и развитие гостеприимства в древности.**

Древний период (IV тысячелетие до н.э. — 476 г. н.э.)

К этому периоду общественного развития большинство историков относят появление первых гостевых предприятий — прообразов современных гостиниц и ресторанов. Упоминание о подобных предприятиях — тавернах — содержится в древних манускриптах, одним из которых является кодекс царя Вавилонии Хаммурапи, написанный примерно в 1700 году до н.э.

В Древней Греции в I тысячелетии до н.э. таверны являлись важным элементом социальной и религиозной жизни. Хотя в тавернах имелись помещения для размещения путешественников, в большей степени они предназначались для предоставления услуг питания. Развитие же торговли и связанные с ней длительные разъезды требовали организации не только питания, но и ночлега. Это обстоятельство и предопределило появление другого типа предприятий — постоялых дворов.

Наиболее разветвленная сеть постоялых дворов была создана на территории Римской империи. Древнеримские постоялые дворы располагались вдоль главных дорог в городах и деревнях на расстоянии один от другого примерно в 25 миль (40,225 км).

Таверны и постоялые дворы, предназначенные для обслуживания граждан низших сословий, предлагали минимальные условия для ночлега и отдыха. Например, очень часто путешествующие спали просто на соломе, а чтобы не замерзнуть в холодное время года, прижимались к теплому боку своей лошади. О каком-то дополнительном комфорте не было и речи.

Огромную роль в появлении предприятий гостеприимства сыграло развитие торговых связей на Ближнем Востоке, в Азии и Закавказье. По территории этих регионов проходили крупнейшие торговые пути, по которым длинными потоками двигались караваны с товаром. Для организации ночлега участников караванов вдоль торговых путей создавались специальные пункты размещения — караван-сараи, включающие, как правило, помещения для людей и загоны для верблюдов и лошадей. Все это было окружено крепостной стеной, защищающей от природных стихий (ветра, дождя, бури), а также от грабителей и разбойников.

После падения Римской империи в 476 году н.э. начался новый этап в развитии предприятий гостеприимства.

**5. Развитие и особенности гостеприимства в Европейском Средневековье и Средневековой Руси.**

Средневековье (V - XV вв. н.э.)

На развитие предприятий гостеприимства в средние века огромное влияние оказали религиозные традиции. В этот период резко увеличилось количество людей, совершавших паломничества к святым местам. Церковь обязывала монастыри оказывать гостеприимство паломникам, организовывать для них ночлег, предоставлять питание. В это время появляются и другие заведения, осуществляющие подобные функции. Например, франкийский король, а впоследствии император Карл Великий (742—814), покровительствуя церкви, в VIII веке учредил специальные дома для отдыха паломников.

Столь широкое предоставление монастырями бесплатных услуг путешествующим сдерживало развитие частных предприятий размещения. В Англии большой толчок к развитию частных постоялых дворов и таверн был дан лишь в период позднего Средневековья и особенно во время Реформации, когда английский король Генрих VIII провел секуляризацию монастырей. Никто из странствующих уже не мог больше рассчитывать на бесплатную остановку в монастырях и вынужден был останавливаться на частных постоялых дворах.

В XII—XIII веках постоялые дворы — предшественницы первых гостиниц — появились на Руси. Тогда они назывались "ямами" и располагались один от другого на расстоянии конного перехода. В XV веке постоялые дворы создавались при почтовых станциях, находящихся в ведении Ямского приказа\*. К XV веку также относится строительство в больших русских городах гостиных дворов, отличающихся от постоялых тем, что помимо размещения и питания здесь имелись возможности для совершения коммерческих операций, то есть в гостиных дворах объединялись меблированные комнаты, торговые ряды, лавки, склады. Как правило, все это обносилось стенами и башнями с въездными воротами. Расселение иностранцев в гостиных дворах проводилось по национальному признаку. В Новгороде в XV—XVII веках существовали "немецкий" и "голландский" гостиные дворы, в Москве — "аглицкий", "греческий", "армянский" и др.

В XIII веке гостиные дворы появились в Витебске, Гродно, Бресте, Слониме и других белорусских городах. Специальные гостиные дворы для белорусских купцов в XV—XVI веках были построены в Брянске, Вязьме, Москве.

Прогрессивным направлением деятельности предприятий гостеприимства в средневековый период явилось создание первых профессиональных ассоциаций. Так, в 1282 году трактирщики города Флоренции в Италии основали свою гильдию.

**6. Гостиничный сервис в Европе в период становления капитализма.**

В XVI столетии в Англии появляются таверны для простонародья, назы­ваемые ординарными*,* где за общим столом подавались дежурные блюда по фиксированной цене. Обычно главное блюдо представляло основа­тельно переваренное острое рагу из мяса и овощей. Кулинарные качества были ограничены присутствием в котле тех или иных ингредиентов, попа­дающих туда лишь по причине их дешевизны. Очень немногие из едоков имели здоровые зубы, а у большинства их и вовсе не было, так что для того, чтобы считаться съедобной, пища должна была легко пережевываться. Свежее мясо было редкостью, а тухлое – скорее нормой, чем исключением. Специи помогали не только сохранить мясо, но и скрыть неприятный запах.

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

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

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

**7. Развитие индустрии туризма и гостиничный сервис в 20 веке.**

С конца XIX и начала XX века резко увеличивается число гостиниц не только в Европе, но и на Ближнем Востоке, северной части африканского континента и Северной Америке. - В Австро-Венгрии в 1913 году существовало уже 15 тыс. отелей. В основном, это были небольшие гостиницы, но рядом с ними строились и большие. Эти гостиницы имели общую вместимость номерного фонда 500 тыс. мест.

Гостиницы начали предоставлять массовые и разнообразные услуги после окончания Второй мировой войны. Именно в этот период туризм приобретает действительно массовый характер: из предмета роскоши он становится потребностью для большинства населения высокоразвитых индустриальных стран. Формируется мощная индустрия отдыха со своими институтами, услугами, производственным циклом, методами организации и управления производством. В западноевропейских странах 50-60-е годы XX в. - Это период массового строительства гостиниц, мотелей, разного рода увеселительных заведений.

К концу XIX века уже были распространены два типа гостиниц - большие и роскошные, а также маленькие и устаревшие. Все эти гостиницы строились вблизи городских транспортных узлов, главным образом железнодорожных.

Первые годы XX века считаются временем начала строительства гостиниц для бизнесменов и коммерсантов. Первым перспективность этого направления понял Елсворт Статлер. В 1908 году он открывает отель в Буффало под названием «Буффало Статлер». Это была принципиально новая концепция в гостиничном деле, основанная на предоставлении клиентам максимальных удобств.

Вторая мировая война, диктовала необходимость значительных переездов территорией США большого количества людей, не могло не сказаться на гостиничной индустрии. Потребность в номерах в то время была настолько велика, что гостиницы работали со 100% нагрузкой. После Второй мировой войны, в 50-е годы, произошли значительные изменения, а как ответ на изменения в американском образе жизни появились отели. Несмотря на эти шаги, американское влияние в мире был незначительным вплоть до конца 60-х годов. Лишь в начале 70-х американская гостиничная экспансия начала приобретать глобальных размеров.

К концу 80-х годов весь деловой мир и деловой туризм следил за развитием таких гостиничных комплексов, как «Мариотт», «Рамада», «Шератон», «Редиссон». При сооружении фешенебельных отелей обязательными стали такие спортивно-развлекательные элементы, как плавательные бассейны современных конструкций закрытого и открытого типа, сауны, солярии, гимнастические и спортивные залы с кабинетами для массажа, косметические салоны, бары, ночные клубы. Что касается гостиничного бизнеса, то в его послевоенном развитии четко выделяются два периода: первая волна пришлась на середину 50-х годов, вторая - на конец 60-х - начало 70-х. За это время в гостиничных услугах в плане их технического оснащения произошли существенные изменения: например, неотъемлемыми элементами гостиничного сервиса в отелях высокого класса стали кондиционеры воздуха с аппаратурой для индивидуального контроля, телевизионная система в номерах с автономной демонстрацией фильмов, индивидуальная сигнализация, более совершенные средства связи и т.п.

**8. Гостиничный сервис в России в 18-19вв.**

В России к XVIII в. существовало немало постоялых и гостиных дворов, которые в крупных городах выполняли различные функции, в них осуществлялась торговля, коммерческие и купеческие сделки. Многие гостиные дворы принимали гостей по национальному признаку. Так, в Москве существовали «аглийский», «греческий», «армянский», в Нижнем Новгороде, к примеру, были «немецкий», «голландский» дворы. Развитие промышленного производства приводит к росту городов, численности их населения, а расширение торговых и других связей между российскими городами и губерниями оказывает благоприятное воздействие на развитие гостиничного хозяйства Российской империи.

Во всех крупных городах к началу XIX в. существуют современные по тем временам гостиницы. С 1821 г. действовало Положение, регламентировавшее правила содержания гостиниц, рестораций и трактиров. Гостиницы предоставляли не только услуги размещения, но и питания с широким набором блюд и напитков. Позднее был отменен запрет на музыку в ресторанах гостиниц. Строительство гостиниц шло быстрыми темпами. В Москве в 1818 г. их насчитывается 7. В городе на улице Неглинной возводится фешенебельная гостиница «Европа», переименованная в годы советской власти в «Центральную». В гостиничный бизнес приходят инициативные и предприимчивые люди, такие как купец Н. И. Корзинкин, который в 1878 г. образует товарищество «Большая Московская гостиница», под которое он приобретает пятиэтажный дом с рестораном и садом.

Во второй половине XIX в. индустрия гостеприимства расширяет сферу деятельности. К предприятиям гостиничного типа присоединяются первые бюро путешествий, в задачу которых входит организация туристических поездок. Одновременно с этим гостиницы предлагают своей клиентуре отправиться в различные экскурсии по культурно-историческим местам.

Быстрое развитие гостиничного бизнеса начинается уже в 18-19 веке. В России то и дело появляются новые постоялые дворы, которые радушно встречают своих постояльцев. Кроме постоялых дворов появляются и гостиные дворы. Основное их отличие в том, что тут также были специальные помещения, где можно было совершать торговые операции.

Больше количество гостиниц открывается в курортных городах, так как именно в это время туризм развивается все более активно, и всех отдыхающих просто необходимо где-то размещать. С течением времени гостиничные номера оборудуются более совершенно, меняется сервис в лучшую сторону, меняется и политика гостиниц.

Особенностью российской индустрии гостеприимства было существование чайных заведений. Они появились в XIX в. при Александре II в Тверской губернии. В Петербурге первая чайная была открыта 28 августа 1882 г. Чайные заведения были поставлены в особые условия функционирования: для них была установлена минимальная арендная плата, очень низкая ставка налога. Чайные открывались с пяти часов утра. Этот тип заведений распространился по другим городам и быстро завоевывал популярность.

**9. Гостиничный сервис в России в начале 20в: крупнейшие отели, новые грани сервиса.**

В 1910 г. в России насчитывалось более 5000 гостиниц. Они принадлежали частным лицам и считались коммерческими предприятиями.

После революции большая часть гостиничного фонда была национализирована. Гостиница «Астория» в Санкт-Петербурге стала местом размещения Петроградского совета рабочих и крестьянских депутатов, в гостинице «Националь» в Москве расположилось правительство. Новая власть не стремилась развивать рыночные отношения, а доходы от гостиничной индустрии направлялись на развитие тяжелой промышленности.

Наиболее популярными были гостиница "Метрополь", построенная в 1897—1907 годах в Москве Петербургским акционерным обществом, гостиница "Люкс" (основатель — московский булочник Филиппов), Гранд-отель (владелец— купец, миллионер Корзинкин), гостиницы "Европа", "Париж" и другие.

В начале XX века в Минске функционировало около 30 частных гостиниц. Некоторые из них представляли просто меблированные комнаты на 10—15 номеров. В Минске также находилась самая большая гостиница Северо-Западного края — гостиница "Европа", насчитывающая 30 номеров и предлагающая по тем временам широкий спектр услуг: парикмахерскую с мужским и женским залом, ресторан, библиотеку, лифт, автомобиль к вокзалу и др.

**10. Гостиничный сервис в России в советский период.**

В дореволюционной России в связи с ростом промышленного производства, развитием внутренних и международных связей сложилась система гостеприимства, основные предприятия которой были частными. В целом к началу XX века в России насчитывалось более 4500 гостиниц, не считая трактиров и постоялых дворов. В первые годы советской власти гостиничное хозяйство страны коренным образом перестраивается, его предприятия национализируются, идет строительство новых гостиниц. В предвоенные годы большие и малые гостиницы существовали в 700 городах страны. Успешно шло восстановление гостиничного хозяйства и после Второй мировой войны. Количество гостиниц к 1960 г. почти удвоилось. Появились и рекордсмены и этой области. Так, в 1967 г. была построена гостиница «Россия», имевшая 3182 номера.

В советский период существовали четыре ведомства, которые занимались гостиничным хозяйством. Это Госкоминтурист, ВЦСПС, муниципальные и молодежные организации. В каждом ведомстве были свои стандарты и принципы аттестации. При классификации гостиниц в СССР использовалась система разрядов, которая мало соответствовала европейским стандартам. До распада СССР существовала единственная гостиничная цепь «Интуриста», которая в 1970 г. занимала 23-е место в мире и насчитывала более 27 тыс. номеров.

Гостиничное хозяйство страны в этот период было крайне пестрым как по комфортабельности, так и по уровню сервиса. Наиболее комфортабельными, естественно, были гостиницы «Интуриста». Гостиницы для рядовых советских граждан чаще всего отличались невысоким уровнем сервиса и комфорта и были в основном нерентабельными.

Особенно благоприятную роль в развитии инфраструктуры гостеприимства сыграли крупные международные мероприятия, проведенные в СССР. В частности, для Олимпийских игр 1980 г. было построено несколько крупных гостиничных центров, в том числе туристский комплекс «Измайлово» в Москве, который имел пять 30-этажных корпусов на 9568 мест (номера на 1—2 человек), туристский кабинет, культурный центр. Гостиничное хозяйство страны в это время насчитывало более 7000 гостиниц общей вместимостью 700 тыс. койко-мест и было представлено разнообразными средствами размещения. Вблизи крупных городов, историко-культурных центров, вдоль популярных маршрутов строятся мотели и кемпинги, рассчитанные на прием автотуристов, в курортных зонах создаются ведомственные гостиницы, близ железнодорожных вокзалов и аэропортов строятся отели, в городах появляются Дома туристов и Дома колхозников, рассчитанные на прием специализированных категорий посетителей и т.д.

Гостиницы, построенные в советский период, были недостаточно благоустроенными. Мебель была низкого качества, помещения освещались плохо. Большая часть номеров не соответствовала санитарным условиям. Единых тарифов на услуги гостиниц до этого не было. В 1934 г. был разработан и утвержден типовой устав гостиничного треста местного совета. Гостиничный трест был самостоятельной хозяйственной единицей и действовал на принципах хозяйственного расчета. Согласно этому уставу гостиница являлась юридическим лицом, отвечала по всем обязательствам в пределах того имущества, которым она владела и на которое могло бы быть обращено взыскание.

**11. Состояние и динамика гостиничной индустрии в России в постсоветский период.**

Перестроечные процессы оказали негативное влияние на состояние гостиничного хозяйства в России. Сокращение туристских потоков привело к снижению спроса на гостиничные услуги, что, в свою очередь, повлекло сокращение числа гостиниц. С начала 90-х гг. наблюдается особенно резкое сокращение числа гостиниц и их загрузки. Даже в таких крупных городах, как Москва, коэффициент загрузки гостиниц составляет немногим более половины. В целом же по России гостиницы заполняются только на треть. Основная причина — резкое сокращение централизованного финансирования гостиничного хозяйства. Во многих регионах страны четко проявилась тенденция убыточности гостиничного хозяйства. Основная часть гостиниц нуждается в реконструкции и обновлении материальной базы, поскольку они в настоящее время не соответствуют мировым стандартам.

Проблемы отечественного гостиничного хозяйства в этот период связаны с низким уровнем сервиса, недостаточной материально-технической оснащенностью, нехваткой профессиональных кадров, в том числе и специалистов в области гостиничного менеджмента, способных работать в новых рыночных условиях. Одним из негативных факторов развития гостиничной индустрии была неравномерность гостиничного фонда. Более 60% гостиниц были расположены в городах, причем в основном в крупных городах, и только 30% гостиниц находилось в сельской местности.

В гостиничном бизнесе России крайне неравномерно начинается процесс воссоздания индустрии гостеприимства, восстановление утраченных связей между гостиничными предприятиями стран СНГ и Латвии. В 1992 г. была создана международная Ассоциация туристских организаций «ЕвроАзия», цель которой направлена на восстановление разрушенных традиционных связей между отделениями «Интуриста» в области обслуживания иностранных туристов и организации зарубежных поездок для отечественных туристов.

На смену монополизированному гостиничному хозяйству с 1993 г. в России стал складываться рынок гостиничных услуг. В настоящее время в гостиничном бизнесе России принимает большое число предприятия с различными формами собственности: акционерные общества, совместные предприятия, муниципальные предприятия, ведомственные гостиничные предприятия и малые частные гостиницы и пансионаты. Раньше у каждого ведомства были свои критерии и принципы аттестации гостиниц. В 1995 г. на территории России была введена единая система классификации по категориям от 1 до 5 звезд.

**12. Будущее гостиничной индустрии: стратегическая оценка.**

В последние годы чётко вырисовалась картина будущего гостиничной индустрии, которой суждено развиваться и процветать. К тенденциям развития гостиничного бизнеса относятся:

Безопасность – отели стараются отгородить себя как можно больше от возможных случаев терроризма. Поэтому в ближайшие годы досмотр постояльцев отелей и гостиниц (пусть даже не самых известных) будет усилен, но сотрудники отелей постараются это делать как можно аккуратней и корректней.

Новый менеджмент – набор факторов, связанных с контролем над занятостью, безопасностью, движением капиталов и технологиями требует наличия совершенно иных управленческих кадров, способных адаптироваться к быстро происходящим изменениям практически во всех системах менеджмента.

Технологии – растущее использование "экспертных систем" (базовая форма искусственного интеллекта) сделает выполнение стандартных операционных процедур возможным в онлайновом режиме 24 часа в день, а так же позволит создавать системы управления доходом, напоминающие принимать ценовые решения.

Консолидация – поглощение, либо сливание корпораций друг с другом.

Диверсификация внутри сегментов гостиничной индустрии – разделение экономичных гостиниц на заведения низшего, среднего и высшего классов.

Появление специализированных отелей – образование бизнес - отелей, отелей для долговременного проживания (отели квартирного типа или Apartament), домов-гостиниц для пожилых людей и инвалидов.

Сегментирование – приспособление гостиничных предприятий к потребностям и материальным возможностям различных категорий клиентов (то есть появление в гостиничных сетях 2-х, 3-х, 4-х и 5-ти звёздочных гостиниц).

бизнес и туризм — это потребности будущего. Люди будут активно путешествовать, посещая новые, с точки зрения значимости в мировом бизнес-процессе, страны. Эти путешественники будут нуждаться в комфортном размещении, а значит будут рождать спрос на "адекватные для себя места для ночлега".

Таковы планы мировой гостиничной индустрии на ближайшие годы

**13. Структура управления современным гостиничным предприятием.**

Организационная структура и форма управления предприятием имеют большое значение в менеджменте. Благодаря данной структуре осуществляется управленческий процесс, принимаются управленческие решения, происходит обмен информацией между руководством, обеспечивается взаимодействие сотрудников.

В настоящее время в российской индустрии гостеприимства гостиничным предприятиям необходимо целенаправленно проводить организационные изменения, выбирать оптимально выстроенную организационную структуру и форму управления гостиницей. Подобная необходимость вызвана высокой конкуренцией в данном секторе, а также постоянно изменяющимися условиями экономики и потребностями потребителей.

*Организационная структура* – это состав, взаимосвязь и соподчиненность управленческих подразделений и должностей организации.

К целевым функциям можно отнести:

1) прием и размещение гостей;

2) производство питания;

3) продажу и бронирование номеров;

4) маркетинг;

5) организацию деловых встреч и конференций.

К функциональным можно отнести следующие функции:

1) обеспечение безопасности;

2) инженерное обеспечение;

3) бухгалтерский учет;

4) административную деятельность.

В отелях или гостиницах есть линейные менеджеры, занимающиеся трудовой деятельностью в службе размещения, производстве питания и напитков.

*Функциональная структура*– это отделы, обеспечивающие нормальное функционирование руководства (бухгалтерия, отдел кадров и т. д.).

*Вспомогательная структура*– это отделы, обеспечивающие нормальную работу функциональных подразделений (ремонтная служба и т. д.).

**В гостиницах существует четкое разделение на отделы:**

1) служба управления номерным фондом;

2) служба производства питания;

3) отдел маркетинга и продаж;

4) бухгалтерский отдел.

Менеджеры всех отделов организации подчиняются генеральному директору (генеральному менеджеру). Крупные отделы организации могут быть разделены на более мелкие подотделы.

При рассмотрении структуры управления предприятиями индустрии гостеприимства нужно учитывать, что правильное структурное разделение функциональных полномочий между различными отделами организации играет крайне важную роль в эффективной работе данного предприятия. Это ведет к достижению целей, разработке индивидуального имиджа, что влечет за собой повышение уровня популярности у клиентов.
**14. Нормативные документы РФ по классификации средств размещения и услуг средств размещения.**

В 1994 году в РФ были разработаны "Положение о критериях классификации гостиниц", "Критерии классификационных требований к гостиницам (мотелям) Российской Федерации", а также принят ГОСТ Р 50645—94 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц", согласно которому все гостиницы подразделяются на пять категорий с присвоением от одной до пяти звезд, мотели — на четыре категории с присвоением от одной до четырех звезд.

Минимальные требования к гостиницам (мотелям) различных категорий, предусмотренные данным стандартом, объединены в следующие группы:

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, и т.д).

5. Оснащение мебелью и инвентарем (минимальные размеры кроватей, наличие комплекта постельных принадлежностей и белья, прикроватного коврика, ковров и ковровых покрытий пола, прикроватной тумбочки, шкафа, столов (письменного, журнального), 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, полотенец (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, корзин для мусора, пакетов для предметов гигиены, прачечной, химчистки).

7. Санитарные объекты общего пользования (туалеты, оборудование туалетов, ванных комнат, душевых).

8. Общественные помещения (бизнес-центр, спортивно-оздоровительный центр, бассейн, медицинский кабинет, парикмахерская и т.д.).

9. Помещения для предоставления услуг питания (рестораны, кафе, бары).

10. Услуги (работа службы приема, услуги швейцара, подноска багажа, утренняя побудка, уборка номера и кроватей горничной, бронирование и/или продажа билетов в театры, на спортивные, зрелищные мероприятия, туристские и медицинские услуги).

11. Услуги питания.

12. Требования к персоналу и его подготовке (наличие письменных стандартов для персонала, квалификация, знание иностранных языков, медицинские требования, внешний вид, требования к поведению).

**15. Российская и Международная классификация средств размещения туристов.**

В международной практике принята Стандартная классификация средств размещения туристов, разработанная экспертами ВТО. По ней все средства размещения делятся на две категории: коллективные и индивидуальные.

*1. Коллективные средства размещения туристов:*

1.1. Гостиницы и аналогичные средства размещения:

1.1.1. Гостиницы

1.1.2. Аналогичные заведения

1.2. Специализированные заведения

1.2.1. Оздоровительные заведения

1.2.2. Лагеря труда и отдыха

1.2.3. Общественные средства транспорта

1.2.4. Конгресс-центры

1.3. Прочие коллективные заведения

1.3.1. Жилища, предназначенные для отдыха

1.3.2. Кемпинги

1.3.3. Прочие

*2. Индивидуальные средства размещения туристов:*

2.1. Индивидуальные средства размещения

2.1.1. Собственные жилища

2.1.2. Арендуемые комнаты

2.1.3. Арендуемые жилища

2.1.4. Размещение у родственников и знакомых (бесплатно)

2.1.5. Прочие

В России на основе указанной выше классификации разработан Государственный стандарт ГОСТ Р 51185-98 «Средства размещения», введенный в действие с 1 января 1999 г.

4.1. Средства размещения подразделяют на коллективные и индивидуальные.

4.1.1. К коллективным средствам размещения относят приведенные в подпунктах 4.1.1.1-4.1.1.2.

4.1.1.1. Гостиницы и аналогичные средства размещения:

- гостиницы (в том числе квартирного типа);

- мотели;

- клубы с проживанием;

- пансионаты;

- меблированные комнаты;

- общежития.

4.1.1.2. Специализированные средства размещения:

- санатории;

- профилактории;

- лагеря труда и отдыха;

- дома отдыха;

- туристские приюты, стоянки и другие;

- туристские и спортивные базы, базы отдыха;

- дома охотника (рыбака);

- конгресс-центры;

- общественные средства транспорта (поезда, круизные суда, яхты);

- наземный и водный транспорт, переоборудованный под средства размещения для ночлега;

- кемпинги (площадки для кемпинга, автофургонов).

4.1.2. Индивидуальные средства размещения:

- квартиры, комнаты в квартирах, дома, коттеджи, сдаваемые в наем.

**16. Технологии гостиничного сервиса: понятие и виды.**

*Базовые технологии обслуживания***.**Это прежде всего основа гостиничного бизнеса, не дающая никаких преимуществ на рынке. Базовые технологии известны всем и используются тоже практически всеми. В современных условиях постоянное совершенствование базовых технологий неспособно дать таких преимуществ, которые можно получить при использовании ключевых и ведущих технологий.

*Ключевые технологии обслуживания***.**Такие технологии обеспечивают хороший рейтинг отелю, обладающему ими. Данные технологии менее доступны, чем базовые. Обладание такими технологиями позволяет снизить себестоимость продукта, максимизировать доход от продаж и многое другое.

Базовые и ключевые технологии – это относительные понятия. Так, относительно гостиницы высокого класса внедрение системы управления доходами будет базовой технологией, а относительно российского отеля средней категории это будет ключевая технология.

Примером ключевой технологии является использование автоматизированной системы управления доходами московскими отелями группы «Мариотт» и отелем «Балчуг Кемпински Москва». Такое нововведение увенчалось успехом этих отелей на рынке на несколько лет вперед.

*Ведущие технологии***.**Используя их, можно коренным образом изменить расстановку сил в отраслевой конкурентной борьбе. Хорошая ведущая технология может перевернуть весь рынок и сделать ее обладателя бесспорным лидером, даже если он никогда не являлся таковым. Поэтому если отель уже является лидером, то он должен внимательно следить за появлением ведущих технологий, чтобы не потерять свое место под солнцем.

Примером ведущей технологии может служить внедрение среди московских отелей высокоскоростного и беспроводного подключения к сети Интернет. Примером может служить гостиница «Арарат Парк Хайятт». Такой шаг помог привлечь большое число бизнесменов и организаторов IT-конференций, которые не желают тратить свое драгоценное время на подключение с помощью телефонной линии, модема, провайдера и дополнительных приспособлений.

**17. Менеджмент гостиницы как комплекс технологий.**

«Менеджмент» (англ. MANAGE - управлять) - профессионально осуществляемое управление предприятием в условиях рыночных отношений в любой сфере хозяйственной деятельности, направленное на получение прибыли путем рационального использования ресурсов.

Менеджер - субъект управления, профессиональный управляющий, работающий в организации и занимающий управленческую должность. Обычно это человек, прошедший большую специальную подготовку. Кроме профессиональных знаний он должен обладать совокупностью необходимых психологических свойств.

К ресурсам, которыми оперирует менеджер в своей деятельности, относятся люди, деньги, время, методы работы, материалы, оборудование, энергия. Эти ресурсы ограничены. Все подразделения гостиниц испытывают в своей работе дефицит во многих из них. Поэтому менеджер должен умело планировать использование ограниченных ресурсов для достижения целей своей организации. Важной заботой менеджера является также оценка деятельности многочисленных структурных подразделений гостиницы в соответствии с поставленными целями.

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

Управление гостиницей – процесс сложный, который оказывает существенное влияние на развитие отеля. При управлении гостиницей важно обращать внимание не только на очевидное, но и на мелочи, из которых, как известно, складывается наша жизнь. Управление гостиниц требует наличия специальных знаний и опыта.

Одной из наиболее актуальных тенденций современного гостиничного бизнеса называют внедрение в него высоких технологий. Автоматизация процессов управления гостиницей одновременно облегчает работу персоналу и создает максимум удобств для клиентов. Эксперты в области информационных технологий полагают, что внедрение автоматизированной системы управления гостиницей или PMS позволит выйти на новый уровень во всем, начиная от бронирования номеров и до обеспечения безопасности во время проживания.

**18. Специализация гостиничных предприятий и образование международных гостиничных цепей.**

*Специализация гостиничных предприятий*

ГОСТИНИЦА городская общего типа. Располагается в деловой части города, вблизи транспортных линий. Имеет минимум услуг и недорогие номера (для командированных и туристов). Может быть среднего класса, экономического и высокого.

ОТЕЛЬ - традиционный тип. Располагается в крупном городе или в значительном рекреационном месте. Имеет большой штат обслуживающего персонала, широкий набор услуг и высокий уровень комфорта.

МОТЕЛЬ - придорожный отель, гостиница для автотуристов, предоставляющая комфортабельное жильё, питание, автостоянку, техобслуживание, заправку автомобиля. Оборудование номеров довольно простое, иногда с кухней. Встречаются и 5-звёздные мотели.

БОТЕЛЬ («бот» - лодка) - небольшая гостиница на воде на свайных пристанях с минимальным сервисом и причалом для лодки или яхты. Либо специально оборудованное судно у причала.

ФЛОТЕЛЬ - большой отель на воде с высоким уровнем комфорта и сервиса. Представляет собой либо платформу на якорях, либо круизное судно.

ФЛАЙТЕЛЬ - авиагостиница для владельцев самолётов в недоступной экзотической местности с нестандартными услугами (воздушные шары, дирижабли, бассейны).

РОТЕЛЬ - гостиница на колёсах, вагон или автобус.

*Гостиничная цепь* – представляет собой группу отелей, имеющих общее руководство, концепции продвижения продукта.

Во всем мире в каждом крупном городе имеются отели входящие в крупные гостиничные цепочки. Не отстает в этом отношении и Россия. На данный момент мировые гостиничные корпорации активно осваивают Российский рынок, во многих крупных городах, особенно в столице появляются отели с яркими названиями крупнейших гостиничных цепей.

Цепи могут включать гостиницы одной или нескольких стран, то есть быть национальными или международными. В настоящее время существует более 100 гостиничных цепочек, общий номерной фонд которых составляет около 2 000 000 номеров.

К крупнейшим гостиничным цепям относят: 1)Holiday Inn; 2)Best Western; 3)Sheraton; 4)Ramada Inn; 5)Accor; 6)Hilton Corporation; 7)Club Med; 8)Novotel; 9)Marriott International; 10)HFS Ink. Образование гостиничных цепей позволяет продвигать на мировой туристский рынок высокие стандарты обслуживания. Каждая гостиничная цепь может иметь собственную классификацию, основанную на назначении, местоположении отеля (курортный, бизнес-отель, городской).

**19. Категории гостиничных цепей по МГА.**

*Гостиничная цепь* – представляет собой группу отелей, имеющих общее руководство, концепции продвижения продукта. Через системы управления и распределения гостиничного фонда в так называемые цепи, что позволяет быстро и точно учитывать каждую индивидуальную сделку и с минимальными затратами времени производить резервирование мест в гостиницах и осуществлять платежи. Примеры гостиничных цепей: Аккор (Франция), Басе Хоутелз Рисортc (Великобритания) и многие другие.

Гостиничные объединения Международная гостиничная ассоциация (МГА) подразделяет гостиничные цепи на три категории:

- первая – это корпоративные цепи – гостиничные корпорации, владеющие многочисленными предприятиями;

- вторая – цепи независимых предприятий, которые объединяются для использования общей системы бронирования, концепции маркетинга, рекламы и других дорогостоящих для отдельного предприятия услуг;

- третья – цепи, предоставляющие управленческие услуги.

Существует много точек зрения на то, что послужило причиной успеха цепей. Однако бесспорными причинами являются постоянство в качестве продукта, идентичность услуг на разных предприятиях, а также доступность цен.

Каждый тип гостиницы, входящий в гостиничную цепь, имеет свою марку. Преимуществом тех компаний, которые строго придерживаются своих фирменных наименований, является то, что потребители, пользующиеся услугами одной гостиничной цепи, достаточно четко представляют качество обслуживания и размещения на предприятии, принадлежащем этой цепи, независимо от его месторасположения. Это позволяет гостиничным цепям задолго до открытия новой гостиницы проводить ее рекламу и бронирование, будучи уверенным, что постоянные клиенты предпочтут новую гостиницу известной марки случайному выбору, сделанному во время поездки. Практика показывает, что гостиничная цепь еще задолго до открытия гостиницы начинает проводить бронирование мест. С этого же времени название гостиницы и все ее реквизиты включаются в национальный перечень гостиниц, а также во всевозможные специальные справочники.

Тенденция образования гостиничных объединений и цепей в последние годы наблюдается и в государствах СНГ. В октябре 1997 года в Москве была создана первая российская гостиничная цепь — "Норд-отель", представляющая собой добровольное объединение из двенадцати гостиничных предприятий различных организационно-правовых форм Северо-Восточного округа Москвы, таких как "Алтай", "Байкал", "Восток", "Восход", "Заря", "Звездная", "Золотой Колос", ММК "Молодежный", "Останкино", "Саяны", "Турист", "Ярославская", ГАО "Москва" (25% гостиничных мест Москвы). Организационно-правовая форма "Норд-отеля" — закрытое акционерное общество.

**20. Производственная структура (службы) гостиничного предприятия.**

Существующие в гостинице информационные системы объединяются в различные службы. На первом месте стоит внутренняя организация, которая призвана руководить работниками и направлять их деятельность на достижение целей предприятия.

*В структуру гостиничного предприятия входят следующие службы:*

1) отдел обслуживания;

2) пищевой комплекс;

3) отдел кадров, бухгалтерия.

К отделу обслуживания относятся:

1) главный администратор;

2) служба управления номерным фондом;

3) служба приема и размещения;

4) отдел резервирования;

5) отдел бронирования;

6) административно-хозяйственное подразделение и т.д.

Служба управления номерным фондом бронирует номера, ведет прием гостей, их регистрацию и размещение, поддерживает санитарно-гигиеническое состояние номеров, а также занимается оказанием гостям бытовых услуг.

Служба приема и размещения**.**От этой службы зависит первое впечатление гостя от гостиницы. Задачи службы – контроль процесса приема и размещения гостей, разрешение конфликтов. Служба размещения использует незарезервированные номера для непосредственной продажи клиентам по более высокой цене.

Служба резервирования**.**Менеджер, который стоит во главе данной службы, подчиняется директору отдела обслуживания. Главная задача менеджеров – продать как можно дороже все пустые номера в гостинице, убеждая клиента в том, что гостиница соответствует его требованиям и даже превосходит его ожидания. Менеджер должен бороться за каждого клиента.

Служба бронирования собирает заявки на бронирование и следит за повышением спроса, основываясь на котором увеличивает стоимость размещения. В службу размещения передаются номера, которые не были заранее забронированы, с целью их последующей продажи по более высокой цене. В обязанности данной службы входят наблюдение за ситуацией, складывающейся в гостинице или отеле, сбор заявок на резервирование свободных номеров и определение возможности повышения спроса, которую гостиница могла бы использовать для увеличения стоимости размещения с целью получения предприятием большего дохода.

Служба административного хозяйства – это самая большая служба, в которой работает около 50 % всех служащих. Опросы, проведенные среди гостей, подчеркивают значимость данной службы.

*К административной службе относятся:*

1) финансовая служба;

2) кадровая служба;

3) секретариат;

4) инженер по противопожарной безопасности;

5) инженер по технике безопасности.